

Botim për Mësimdhënien e Pronësisë Intelektuale

Baza e IP-së



Baza e PI-së Hyrje në pronësinë intelektuale

Pjesë e Botimeve për Mësimdhënien
e PI-së

Pasqyra e lëndës

Përmbajtja e lëndës	Diapozitivë	Faqja
Hyrje		4
Rreth bazës së PI-së		5
Lista e Diapozitivëve		7
Prezantimi i PI-së	Diapozitivi 1 – 9	8
Patentat	Diapozitivi 10 – 12	26
Bazat e të dhënave	Diapozitivi 13 – 16	32
Markat tregtare	Diapozitivi 17 – 20	40
Dizajnet	Diapozitivi 21 – 24	48
Treguesit gjeografikë	Diapozitivi 25 – 27	56
Modelet e përdorimit	Diapozitivi 28 – 30	62
Të drejtat për varietetet e bimëve	Diapozitivi 31 – 33	68
Të drejtat e topografisë së produkteve gjysmëpërçues	Diapozitivi 34 – 36	74
Të drejtat e autorit	Diapozitivi 37 – 39	80
Sekretet tregtare	Diapozitivi 40 – 43	86
PI-ja në botën reale – ushtrim praktik	Diapozitivi 44 – 50	94
Kushtet e përdorimit		109
Impressum		110

Hyrje

Pronësia intelektuale (PI) i prek të gjithë në jetën e përditshme. Për pasojë, ndërgjegjësimi bazë dhe të kuptuarit e konceptit të PI-së janë të domosdoshme për studentët e universiteteve të sotme, të cilët janë inxhinierët, studiuesit, avokatët, politikanët, dhe menaxherët e së nesërme.

Është me rëndësi jetike që studentët të njihen me aspektet elementare të PI-së, në mënyrë që ata të mund të përfitojnë prej pronësisë intelektuale plotësisht në çfarëdo lloj karriere që vendosin të ndjekin. Studentët dhe universitetet duhet të jenë të vetëdijshëm edhe për mënyrën se si mund ta shfrytëzojnë pasurinë e pakrahasueshme të informacionit teknik dhe tregtar që gjendet në dokumentacionin e PI-së, dhe të kuptojnë nevojën e universiteteve për t'i konvertuar kërkimet në të drejtat e PI-së, të menaxhojnë portofolet e tyre të PI-së dhe të angazhohen në transferimin e teknologjisë për partnerët industrial për krijimin e vlerës dhe të mirën e shoqërisë në tërësi.

E fundit, por jo më pak e rëndësishme, studentët dhe universitetet duhet të jenë të vetëdijshëm për pasojat e dështimit për të mbrojtur në mënyrë korrekte pasuritë e PI-së, duke përfshirë rrezikun e inxhinierisë reverse, kopjimin flagrant dhe madje edhe spiunazhin industrial.

Për këtë arsye vijnë në ndihmë një grup botimesh për mësimdhënien e PI-në. Botimet janë prodhuar nga Akademia Evropiane e Patentave, në bashkëpunim me Zyrën e BE-së për Harmonizimin e Brendshëm.

Toolkit-i për Pronësinë Intelektuale (TKPI) është një koleksion materiash. Ai përfshin diapozitivë në PowerPoint, përmban komponente ilustruese për këto diapozitivë dhe informacion bazë, të cilat mund të përdoren për të bërë leksione dhe prezantime të të gjitha llojeve lidhur me PI-në, duke përfshirë patentat, modelet e përdorimit, markat tregtare, të drejtat e autorit, dizajnet dhe sekretet tregtare. Materialet mund të përshtaten sipas formimit të studentëve (që studiojnë për shkenca, apo inxhinieri, biznes ose juridik), mbështetur mbi njohuritë që ata kanë rreth temës, kohën në dispozicion dhe objektivat e tyre të të mësuarit.

Pjesa e parë e këtij dokumentacioni, Baza e PI-së, është një vazhdim i suksesshëm i Botimeve për Mësimdhënien e Patentave, projekt i nisur në vitin 2010 nga Akademia Evropiane e Patentave (dhe me mbi 6 000 kopje në qarkullim). Ajo përmban mjetet dhe informacionin që ju nevojitet për të dhënë një leksion mbi rolin e PI-së që zgjat një deri në dy orë.

Me Botimet për Mësimdhënien e PI-së ju keni në dispozicion një grup të gjerë materialesh mësimdhënëse të arritshme dhe profesionale, të cilat përfaqësojnë një nga burimet më të plota për mësimdhënien e PI-së në botë.

Rreth bazës së PI-së

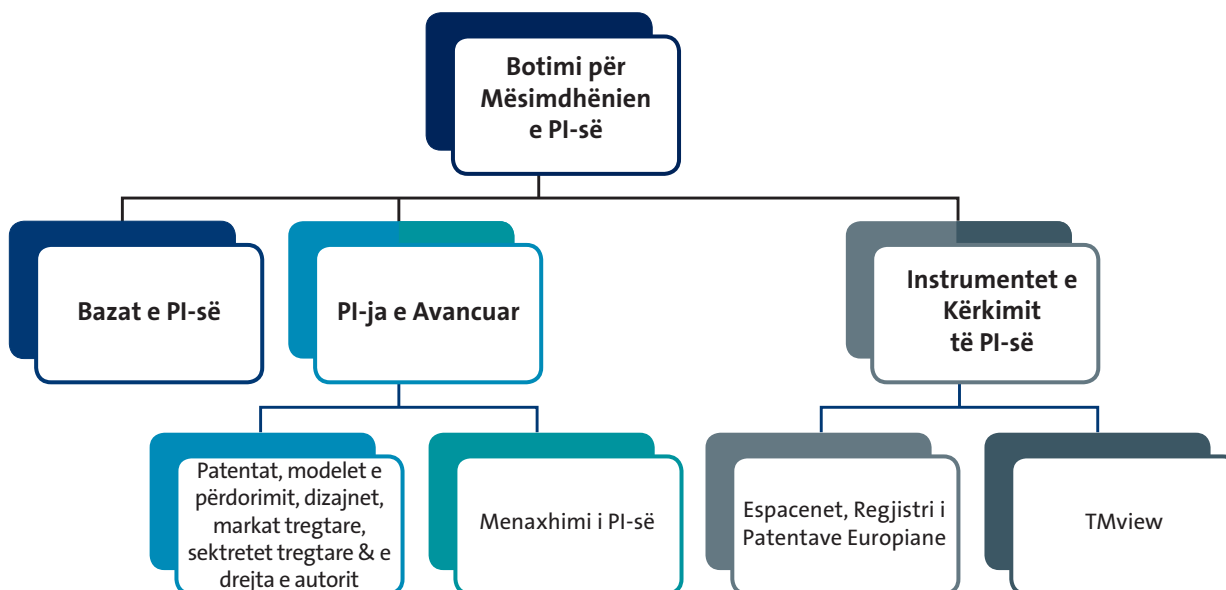
Baza e PI-së është pjesë e Botimeve për Mësimdhënien e Pronësisë Intelektuale (TKPI). Ajo është projektuar për mësuesit e studentëve me pak ose aspak njohuri paraprake rreth pronësisë intelektuale (PI-së), në mënyrë që t'u sigurojë atyre një hyrje bazë tek një sërë të drejtash të ndryshme të PI-së. Materiali është në i disponueshëm në anglisht, frëngjisht dhe gjermanisht, në versionin e printuar dhe online.

Përveç një hyrjeje të përgjithshme, Baza e PI-së përmban module për patentat, bazat e të dhënave, markat tregtare, dizajnet, treguesit gjeografikë, modelet e përdorimit, të drejtat për varietetet e bimëve, të drejtat për material topografike gjysmëpërçuese, të drejtën e autorit dhe sekretet tregtare, si dhe një ushtrim në klasë që demonstroi përdorimin e PI-së në botën reale.

Baza e PI-së përbëhet nga diapozitivë të gatshëm në PowerPoint me shënime përkatëse për to dhe nga informacion shtesë në sfond. Shënimet në fund të faqes duhet të lexohen vetëm të lidhura me informacionin të cilit i referohen.

Informacioni në sfond jep detaje shtesë të cilat do t'ju vijnë në ndihmë të përgatisni pyetje më të avancuara për studentët që mund të kenë. Ky informacion nuk është menduar të përfshihet në leksion.

Për të pasur akses në koleksionin më të gjerë të TKPI-së në internet, plus edhe tek të rejat dhe mundësitë e tjera mësimore, shkoni në adresën www.epo.org/learning-events.html, ku ju do të gjeni një tutorial për mësuesit dhe pedagogët.



Lista e Diapozitivëve

Dizpozitivi 1	Hyrje në PI	Dizpozitivi 28	Modelet e përdorimit
Dizpozitivi 2	Hyrje e përgjithshme	Dizpozitivi 29	Çfarë është modeli i përdorimi?
Dizpozitivi 3	Llojet e ndryshme të PI-së (I)	Dizpozitivi 30	Objekti i mbrojtjes krahasuar me patentat
Dizpozitivi 4	Llojet e ndryshme të PI-së (II)	Dizpozitivi 31	Të drejtat e varieteteve të bimëve
Dizpozitivi 5	Një produkt, shumë të drejta PI-je	Dizpozitivi 32	Çfarë janë të drejtat e varieteteve të bimëve
Dizpozitivi 6	Rëndësia e Pronësisë Intellektuale	Dizpozitivi 33	Fusha e mbrojtjes
Dizpozitivi 7	Rëndësia e Pronësisë Intellektuale	Dizpozitivi 34	Të drejtat e topografisë së produktit gjysmëpërçues
Dizpozitivi 8	Sistemi i PI-së	Dizpozitivi 35	Çfarë janë të drejtat e topografisë së produktit gjysmëpërçues?
Dizpozitivi 9	Shembuj të pronësisë intelektuale të vyer	Dizpozitivi 36	Fusha e mbrojtjes
Dizpozitivi 10	Patentat	Dizpozitivi 37	Të drejtat e autorit
Dizpozitivi 11	Çfarë është patenta?	Dizpozitivi 38	Çfarë janë të drejtat e autorit?
Dizpozitivi 12	Çfarë mund të patentohet?	Dizpozitivi 39	Fusha e mbrojtjes
Dizpozitivi 13	Bazat e të dhënave	Dizpozitivi 40	Sekretet tregtare
Dizpozitivi 14	Çfarë është një bazë të dhënash?	Dizpozitivi 41	Çfarë janë sekretet tregtare?
Dizpozitivi 15	Objekti i mbrojtjes	Dizpozitivi 42	Fusha e mbrojtjes
Dizpozitivi 16	Të drejtat dhe kufizimet	Dizpozitivi 43	Mjetet e mbrojtjes
Dizpozitivi 17	Marka tregëtare	Dizpozitivi 44	PI-ja në botën reale – Ushtrim praktik
Dizpozitivi 18	Çfarë është marka?	Dizpozitivi 45	Spërkatësi kundër alergjisë dhe spërkatësi
Dizpozitivi 19	Regjistrimi	Dizpozitivi 46	Cilët elementë mund të mbrohen?
Dizpozitivi 20	Objekti i mbrojtjes	Dizpozitivi 47	Patentat dhe dizajnet (I)
Dizpozitivi 21	Dizajnet	Dizpozitivi 48	Patenta dhe dizajnet (II)
Dizpozitivi 22	Çfarë janë dizajnet?	Dizpozitivi 49	Markat tregëtare, të drejtat e autorit dhe fushat
Dizpozitivi 23	Të drejtat e regjistruara dhe të paregjistruara të projektimit	Dizpozitivi 50	Çfarë vjen më pas?
Dizpozitivi 24	Objekti i mbrojtjes		
Dizpozitivi 25	Treguesit gjeografikë		
Dizpozitivi 26	Çfarë janë treguesit gjeografikë?		
Dizpozitivi 27	Dallimi ndërmjet PGI-ve dhe PDO-ve		

Diapozitiv 1

Hyrje në PI

Titulli i diapozitivit



OFFICE FOR HARMONIZATION
IN THE INTERNAL MARKET
TRADE MARKS AND DESIGNS

Hyrje në PI

Intellectual Property Teaching Kit

1

Diapozitiv 2

Hyrje e Përgjithshme

Diapozitivët më poshtë japin një prezantim të përgjithshëm të llojeve të ndryshme të PI-së.

PREZANTIM I PËRGJITHSHËM

Diapozitiv 3

Llojet e ndryshme të PI-së (I)

Patenta jepet për shpikje teknike. Kërkesat për patenta duhet të dorëzohen në një zyrë kombëtare ose rajonale patentash. Pas procesit të shqyrtimit të kërkesave për patenta vendoset për dhënien ose refuzimin e patentës. Patenta normalisht zgjat për një periudhë maksimale prej 20 vjetësh nga data e depozitimit të kërkesës. Në disa vende përdoret edhe një lloj më pak i fuqishëm i patentave, të quajtura modele përdorimi (ose "patenta të vogla").

Modelet e përdorimit zakonisht ofrojnë mbrojtje më të thjeshtë, për një periudhë të shkurtër kohe. Shumica e vendeve kërkojnë thjesht që shpikjet të jenë të reja, në mënyrë që për to të jepet mbrojtja e modelit të shërbimeve. Të tjera vende, për shembull Gjermania, kërkojnë gjithashtu edhe përfshirjen e hapave novativë. Por shumica e vendeve nuk shqyrtojnë as risinë dhe as hapat novativë dhe regjistrojnë çdo model shërbimesh që përputhet me formalitetet.

E drejta e autorit nuk ka nevojë të jetë e regjistruar. Ajo lind "automatikisht" në momentin kur krijohet një punë. E drejta e autorit mbron çdo shprehje origjinale, krijuese, intelektuale ose artistike, duke përfshirë novelat, literaturën shkencore, veprat, software-t, fotografitë dhe pikturat, muzikën, skulpturën, transmetimet televizive, etj. Madje dhe aroma e një parfumi mund të mbrohet (në mënyrë të tërthortë) nga të drejtat e autorit: Përzierja e përbërësve për prodhimin e një parfumi mund të përfaqësojë një punë origjinale të autorësisë dhe, për këtë arsye, mund të mbrohet nga e drejta e autorit. Kohëzgjatja e të drejtës së autorit është afërsisht jeta e autorit plus 70 vite të tjera, në varësi të rastit dhe vendit.

Llojet e ndryshme të PI-së (I)			
Të drejta ligjore	Për çfarë?	Si?	
Patentat	Shpikjet e reja	Kërkesa dhe shqyrtimi	
Modelet e përdorimit	Shpikjet e reja	Kërkesa dhe shqyrtimi	
E drejta e autorit	Forma origjinale kreative ose artistike	Ekziston automatikisht	

Botim për Mësimdhënien e Pronësisë Intelektuale i EPO-s/OHIM-it – Baza e PI-së 3

Patenta jepet për shpikje teknike. Kërkesat për patentat shqyrtohen nga zyra e patentave ku ato janë depozituar, në mënyrë që të përcaktohet nëse ato i plotësojnë kërkesat e rrepta për dhënien e një patente. Patenta në përgjithësi zgjat për një periudhë maksimale prej 20 vjetësh nga data e depozitimit.

Modelet e përdorimit ofrojnë mbrojtje më efektive, për një periudhë të shkurtër kohe, por zakonisht regjistrohen dhe publikohen shumë më shpejt se patentat.

Të drejtat e autorit nuk kanë nevojë të regjistrohen. Ato lindin automatikisht në momentin kur krijohet një vepër. Ajo mbrojnë çdo lloj shprehje origjinale, krijuese, duke përfshirë edhe letërsinë, artit, dramën, muzikën, fotografinë, incizimet dhe transmetimet.

Diapozitiv 4

Llojet e ndryshme të PI-së (II)

Markat tregtare janë shenja dalluese identifikuese, të cilat bëjnë dallimin ndërmjet burimit komercial të mallrave ose shërbimeve. Ato mund të përbëhen nga fjalë, logo, emra dhe ngjyra, si dhe çdo mjet tjetër për të identifikuar origjinën tregtare, si forma e produktit ose ambalazhi i tij, apo edhe tingujt ose aromat. Për shembull, shumica e personazheve të Disney-t janë të regjistruar si marka tregtare. Marka tregtare mund të krijohet thjesht duke i përdorur (ashtu siç ka bërë Google, për shembull), ose duke i regjistruar ato në mënyrë të shprehur.

Disenjt industrialë të regjistruara (USA: "patentat e dizajneve") mbrojnë aspektin dekorativ, formën, pamjen dhe stilin e objekteve, por jo aspektet e tyre funksionale. Kërkesat janë risia absolute dhe karakteri individual. Kohëzgjatja e mbrojtjes për një disenjo industriale të regjistruar të Komunitetit është maksimumi 25 vjet nga data e aplikimit për regjistrim. Mbrojtja jepet për afate pesëvjeçare, me të drejtë rinovimi.

Edhe projektimet e paregjistruara gëzojnë mbrojtje nëse i përmbushin disa kushte të caktuara. Ti merr një të drejtë automatike kur i paraqet publikut një projekt origjinal. Kjo ju jep të drejtën të mos e lejoni dikë që të kopjojë disenjon që keni bërë, por zakonisht ka një kohëzgjatje më të kufizuar se kohëzgjatja në dispozicion për dizajnet e regjistruara. Kohëzgjatja e mbrojtjes për një disenjo të paregjistruar të Komunitetit është maksimumi tre vjet pas botimit të dizajnit në Bashkimin Evropian.

Një sekret tregtar nuk paraqet një të drejtë më vete. Sekreti tregtar është një pjesë e informacionit që mbrohet me ligj në kushte të caktuara. Sekreti tregtar është informacioni që (a) nuk dihet nga publiku, (b) që është më i vlefshëm në qoftë se nuk është i njohur për publikun (c) është objekt i përpjekjeve të arsyeshme për të ruajtur fshehtësinë e tij. Përpjekjet e arsyeshme përfshijnë, për shembull, marrëveshjet për mos bërjen me dije të informacionit me punonjësit dhe partnerët e biznesit dhe masat për të parandaluar spiunazhin industrial.

Forma të tjera të PI-së, të cilat nuk përmenden këtu përfshijnë: mbrojtjen e varieteteve të bimësisë (USA: "patentat bimore"), bazat e të dhënave, treguesit gjeografikë dhe projektimet e topografisë së produkteve gjysmëpërçuese.

Llojet e ndryshme të PI-së (II)			
Të drejta ligjore	Për kë?	Si?	
Markat tregtare	Identifikim i dallueshëm i produkteve ose shërbimeve	Përdorim dhe/ose regjistrim	Google
Markat e regjistruara	Pamja e jashtme	Regjistrim	Coca-Cola
Sekretet shtetërore	Informacion me vlerë që nuk është i ditur për publikun	Efekte të arsyeshme për të mbajtur sekretin	Person me maskë

Markat tregtare janë shenja dalluese që tregojnë burimin e një produkti apo shërbimit. Ato përfshijnë, për shembull, emrat, logot dhe ngjyrat e përdorura për produktet ose shërbimet e pronarit, të cilat dallojnë nga produktet dhe shërbimet e ofruara nga konkurrentët.

Disenjt industrial mbrojnë pamjen e jashtme të një produkti. Ato nuk japin ndonjë mbrojtje për aspektet teknike. Ato përfshijnë modelet e reja, stilit dhe forma. Për t'u regjistruar zyrtarisht, disenjt duhet të jenë origjinale dhe të veçanta. Aspektet artistike të një disenoje mund të mbrohen nga e drejta e autorit.

Edhe dizajnet e peregjistruara gëzojnë mbrojtje. Një dizajn i peregjistruar është një e drejtë automatike pa pagesë që ti merr kur paraqet një dizajn për publikun. Kjo ju jep të drejtën për ta ndaluar dikë nga kopjimi i dizajnit tuaj. Mbrojtja e ofruar nga një dizajn i peregjistruar është zakonisht me kohëzgjatje më të kufizuar se ajo në dispozicion për një dizajn të regjistruar.

Sekretet tregtare janë alternativë ndaj patentave. Ato mbulojnë informacion jo të njohur për publikun. Nëse poseduesi i informacionit është i kujdesshëm për ta mbajtur atë të fshehtë, ai mund të padisë këdo që vjedh atë.

Diapozitiv 5

Një Produkt – disa të drejta PI-je (diapozitiv i animuar)

Të gjitha të drejtat e PI-së të përshkruara deri më tani mund të përdoret në kombinim për të ndihmuar shpikësit për të mbrojtur risitë e tyre. Për shembull, një kompani mund të përdorë një patentë për t'u siguruar se ajo është e vetmja kompani që ofron një tipar të veçantë teknik, dhe projektme të regjistruara ose të paregjistruar për të mbrojtur karakteristikat që kanë të bëjnë me paraqitjen e produktit. Ajo mund të përdorë po ashtu dhe markat tregtare për të komunikuar burimin e produktit.

Ajo mund të zgjidhë po ashtu që t'i mbajë sekret disa aspekte të procesit të prodhimit. Në qoftë se kompania bën përpjekje serioze për të ruajtur sekretin, atëherë ajo mund të gëzojë mbrojtjen e ligjit për sekretin tregtar.

Studentët mund të jetë në dijeni, për shembull, të gamës së PI-së që duhen për të prodhuar dhe për të tregtuar një telefon celular. Ky diapozitiv përmban disa shembuj. Ai do t'u vijë në ndihmë studentëve që të kuptojnë se si të mbrojnë aspekte të ndryshme të krijimeve të tyre intelektuale.

Afatet dhe kushtet për përdorimin e përmbajtjes së faqes së internetit të Nokia-s nga publiku përcaktojnë se "Përmbajtja e faqeve të internetit të Nokia World Wide Web mbajnë të drejtën e autorit të © Nokia Corporation 2011. Përdorimi i kësaj faqeje dhe përmbajtja në to, lejohet për përdorim privat, jo komercial. Përdorimi i njoftimeve për shtyp dhe dokumenteve të tjera të klasifikuara si publike lejohet në fushën e komunikimit publik, nëse përmendet burimi i informacionit. "

Kjo vlen edhe për imazhet që gjenden në faqen e internetit të kompanisë në adresën: <http://press.nokia.com/media/>.

Një produkt – shumë të drejta PI-je

Markat tregtare

- NOKIA
- Product "208"
- Start-up tone

Të drejtat e autorit

- Software
- Manuale përdoruesish
- Ringtones
- Start-up tone
- Imazhe



© Nokia Corporation

Patentat dhe modelet e përdorimit

- Metodot për përpunimin e të dhënave
- Sistemi i operimit
- Përdorimi i interface-it të përdoruesit

Disenjt industrial

- Forma e përgjithshme e telefonit
- Organizimi dhe forma e butonave
- Pozicioni dhe forma e ekranit

Sekretet tregtare

- Çfarë ekspertizë praktike mbahet "brenda shtëpisë" dhe nuk botohet

Botim për Mësimdhënien e Pronësisë Intelektuale i EPO-s/OHIM-it – Baza e PI-së

Ky diapozitiv tregon gamën e gjerë të pronësisë intelektuale që mund të përfshihet në mbrojtjen e një produkti të vetëm, në rastin në fjalë të një telefoni celular.

Diapozitiv 6

Rëndësia e pronësisë intelektuale (I)

PI-ja luan një rol shumë të rëndësishëm në ekonominë e ditëve të sotme, e cila bazohet tek dijet. Bizneset e reja e përdorin PI-në për t'i parandaluar konkurrentët më të mëdhenj industrial që të kopjojnë produktet e tyre. Kompanitë e mëdha e përdorin PI-në për të vjelur përfitime nga investimet që kanë kryer. Edhe sektorët në dukje "tradicionalë", si industria e çelikut, e përdorin PI-në për të mbrojtur pasuritë e tyre të paprekshme.

Shumica e shpikjeve teknike kërkojnë investime të konsiderueshme para se ato të mund të prodhohen dhe përdoren. Në mënyrë që të tërhiqen fonde, shpikjet duhet të ofrojnë mundësinë e gjenerimit të të ardhurave. Kjo perspektivë rritet në masë të madhe në qoftë se është në dispozicion mbrojtja e PI-së. Nëse nuk do të kishte asnjë mbrojtje PI-je, konkurrentët do të mund të ofronin të njëjtat produkte ose shërbime me një çmim më të ulët, pasi atyre nuk u është dashur të investojnë vetë në kërkime dhe zhvillim.

Ligjet e PI-së i lejojnë pronarët t'ia transferojnë të drejtën e përdorimit të PI-së një pale tjetër, me fjalë të tjera t'i japin një licencë një pale tjetër. Kushtet bazuar në të cilat jepet licenca mund të përcaktohen nga pronari i PI-së. Për këtë arsye, të blesh një film në DVD pothuajse kurrë nuk do të thotë në fakt të blesh PI-në e filmit. Përkundrazi, kjo do të thotë se pronari i filmit ka shitur një licencë për përdorimin e filmit.

Shembujt e përmendur në diapozitiv

Sandvik AB është një grup suedez inxhinierie me pothuajse 50 000 të punësuar dhe më shumë se 8 000 patenta dhe të drejtat të tjera PI-je. Ai u përzgjedh si një prej 100 kompanive më novative në botë në vitin 2012 (Thomson Reuters, Lista e 100 Shpikësve më të Mëdhenj në Glob).

Në vitin 2005, Sandvik riorganizoi pronësinë dhe menaxhimin e të drejtave të PI-së së saj duke ia transferuar patentat dhe markat tregtare një kompanie PI-je (Sandvik Intellectual Property AB). Ata e kuptuan se përqendrimi i aktiviteteve të tyre tek të drejtat e PI-së tek një kompani u ofron më shumë avantazhe operacionale.

W.L. Gore & Associates, Inc. është themeluar në vitin 1958 dhe njihet si shpikësi i pëlhurës Gore-Tex, e cila është e papërshkueshme nga uji dhe që merr ajrim. Në vitin 1969, W.L. Gore shpiku një polimer shumë të gjithanshëm të ri që e çoi kompaninë në prodhimin e shumë aplikacioneve të reja në fushën e mjekësisë, pëlhurës dhe tregjeve industriale. Pothuajse të gjitha mijëra produkte të Gore-it e përdorin këtë material. Gore ka marrë më shumë se 2 000 patenta botërore. Bazuar në një patentë për teknologjinë membranore, Gore ka zhvilluar një pëlhurë të veçantë që ajroset (e njohur nën shenjën tregtare GORE-TEX®) që është edhe e papërshkueshme nga uji dhe era. Shprehja "guaranteed to keep you Dry®

e garantuar për t'ju mbajtur të thatë") është po ashtu një markë tregtare e regjistruar në SHBA.

Dolby Laboratories, Inc. u themelua nga inxhinieri dhe shpikësi amerikan Ray Dolby, i cili ishte pionieri i teknologjisë për reduktimin e zhurmës, e njohur ndryshe si Dolby NR®. Ajo përdor një formë kompresimi dhe zgjerimi të audios që redukton zhurmën në sfond në regjistrimin e kasetave. Më herët, Dolby miratoi një strategji biznesit, sipas së cilës kompania do zhvillonte dhe prodhonte produkte audio vetëm për tregun profesional dhe licenca për të njëjtën teknologji për pajisje konsumi. Kompania përdori një kombinim të patentave për të mbrojtur teknologjinë dhe markat tregtare për ta identifikuar Dolby-in si tregues të cilësisë për konsumatorët. Komponenti kyç në strategjinë e Ray Dolby-it ishte licencimi i teknologjisë së patentimit për prodhuesit e kasetave, në vend të vënies së tarifave për konsumatorët individualë kur përdorej një produkt audio me teknologji Dolby. Kjo strategji i lejoi Dolby-it të mbetej i paprekur nga kopjet e paligjshme, pasi pavarësisht regjistrimit të paligjshëm, regjistrimi duhej të bëhej në kasetat me teknologji Dolby. Në vitin 2013, Dolby numëronte mbi 2 800 patenta të dhëna dhe 2 700 kërkesa në pritje për patenta. Patentat janë burimi kryesor i të ardhurave të licencimit. Dolby ka dhe mbi 990 marka tregtare në të gjithë botën. Kompania është pjesë integrale e programit të saj të licencimit. Kompania bën rreth 86% të të ardhurave të saj nga licencimi i teknologjisë së vet.

ARM Holdings, plc., është një kompani britanike shumëkombëshe për gjysmëpërçuesit dhe software-t. Ajo u themelua në vitin 1990 si një ndërmarrje e përbashkët midis Acorn Computers, Apple Computer Inc. (tani Apple Inc.) dhe VLSI Technology për të zhvilluar mikroprocesorë që përdornin energji në mënyrë efektive. Konsumi i ulët i energjisë nga këto mikroprocesorë e bën kompaninë veçanërisht të përshtatshme për pajisje portative, të tilla si telefonat smart, aplikacionet e lojrave, pajisjet e lundrimit dhe kamerat dixhitale. ARM-ja është furnizuesi kryesor në botë për PI-në e gjysmëpërçuesve. Në vend që të prodhonte dhe shiste çipet e veta gjysmëpërçuese, ARM-ja e licencon teknologjinë e saj në një rrjet të kompanive partnere, të cilët përfshijnë teknologjinë ARM në teknologjinë e tyre për të krijuar dhe prodhuar mikroprocesorë. Në këmbim, ARM-ja merr një tarifë licence dhe një tarifë individuale për çdo mikroçip që përmban teknologjinë e saj. Deri më sot (2013), i janë shitur mbi 800 licenca më shumë se 250 partnerëve, duke përfshirë kompanitë kryesore botërore të gjysmëpërçuesve dhe të sistemeve, të tilla si Intel, Samsung, Texas Instruments dhe Qualcomm. Që prej kësaj kohe janë prodhuara sipas licencës rreth 25 000 milion mikroprocesorë të ARM-së. Kompania ka mbi 2 000 të punësuar dhe është kompani lider në botë për mikroprocesorët e telefonave celular. Sot, teknologjia e ARM-së përdoret në 95% të telefonave smart, 80% të kamerave dixhitale dhe 35% të të gjitha pajisjeve elektronike.

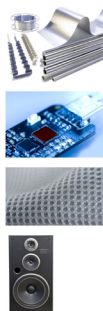
Rëndësia e pronësisë intelektuale (I)

- PI-ja është një aset i domoshëm biznesi në ekonomine e dijes.

- Sandvik AB: Instrumente inovative të teknologjisë së lartë dhe të teknologjisë së çelikut
- ARM Holdings: e licenson teknologjinë e vet për kompanitë mikropërpunuese

- PI mbron firmat e vogla inovative

- W. L. Gore & Associates: GORE-TEX®
- Dolby Laboratories: ka shpikur teknologjinë për reduktimin e zhurmës



Botim për Mësimdhënien e Pronësisë Intelektuale i EPO-s/OHIM-it – Baza e PI-së

6

Pa PI-në, shumë projekte të reja nuk do të ishin të dobishme, sepse kushdo që donte do të mund të kopjoni rezultatet shumë lehtë. Ky diapozitiv jep disa shembuj të kompanive që përdorin PI-në dhe mënyrën se si ata përfitojnë prej saj.

Sandvik AB është një zhvillues dhe prodhues suedez i mjeteve dhe makinerive të teknologjisë së lartë, me 50 000 të punësuar në 130 vende. Në vitin 2012 kompania u përzgjodh një prej 100 kompanive më inovative në botë. Kompani filial e Sandvik-it, Sandvik AB Intellectual Property le, mban dhe menaxhon IP e firmës, duke përfshirë 8 000 patenta.

ARM Holdings është një kompani britanike shumëkombëshe për gjysmëpërçuesit dhe software-t, e cila merr tarifa licencimi nga mikroprocesorët me energji-efektive të cilat ajo zhvillon, por që i prodhojnë kompani të tjera.

W.L. Gore & Associates është themeluar nga familja Gore në vitin 1958. Ajo ka zhvilluar

produkte të teknologjisë së lartë bazuar në një polimer të ri shumë të gjithanshëm. Bazuar në një patentë për një teknologji membranore, Gore ka zhvilluar një pëlhurë të veçantë që ajroset - e njohur nën shenjë tregtare Gore-TEX® - që është edhe i papërshkueshëm nga uji dhe era. Me mbi 9 500 të punësuar, ajo ka edhe markën tregtare të shprehjes "Guaranteed to Keep you Dry®", "e garantuar për të mbajtur ju të thatë®".

Dolby Laboratories përdor një kombinim të patentave për teknologjinë e mbrojtjes nga zhurma, reduktimin dhe markat tregtare të lidhura me të. E themeluar në vitin 1965, ajo është një kompani e suksesshme e teknologjisë së lartë me mbi 2 800 patentave të dhëna dhe rreth 2 700 patenta në pritje. Ajo ka gjithashtu mbi 990 marka tregtare në të gjithë botën. Të licencuarit janë të detyruar të përdorin markën tregtare Dolby në çdo produkt, duke përfshirë teknologjinë Dolby. Kompania bën rreth 86% të të ardhurave të saj nga licencimi i teknologjisë së saj.

Diapozitiv 7

Rëndësia e pronësisë intelektuale (II)

Linux-i është një shembull se si PI-ja mund të përdoret për të zbatuar "pronësinë publike" të pronës intelektuale. Zhvilluesit e software-ve nga burime të hapura mbështeten tek mbrojtja e PI-së (e drejta e autorit) për t'u siguruar që njerëzit që bazohen në punën e tyre duhet të respektojnë ca kushte të caktuara. Për shkak se e zotërojnë të drejtën e autorit, zhvilluesit e Linux-it janë në gjendje të kërkojnë që edhe përmirësimet në kodin Linux (që ata i dhurojnë falas) të jenë pa pagesë për t'u përdorur. Në këtë mënyrë, zhvilluesit e Linux-it sigurojnë se PI-të e tyre nuk shfrytëzohen nga askush për të kërkuar të drejta të reja pronësie. Është pikërisht sistemi i PI-së që u mundëson zhvilluesve të Linux-it të krijojnë njohuri që do të mbetet në dispozicion pa pagesë.

Një shembull tjetër është licenca Creative Commons. Kjo u mundëson autorëve t'u lejojnë njerëzve të tjerë të përdorin punën e tyre, në varësi të kushteve të caktuara, p.sh., që të deklarojnë emrin e tyre, ose që puna të mos përdoret komercialisht. Nëse publiku nuk është i njohur me licencimin, ne nuk e sugjerojmë përmendjen e këtij shembulli.

Shembuj të tjerë ku sistemi i PI-së përdoret në interes të publikut dhe jo për përfitim, përfshijnë Këshillin e Administrimit të Pyjeve (Forest Stewardship Council) (dru i prodhuar pa i shkatërruar pyjet) dhe Fairtrade International (fushatë për standardet e drejta në tregti). Këto organizata licencojë markat e tyre tregtare (Fairtrade, FSC) vetëm për ato kompani që janë të përgatitura për të përmbushur kritere të caktuara mjedisore dhe/ose morale.

Sistemi i PI-së siguron parandalimin e përdorimit pa leje të markave tregtare, në mënyrë të tillë që konsumatorët të jenë të sigurt se të gjitha produktet që mbajnë markën do t'u përmbahen me të vërtetë standardeve të premtuara.

Rëndësia e pronësisë intelektuale (II)

- PI-ja nevojitet për të bërë të mundur daljen e PI-së në sferën publike nën kushte të kontrolluara.
 - Licencim i Përgjithshëm i Publikut (GPL): Linux
 - Licenca e Creative Commons
- PI-ja ndihmon në garantimin e standardeve për përfitime publike nëpërmjet markave tregtare të licencuara.
 - Fairtrade International (FAIRTRADE)
 - Forest Stewardship Council (FSC)



Sistemi operativ LINUX dhe software të tjera me burim të hapur është pa pagesë, por përdoruesit duhet të pranojnë Leje e Përgjithshme Publike - ose GPL-në - e cila përfshin një marrëveshje për të bërë përmirësime edhe në GPL.

Creative Commons është një varg licencash mostra për libra, software, fotografi, etj. Autorët mund të lejojnë përdorimin pa pagesë, por mund të kërkojnë, për shembull, deklarin e emrave të tyre dhe që përdorimi të mos jetë për arsye jkomerciale.

Fairtrade International, e cila bën fushatë për produktet që tregtohen me ndershmëri, të tilla si kafja, dhe Këshilli për Mbikëqyrjen e Pyjeve drejtohen për përfitim publik dhe jo për përfitim monetar. Ata i licencës markat e tyre tregtare, përfshirë dhe Fairtrade-in dhe FSC-në, vetëm për ato kompani që janë të përgatitura për të përqaftuar disa kriteret mjedisore dhe / ose morale. Përdorimi pa leje i këtyre markave tregtare mund të parandalohet përmes sistemit të PI-së.

Diapozitiv 8

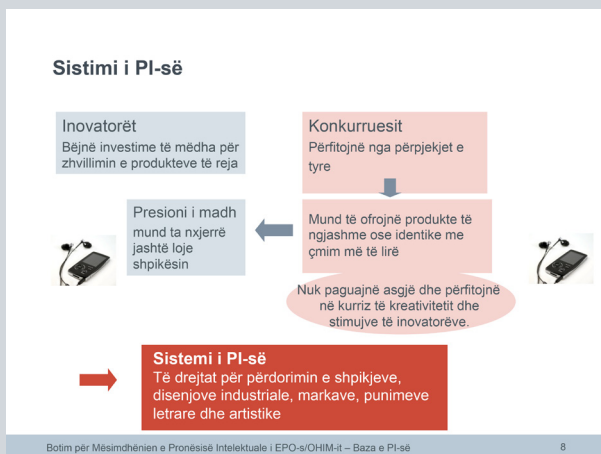
Sistemi i PI-së (diapozitiv i animuar)

Kurdo që një produkt i ri është i suksesshëm në treg, është shumë e mundshme që konkurrentët të ndjekin tendencën e tregut dhe të bëjnë të pamundurën për të bërë produkte të ngjashme ose identike.

Shpikësi i produktit origjinal mund të ketë investuar në mënyrë të konsiderueshme jo vetëm për zhvillimin e produktit, por edhe për krijimin e zinxhirit të furnizimit për prodhimin, duke e nxjerrë produktin e njohur në treg dhe duke gjetur distributorët.

Për shkak se konkurrentët futen në lojë në një fazë të mëvonshme, ata përfitojnë nga përpjekjet e shpikësit dhe, në këtë mënyrë, mund t'i ofrojnë produktet e tyre me një çmim më të lirë. Kjo mund ta vërë shpikësin nën presion të rëndë dhe në fund ta nxjerrë atë nga biznesi, ndërsa konkurrentët e tij mbështeten pa asnjë pagesë mbi kurrrizin e krijimtarisë së shpikësit.

Kjo është arsyeja pse shpikësit duhet të përdorin sistemin e PI-së për mbrojtjen e shpikjeve, projekteve, markave, veprave të tyre artistike dhe kështu me radhë. Sistemi i PI-së u jep atyre pronësi mbi punën e tyre dhe të drejta ekskluzive për të kontrolluar prodhimin, importin dhe shitjen e mallrave false.



Kurdo që një produkt i ri është i suksesshëm në treg, ka shumë gjasa që konkurrentët të përpiqen të bëjnë produkte të ngjashme ose identike.

Novatori ndoshta ka investuar në mënyrë të konsiderueshme për zhvillimin e produktit të ri, krijimin e zinxhirit të furnizimit për prodhimin, drejtimin e fushatave të marketingut dhe gjetjen e shpërndarësve.

Konkurrentët përfitojnë nga këto përpjekje. Ata kanë qasje më të madhe në treg, një lidhje më të mirë me shpërndarësit, dhe akses tek burimet primare më të lira. Si rezultat i kësaj ata janë në gjendje të ofrojnë produktet e tyre me një çmim më të lirë.

Për këtë arsye, novatorët ose shpikësit janë nën presion të madh dhe mund të kenë dalë jashtë biznesi, ndërkohë që konkurrentët përfitojnë pa paguar asgjë dhe tërësisht në kurriz të tyre.

Sistemi i PI-së ekziston për t'i ndihmuar shpikësit të mbrojnë shpikjet, dizajnet, markat, punëve artistike, dhe kështu me radhë. Ai u jep atyre pronësi mbi punën e prodhuar dhe të të drejta për të përjashtuar konkurrentët nga prodhimi, importimi dhe shitja e mallrave false.

Diapozitiv 9

Shembuj të pronësisë së vyer intelektuale

Ky diapozitiv përmban shembuj të vlerës që mbart pasja e një numri të aseteve të ndryshme të PI-së.

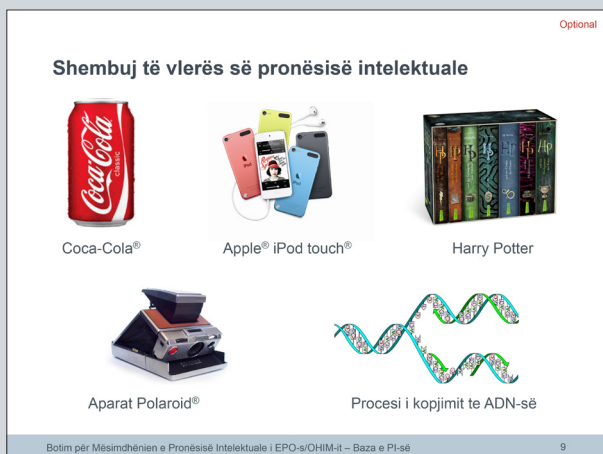
Coca-Cola (markë të regjistruar tregtare): Vlera e markës në vitin 2013 (markë = markë tregtare dhe e gjithë përvoja e konsumatorëve të Coca-Cola-s) vlerësohet të jetë 58.7 miliardë euro (78.4 miliardë dollarë).

Apple iPod touch player (marka tregtare të regjistruara dhe projekte të regjistruar, disa patenta): iPod-i jashtëzakonisht i suksesshëm mbështet avantazhet e tij konkurruese jo aq shumë në risitë teknike sesa në përvojën e konsumatorëve dhe dizajnin e veçantë. Apple ka aplikuar për marrjen e disa patenta "projektimi" (të njohura në Evropë si dizajne të regjistruara) për hartimin e iPod-it. Apple ka aplikuar po ashtu edhe për patenta përdoruesi për ndërfaqe të lidhura në iPod-in. Që prej prezantimit të iPod në vitin 2007 deri në vitin 2013 Apple ka shitur më shumë se 100 milionë njësi.

Harry Potter (markë e regjistruar tregtare dhe e drejta e autorit): Autorja origjinale e librit Harry Potter, J.K. Rowling, ka mbajtur të gjitha të drejtat e lidhura me PI-në. Kjo do të thotë se ajo është i vetmi person i lejuar për të shkruar një vazhdim të këtij libri. Në prill të vitit 2012 raportohet që ajo ka fituar 910 milionë dollarë - pothuajse një miliardë dollarë (ose 681 milionë euro) nga të drejtat e PI-së për tregimin e Harry Potter-it. Marka Harry Potter është vlerësuar me vlerë në më shumë se 11.2 miliardë euro (15 miliardë dollarë). Për krahasim: sipas çmimeve të vitit 2013, çmimi i arit ishte rreth 31 000 euro për kg. Kjo do të thotë që J.K. Rowling e konvertoi imagjinatën e saj në ekuivalentin e 22 000 kg ari. A nuk është kjo magji e vërtetë e pronësisë intelektuale!

Aparatet fotografike me teknologji të çastit (patentat): para ardhjes të aparateve fotografike dixhitale, teknologjia instant camera, apo aparatet fotografike të momentit, ishte shumë e dobishme. Në vitin 1991, Kodak u deklaruar se kishte shkelur shtatë patenta të menjëhershme fotografie të mbajtura nga Polaroidi dhe iu kërkua që t'i paguante Polaroidit 692 milion euro (925 milionë dollarë amerikanë) si dëmshpërblim pas një procesi gjyqësor që zgjati më shumë se 14 vjet. Kjo ishte shuma më e madhe e dëmshpërblimit për patentat paguar ndonjëherë, të paktën deri kohët e fundit, kur gjykata u shpreh se Apple duhet të paguante 786 milion euro (1.05 miliardë dollarë) në vitin 2012 në luftën me Samsung-un. Patentat ishin shumë të rëndësishme për Polaroid-in, pasi ato i lejonin posedimin e plotë të tregut të teknologjisë së menjëhershme për fotografitë (me përjashtim të Fujifilm, i cili e ka marrë një licencë Polaroid).

Procesi i kopjimit të ADN-së (patentat): Reaksion zinxhir polimerik (PCR) është një teknologji biokimike në biologjinë molekulare që përdoret për të plotësuar një ose më shumë kopje të një cope ADN-je nëpër disa gama madhësish, duke gjeneruar mijëra deri në miliona kopje të një sekuence të një ADN-je të caktuar (Wikipedia). Teknika e PCR-së është zhvilluar nga Kary Mullis dhe patentuar nga Cetus Corporation, një kompani Biotech, ku ka punuar Mullis në kohën kur e shpiku këtë teknikë në vitin 1983. Në vitin 1991, Cetus ia shiti të drejtat për patentat e PCR-së Hoffman-La Roche për 225 milion euro (300 milion dollarë amerikan). Kary Mullis-it iu dha Çmimin Nobel në Kimi në vitin 1993. PCR-ja tani është një teknikë e zakonshme që përdoret në laboratorët kërkimore për një sërë aplikimesh.



Këtu jepen disa shembuj të vlerës së pronësisë intelektuale.

Sipas kompanive të hulumtimit të tregut, marka Coca-Cola – dhe marka e saj tregtare – kanë vlerë prej rreth 58.7 miliardë euro (78.4 miliardë dollarë).

Më shumë se 100 milionë njësi të riprodhuesin Apple iPod touch music player janë shitur që prej hedhjes së tij në treg, në vitin 2007 deri në vitin 2013. iPod-i është e mbrojtur nga markat tregtare, dizajnet e regjistruara dhe patentat për ndërfaqen e përdoruesit.

Harry Potter autorja J.K. Rowling e ka konvertuar imagjinatën e saj në ekuivalentin e 22 000 kg ari – a nuk është kjo një magji e vërtetë e PI-së! Ajo ka fituar 910 milionë dollarë - rreth një miliard dollarë, ose rreth 681 milionë euro - nga e drejta e autorit të. Markë Harry Potter është vlerësuar me vlerën 15 miliardë dollarë amerikanë (EUR 11.2 miliardë).

Në vitin 1991, Kodak kishte për të paguar siguruan 692 milion euro (925 milionë dollarë) për Polaroid për përdorimin në mënyrë të paligjshme të shpikjes së patentuar të Polaroid për aparatet fotografike të çastit.

Në vitin 1991, kompania Biotech Corporation Cetus i shiti të drejtat e patentave PCR-së për procesin e kopjimit të ADN-së Hoffman-La Roche për 300 milionë dollarë amerikanë (225 milionë euro). Kary Mullis, i cili e ka shpikur PCR-në, u nderua me Çmimin Nobel në Kimi në vitin 1993.

Diapozitiv 10

Patentat

Dy diapozitivët më poshtë ofrojnë një prezantim bazë për patentat.

PATENTAT

Diapozitiv 11

Çfarë është patenta?

Patentat ndonjëherë konsiderohen si kontratë midis kërkuesit dhe shoqërisë. Kërkuesi është i interesuar për përfitimin (personal) nga shpikjen e tij. Shoqëria është e interesuar për:

- Nxijtjen e inovacionit në mënyrë që të mund të bëhen produkte më të mira dhe që metodat më të mira të prodhimit të mund të përdoret për të mirën e të gjithëve;
- Mbrojtjen e kompanive të reja inovative në mënyrë që ato të mund të konkurrojnë me kompanitë e mëdha të krijuara, në mënyrë që të ruajnë konkurrencën në një ekonomi;
- Gjetjen e detajeve të shpikjeve të reja në mënyrë që inxhinierët dhe shkencëtarët e tjerë të mund t'i përmirësojnë më tej ato;
- Promovimin e transferimit të teknologjisë (d.m.th. nga universitetet tek industrisë).

Pra, të dyja palët janë të interesuar në një kontratë që i jep mbrojtje shpikësve (duke rritur në këtë mënyrë edhe motivimin për inovacion) në këmbim të zbulimit të shpikjes. Kjo kontratë sociale është institucionalizuar në formën e ligjit për patentat.

Përkundrejt këtij sfondi, dalin thuajse natyrshëm dy kërkesa për mbrojtjen e patentës. Së pari, në qoftë se shpikja nuk është e re në botë, atëherë kërkuesi nuk ka asgjë për të mbajtur (si informacion të paditur më parë), dhe shoqëria nuk ka arsye për ta përfunduar kontratën e sipërpërmendur me të. Së dyti, në qoftë se shpikja është e re, por e qartë për një person të kualifikuar të fushës, atëherë kërkuesi nuk posedon asgjë që publiku i gjerë është i etur të mësojë dhe, sërish, nuk ka asnjë arsye për ta shkëmbyer ekskluzivitetin për publikimin e shpikjes.

Kërkuesit përfitojnë nga sistemi i patentës për shkak se ata kanë të drejtën t'i përjashtojnë të tjerët nga shfrytëzimi komercial i shpikjes. Këto të drejta janë të transferueshme.

Patentat i japin pronarëve të patentave të drejtën për të parandaluar të tjerët nga bërja, përdorimi ose shitja e shpikjes në vendin për të cilin është dhënë patenta, për një kohë të kufizuar. Pronarët e patentave mund të zgjedhin t'i licencojnë shpikjet e tyre për të tjerët, ose t'i lejojnë të gjithë që t'i përdorin shpikjet e tyre pa pagesë.

Për shembull, shumë teknologji të rëndësishme, të tilla si CD-të, DVD-të, teknologjitë e telefonave celularë dhe televizionet dixhitale mbulohen nga patenta të shumta individuale që licencojnë kompanitë me njëri-tjetrin (licencimi i tërthortë).

Nëse komercializimi i shpikjes tuaj do të thotë të përdorësh PI-së e personave të tjerë, atëherë ju duhet të keni lejen e tyre!

Çfarë është patenta?



- Patenta është një titull ligjor, i cili i jep mbajtësit
 - të drejtën ekskluzive për t'i ndaluar të tjerët nga bërja/prodhimi, përdorimi ose ofrimi për shitje, shitja ose importimi i një produkti që e cënon patentën pa autorizimin e tij
 - në vendet për të cilat është dhënë patenta
 - për një periudhë të caktuar kohe (deri në 20 vjet).
- Në këmbim të kësaj mbrojtje, mbajtësi i së drejtës duhet t'ia bëjë të njohur shpikjen publikut.

Të japë informacion (bërja publike)

→

Marrja e ekskluzivitetit (patenta)



Kërkuesi për patentë



Publiku

Patentat mund të jepen thuhet në të gjitha vendet e botës!

Botim për Mësimdhënien e Pronësisë Intelektuale i EPO-s/OHIM-it – Baza e PI-së

Ndonjëherë një patentë konsiderohet si një kontratë ndërmjet kërkuesit dhe shoqërisë.

Kërkuesit dhe pronarët e patentave janë të interesuar në përfitimin personal nga shpikjet e tyre.

Ata kanë të drejtë t'i parandalojnë të tjerët nga prodhimi, përdorimi, ofrimi për shitje, shitja ose importimi i një produkti që cenon patentën e tyre, për një kohë të kufizuar dhe në vendin në të cilin është dhënë patenta. Përgjithësisht për këtë është përdorimi për qëllime jo tregtare, për shembull përdorimi privat, ose kërkimet akademike.

Shoqëria është e interesuar për:

- inkurajimin e novacionit në mënyrë që të bëhen produkte më të mirë dhe të përdorin metoda më të mira prodhimi në përfitim të të gjithëve,
- mbrojtjen e kompanive të reja novative, në mënyrë që ato të konkurrojnë me kompani të mëdha, për të qenë konkurrenë në ekonomi,

- të mësuar detajet e shpikjeve të reja, në mënyrë që inxhinierë ose shkencëtarë të tjerë të mund t'i përmirësojnë më tej, dhe
- nxitjen e transferimit të teknologjisë, për shembull nga universitetet tek industria.

Në këmbim të kësaj mbrojtjeje, kërkuesi duhet t'i bëjë me dije publikut shpikjen që ka bërë, në mënyrë që të tjerët mund të mbështeten në të. Si rregull, zyrat e patentave i botojnë kërkesat pas 18 muajsh. Në këtë pikë, ato bëhen të dukshme për të gjithë.

Kjo "kartë sociale" institucionalizohet në formën e së drejtës së patentave.

Diapozitiv 12

Çfarë ekzaktësisht mund të patentohet? (diapozitiv i animuar)

Kërkesat për patentim ndryshojnë nga një vend në tjetrin.

Për të qenë të patentueshëm, shpikjet normalisht duhet të jenë të reja, të përfshijnë një hap shpikës dhe të jenë të zbatueshme në industri. Ato nuk duhet të jenë në kundërshtim me moralin ose "rendin publik".

Në shumicën e vendeve, patenta nuk mund të jepet lidhur me idetë, konceptet, zbulimet, programet kompjuterike, metodat e biznesit ose metoda të mësimdhënies, apo metoda diagnostikuese të ushtruara mbi trupin e njeriut apo të kafshëve, apo terapitë mjekësore, etj

Megjithatë, nëse një program kompjuterik përdoret për të arritur një rezultat teknik, p.sh. në një pajisje kontrolli elektronik, ai mund të patentohet. Sipas praktikës gjyqësore të EPO-s, në mënyrë që të jepet një patentë për një program kompjuterik, ai duhet për të sjellë, kur përdoret ose ngarkohet në një kompjuter, një "efekt të mëtejshëm teknik" që shkon përtej ndërveprimit "normal" fizik midis programit të kompjuterit dhe pajisjeve kompjuterike në të cilën ai përdoret. Efektet normale fizike të ekzekutimit të një programi, p.sh. rryma elektrike, nuk janë në vetvete të mjaftueshme për t'i dhënë karakter teknik programit kompjuterik. Nevojitet një "efekt i mëtejshëm teknik", p.sh. një menaxhim më efikas i kujtesës në një kompjuter

Për më shumë informacion shihni broshurën e Zyrës Evropiane të Patentave "Patents for software?" në adresën: www.epo.org/service-support/publications/issues/patents-for-software.html.

Konventa Evropiane e Patentave (EPC) jep një listë të plotë të lëndëve që përjashtohen nga patentimi në Evropë. Neni 52 shqyrton se çfarë nuk konsiderohet shpikje dhe neni 53 mbulon çfarë përjashtohet nga patentimi, edhe në qoftë se bëhet fjalë për një shpikje.

Përveç listës së lëndës ose aktiviteteve "të tilla", të cilat nuk konsiderohen shpikje për qëllime të dhënies së patentave evropiane, shpikjet që bien në ndonjë prej kategorive të mëposhtme përjashtohen nga patentimi:

- Shpikje, shfrytëzimi komercial i të cilave do të ishte në kundërshtim me "rendin publik" ose moralin publik (përfshirë, për shembull, proceset e klonimit të qenieve njerëzore apo përdorimin e embrioneve njerëzore për qëllime komerciale ose industriale).
- Varietetet bimëre ose shtazore, apo proceset thelbësisht biologjike për prodhimin e bimëve ose kafshëve (edhe pse "proceset mikrobiologjike dhe produktet e tyre" janë të patentueshme).
- Metoda për trajtimin e trupit të njeriut ose të kafshës me kirurgji ose terapi dhe metodat diagnostikuese që praktikohen në trupin e njeriut ose të kafshës (megjithëse "produktet, veçanërisht substancat ose kompozimet për përdorim në metoda të tilla, p.sh. medikamentet apo instrumentet kirurgjike, nuk përjashtohen).

Për më shumë informacion shihni broshurën e Zyrës Evropiane të Patentave, "Patents for life?", në adresën: brochure at www.epo.org/service-support/publications/issues/biotechnology.html.

Teksti i Konventës Evropiane të Patentave mund të gjendet në adresën: www.epo.org/epc.

Çfarë ekzaktësisht mund të patentohet?

Patentat mbrojnë shpikjet që zgjidhin problemet teknike:

- substanca kimike, farmaceutike
- proceset, metodat, përdorimet
- produktet, aparaturat, sistemet



Në mënyrë që të patentohet një shpikje, ajo përgjithësisht duhet të jetë:

- ✓ e re për botën (dmth që nuk është i disponueshëm për publikun në të gjithë botën)
- ✓ kreative (dmth jo një zgjidhje "lehtësisht e dukshme") dhe
- ✓ E përshtatshme për tu aplikuar në industri.

Në pjesën më të madhe të vendeve, patentat nuk jepen për metodat e biznesit, ose për rregulla loje si të tilla, ose për metodat e trajtimit, diagnostifikimit dhe operacionet mbi trupin e njeriut.



Botim për Mësimdhënien e Pronësisë Intelektuale i EPO-s/OHIM-it – Baza e PI-së

12

Sipas Konventës Evropiane të Patentave, ose EPC, "Patentat evropiane do të jepen për çdo shpikje, në të gjitha fushat e teknologjisë, me kusht që ato të jenë të reja, të përfshijnë një hap shpikës dhe të jenë të përshtatshme për aplikim industrial."

"E re për botën" do të thotë që nuk duhet të ketë pasur ndonjë shfaqje në publik të shpikjes përpara datës së depozitimit.

"Hapi shpikës" është shumë i vështirë për t'u vlerësuar. Për të vërtetuar nëse shpikja përfshin një hap shpikës, Zyra Evropiane e Patentave e krahason atë me atë çfarë do të kishte qenë e dukshme ër një person emagjinar me aftësi për artet në kohën e depozitimit.

EPC-ja nuk e përkufizon se çfarë është një shpikje. Megjithatë, ajo jep një listë jo shterruese të lëndës dhe aktiviteteve që nuk konsiderohen si shpikje. Zërat e listuara në fund të diapozitivit janë shprehimisht të përjashtuara nga patentueshmëria.

Diapozitiv 13

Bazat e të Dhënave

Diapozitivët më poshtë japin një prezantim bazë për bazat e të dhënave.

BAZAT E TË DHËNAVE

Diapozitiv 14

Çfarë është baza e të dhënave?

Përkufizim

Një bazë të dhënash është një koleksion punimesh të pavarura, të dhënash ose materialesh të tjera të rregulluara në mënyrë sistematike ose metodike dhe individualisht të arritshme me mjete elektronike apo të tjera. Ky përkufizim përfshin të bazat elektronike të të dhënave edhe bazën joelektronike të të dhënave (bazat elektronike të të dhënave mund të përfshijë koleksione në CD-ROM). Koleksioni në një bazë të dhënash mund të përbëhet jo vetëm nga veprat letrare, artistike, muzikore apo vepra të tjera të mbrojtura nga e drejta e autorit, por edhe materiale të tjera, të tilla si tekste, tinguj, imazhe, numra, fakte dhe të dhëna. Përmbajtja e bazës së të dhënave nuk duhet të jetë e mbrojtur (nga të drejtat e autorit).

Punimet, të dhënat apo materiale të tjera duhet të jenë "të pavarura". Kjo do të thotë se ato duhet të jenë të ndara nga njëri-tjetri, pa cënuar vlerat informative, letrare, artistike, muzikore apo të tjera. Mbi këtë bazë, një regjistrim ose punë audiovizive, kinematografike, letrare ose vepër muzikore, si e tillë, nuk bie brenda fushës së mbrojtjes. Sigurisht, këto vepra, si të tilla, mund të jenë të mbrojtura me të drejtën e autorit, nëse janë origjinale. Për shembull, një film përbëhet nga një koleksion kornizash të ndryshme, por këto korniza janë të ndërruara. Vetëm kur vihen së bashku ato janë në gjendje të tregojnë një histori.

Materialet e pavarura duhet të jenë të organizuara në mënyrë sistematike ose metodike dhe individualisht të arritshme në një farë mënyre. Marrëveshja nuk duhet të jenë fizikisht e dukshme. Koleksioni duhet të jetë pjesë e një baze fikse të një lloji forme, dhe duhet të përfshijë mjetet teknike, të tilla si proceset elektronike, elektromagnetike ose elektro-optike, ose mjeteve të tjera, të tilla si indeksat, tabelat e përmbajtjes, ose një plan apo metodë të veçantë klasifikimi, për të lejuar tërheqjen e çdo materiali të pavarur që është pjesë e koleksionit.

Për shembull, një listë e përhershme e një lige futbolli mund të përbëjë një bazë të dhënash. Hartimi i datave, kohës dhe ekipeve që kanë të bëjnë me ndeshje të ndryshme në një kampionat futbolli përbën një koleksion të pavarur me materiale. Të dhënat në lidhje me një ndeshje futbolli në një kampionat të veçantë kanë vlerë të pavarur, në kuptimin që ato u japin informacionin e duhur palëve të treta të interesuara. Gjithashtu, marrëveshja në formën e një liste të fiksuar plotëson kushtet si lidhur me organizimin sistematik dhe me qasjen individuale. Megjithatë, kjo nuk do të thotë që kjo bazë do të mbrohet dhe me të drejtën e autorit ose me të drejtën sui generis të direktivës përkatëse të BE-së (shih diapozitivin tjetër). Në çdo rast duhet të plotësohen kushtet e mbrojtjes.

Përfundim

Programet kompjuterike të përdorura në përgatitjen ose përdorimin e bazave të të dhënave përjashtohen nga mbrojtja. Megjithatë, këto programe mund të mbrohen si vepra letrare nën të drejtën e autorit, nëse i plotësojnë kushtet e përcaktuara në Direktivën e BE-së (shih diapozitivin tjetër).

Çfarë është baza e të dhënave?

- Bazat e të dhënave janë koleksione punimesh të pavarura, të të dhënave ose të materialeve të tjera, të organizuara në mënyrë sistematike ose metodike dhe që aksesohen individualisht me anë të mjeteve elektronike ose mjeteve të tjera.

Çfarë është baza e dhënave? Bazat e të dhënave janë koleksione punimesh të pavarura, të të dhënave ose të materialeve të tjera, të organizuar në mënyrë sistematike ose metodike dhe që aksesohen individualisht me anë të mjeteve elektronike ose mjeteve të tjera.

”Të pavarura” do të thotë që ato duhet të jenë të pavarura nga njëra-tjetra, pa u cenuar vlera e tyre informative, letrare, artistike, muzikore ose vlera të tjera.

”Në mënyrë sistematike ose metodologjike dhe individualisht të aksesueshme” do të thotë që materialet duhet të përfshihen në bazë fikse të

një lloji, dhe duhet të përfshijnë mjete teknike, të tilla si elektronike, elektromagnetike, ose procese elektro-optike, ose mejte të tjera, të tilla si një indeks, një pasqyrë lënde, ose një plan ose metodë të caktuar klasifikimi, për të lejuar gjurmimin e një materiale të pavarur që përmbahet brenda tij.

Shembuj që mund të konsiderohen si bazë të dhënash përfshin listën e fiksuar të një kampionati futbolli, ose një libër telefonik.

Diapozitiv 15

Fusha e mbrojtjes

Në BE mbrojtja e të dhënave mbulohet nga Direktiva 96/9 / EC.

Për të mbledhur, përzgjedhur dhe organizuar lëndë të lidhura me çështje në caktuar në një bazë të dhënash, duhen investime të konsiderueshme njerëzore, teknike dhe financiare. Pas kësaj pune fillestare, këto baza të dhënash mund të kopjohen me shumë pak kosto. Për pasojë, për këtë arsye nevojitet mbrojtja e investimit në sisteme moderne të ruajtjes dhe të përpunimit, e cila është arsyeja pse është vendosur në nivelin e BE-së që të ofrohet mbrojtje e dyfishtë për bazat e të dhënave: mbrojtja e të drejtës së autorit për strukturën e tyre dhe një e drejtë e re, e veçantë sui generis për përmbajtjen e tyre.

Këto dy lloje të drejtash vijnë me kushtet e tyre të mbrojtjes. Mbrojtja me ligj e së drejtës së autorit nuk çon automatikisht në mbrojtjen e të drejtës *sui generis*.

E drejta e autorit

Direktiva e BE-së për bazat e të dhënave përqendrohet tek struktura e bazës së të dhënave.

Një bazë të dhënash mund të mbrohet me të drejtën e autorit, nëse përzgjedhja apo rregullimi i përmbajtjes së saj është krijim intelektual i vetë autorit. Kriteri përkatës është origjinaliteti.

Autorësia e bazës së të dhënave i përket personit fizik (ose grupit të personave fizikë) që e ka krijuar atë. Personi juridik mund të marrë vetëm autorësinë pas përcaktimit përkatës dhe vetëm kur lejohet nga legjislacioni përkatës kombëtar.

Megjithatë, kjo mbrojtjen e të drejtës së autorit është e kufizuar në përzgjedhjen specifike origjinale apo rregullimin e përmbajtjes së bazës së të dhënave. Ekziston ende rreziku që përmbajtja e bazës së të dhënave të mund të kopjohet, ose tërësisht ose pjesërisht, dhe pastaj të riorganizohet nga një person i tretë. Edhe në qoftë se përmbajtja e dy bazave të të dhënave është e njëjtë, ende nuk ka shkelje të së drejtës së autorit nëse rregullimi ose organizimi është i ndryshëm. Për të ruajtur pozitën e krijuesve të bazës së të dhënave dhe mbrojtjen e investimeve financiare të tyre, dhe të investimeve të tjera për marrjen, përzgjedhjen, verifikimin dhe prezantimin e përmbajtjes së bazave të tyre të të dhënave, Direktiva u ofron atyre një të drejtë *sui generis*.

Të drejtat sui generis

Krijuesi i një baze të dhënash që mund të tregojë se ka patur një investim të konsiderueshëm cilësor dhe/ose sasior ose për marrjen, verifikimin apo paraqitjen e përmbajtjeve të bazës së të dhënave e merr të drejtën për t'i parandaluar të tjerët nga nxjerrja dhe/ose ripërdorimi i këtyre përmbajtjeve (ose plotësisht ose në një pjesë të konsiderueshme).

Krijuesi i një baze të dhënash nuk është domosdoshmërisht i njëjti person si autori i saj. Krijuesi është personi (fizik ose juridik), i cili merr nismën dhe rrezikun e investimit. Ky investim mund të përbëhet nga burimeve financiare dhe/ose investime në kohë, përpjekje dhe energji. Për shembull, hartimi i disa regjistrimeve të shfaqjeve muzikore në një CD nuk bie brenda fushëveprimit të direktivës, për shkak se ai nuk përfaqëson një investim të konsiderueshëm të mjaftueshëm.

Shënim: Lënda e përfshirë në një bazë të dhënash mbetet e pavarur. Përmbajtja në vetvete mund të mbrohet nga të drejta të tjera (të PI-së). Dispozitat e tjera ligjore mund të jenë ende të zbatueshme, veçanërisht dispozitat e lidhura me të drejtën e autorit dhe të drejtat e lidhura me të drejtën e autorit (d.m.th. të drejtat fqinje), patentat, markat tregtare, dizajnet, ligjet mbi praktikatat kufizuese dhe konkurrenca e pandershme, sekretet tregtare, konfidencialiteti, privatësia dhe e drejta kontraktuale. Objekti mbetet i mbrojtur nga këto të drejta ekskluzive dhe nuk mund të përfshihet në bazën e të dhënave pa lejen e mbajtësit të së drejtës.

Fusha e mbrojtjes

- Direktiva 96/9/EC për mbrojtjen ligjore të bazës së të dhënave
- Mbrojtja e të drejtave të autorit
 - Struktura
 - Origjinaliteti
 - Autorësia
 - Mbrojtja e kufizuar
- Mbrojtja *Sui generis*
 - Pëmbajtjet
 - Investimet
 - Bërësi
- Përfshihen programet kompjuterike

Botim për Mësimdhënien e Pronësisë Intelektuale i EPO-s/OHIM-it – Baza e PI-së

15

Në BE, bazat e të dhënave janë të mbrojtura me Direktivën 96/6 / EC mbi mbrojtjen ligjore të bazave të të dhënave. Direktiva parashikon dy forma të mbrojtjes, dmth mbrojtjen e autorit dhe mbrojtjen sui generis.

Një bazë të dhënash mund të jetë një punim i lidhur me të drejtën e autorit të mbrojtura, nëse marrëveshja ose përzgjedhja e pëmbajtjes është krijimi intelektual i vetë autorit. Me fjalë të tjera, një bazë të dhënash mbrohet nga e drejta e autorit, nëse përzgjedhja apo rregullimi i pëmbajtjes së saj është origjinale. I vetmi kriter i rëndësishëm është origjinaliteti.

Autorësia qëndron në nivelin e parë të rëndësisë me personin fizik i cili e ka krijuar bazën e të dhënave.

Mbrojtja e të drejtave të autorit mbulon strukturën e veçantë vetëm të të dhënave. Materiali i përfshirë në tënuk është i mbrojtur.

Megjithatë, ka ende një rrezik që të gjitha pjesët ose pjesë të konsiderueshme të pëmbajtjes së bazës së të dhënave mund të kopjohen, dhe pastaj të riorganizohen.

Përveç kësaj mbrojtje disi të kufizuar të së drejtës së autorit, direktiva e bazës së të dhënave parashikon edhe të drejtën sui generis për të mbrojtur investimet e veçanta të bëra nga prodhuesit e bazës së të dhënave. Prodhuesit duhet të tregojnë një investim të konsiderueshëm sasior dhe / ose cilësor ose në marrjen, verifikimin ose paraqitjen e pëmbajtjes së të dhënave të tyre. Ata kanë të drejtën ekskluzive për t'i parandaluar të tjerët nga nxjerrja dhe / ose ripërdorimi i të gjitha ose një pjese të konsiderueshme të pëmbajtjes së bazës e të dhënave.

Programet kompjuterike të përdorura në përgatitjen ose përdorimin e bazave të të dhënave përjashtohen nga mbrojtja.

Diapozitiv 16

Të drejtat dhe kufizimet

E drejta e autorit

Autori apo pronari i të drejtave të autorit të bazës së të dhënave ka të drejtën ekskluzive për të kryer ose për të autorizuar aktet e mëposhtme:

- Riprodhimin e përkohshëm ose të përhershëm me çfarëdo mjeti dhe në çdo formë, në tërësi ose pjesërisht.
- Përkthimin, përshtatjen, rregullimin dhe çdo ndryshim tjetër, si dhe çdo riprodhim, shpërndarje, komunikim, shfaqje apo bërje me dije të rezultateve të këtyre akteve për publikun.
- Çdo formë të shpërndarjes në publik të të dhënave apo të kopjeve të tyre.
- Çdo komunikim, shfaqje apo performancë për publikun.

Kohëzgjatja e këtyre të drejtave është afati që zbatohet për veprat e mbrojtura të autorit në përgjithësi, siç trajtohet në

Direktivën 2006/116 / EC lidhur me afatin e mbrojtjes së të drejtave të autorit dhe të drejtave të lidhura me të. Rregulli bazë është i skadimit të mbrojtjes 70 vjet pas vdekjes së autorit.

Nga ana tjetër, kryerja nga përdoruesi i ligjshëm e çdo akti të kufizuar me qëllim hyrjen në përmbajtjen e bazës së të dhënave dhe përdorimin normal të saj nuk kërkon autorizimin e autorit. Termi "shfrytëzuesi i ligjshëm" nuk përcaktohet në direktivë. Megjithatë, ai përfshin përdoruesit të cilët janë përzgjedhur nga mbajtësi i të dhënave për t'u vënë në dispozicion një kopje të të dhënave

Shtetet anëtare mund t'i kufizojnë të drejtat ekskluzive të zotëruesit në rastet e:

- Riprodhimit për qëllime private të bazave të të dhënave jo-elektronike;
- Përdorimit për të vetmin qëllim të ilustrimit të mësimdhënies ose kërkimeve shkencore (me kusht që të tregohet burimi dhe përdorimi të jetë për qëllime jokomerciale)
- Përdorimit për arsye të sigurisë publike
- Përfshirjeve të tjera lidhur me të drejtën e autorit, të cilat tradicionalisht autorizohen sipas ligjit kombëtar.

Të drejtat sui generis

E drejta sui generis ka një jetëgjatësi më të kufizuar.

Afati i mbrojtjes është 15 vjet. Ky afat mund të zgjatet nëse bëhet një ndryshim i konsiderueshëm, i cili mund të konsiderohet të jetë një investim i ri thelbësor.

Baza e të dhënave që rezulton nga ky investim do të ketë afatin e vet të mbrojtjes.

Sa i përket të gjithë apo një pjese të konsiderueshme të të dhënave, krijuesi i një baze të dhënash mund të parandalojë:

- Nxjerrjen, d.m.th. transferimin e përhershëm ose të përkohshëm të përmbajtjes në një tjetër medium me çfarëdo mjeti apo forme; dhe / ose
- Rishfrytëzimin, d.m.th. çdo formë për ta vënë bazën e të dhënave në dispozicion të publikut nëpërmjet shpërndarjes së kopjeve, marrjes me qera, shpërndarjes online apo formave të tjera të transmetimit.

Këto të drejta janë të kufizuara në lidhje me përdoruesit e ligjshëm. Nxjerrja ose ri-shfrytëzimi i pjesëve jothelbësore të përmbajtjeve së të dhënave lejohet për çfarëdo qëllimi. Përsëri, shtetet anëtare mund të zgjedhin të parashikojnë përjashtime të tjera për të drejtën sui generis. Këtu mund të përfshihet nxjerrja për qëllime private, për qëllime të ilustrimit të mësimdhënies, ose hulumtimeve shkencore, apo për arsye të sigurisë publike.

Të drejtat dhe kufizimet

- E drejta e autorit
 - Aktet e kufizuara
 - Përfashtimet
- Të drejtat *Sui generis*
 - 15 vjet
 - Parandalimi:
 - Nxjerrja
 - Ripërdorimi

Botim për Mësimdhënien e Pronësisë Intelektuale i EPO-s/OHIM-it – Baza e PI-së

16

Ky diapozitiv tregon fushën e mbrojtjes së ofruar nga direktiva për bazën e të dhënave. Sa i përket të drejtës së autorit, autori ose pronari i të drejtave të autorit të bazës së të dhënave ka të drejtën ekskluzive për të riprodhuar, përkthyer, përshtatur, të rregulluar dhe për të bërë ndryshime në bazën e të dhënave dhe për të shpërndarë, për të komunikojnë dhe për të shfaqin bazën e të dhënave në publik. Këto të drejta janë në përputhje me mbrojtjen e përgjithshme të të drejtave të autorit, siç është afati i mbrojtjes.

Si përjashtim, çdo performancë nga një përdorues i ligjshëm me qëllim aksesin në përmbajtje dhe përdorimin normal të saj përjashtohet nga objekti i mbrojtjes. përjashtime të tjera janë:

- riprodhimi për qëllime private të bazave të të dhënave jo-elektronike,
- përdorimi për të vetmin qëllim të ilustrimit të mësimdhënies ose kërkimeve shkencore,
- përdorimi për arsye të sigurisë publike dhe

- përjashtime të tjera për të drejtën e autorit të autorizuar sipas ligjit kombëtar.

Me të drejtën sui generis, afati i mbrojtjes është më i shkurtër. Ai është i kufizuar në 15 vjet.

Megjithatë, kjo periudhë mund të zgjatet, si çdo investim i madh duke ndryshuar në mënyrë të ndjeshme rezultate të bazës së të dhënave në një afat të ri të mbrojtjes për këtë bazë të dhënash.

Krijuesit e bazës së të dhënave mund të parandalojnë nxjerrjen - ose transferimin e përmbajtjes në një tjetër medium - dhe rishfrytëzimin, me fjalë të tjera, çdo formë që e bën bazën e të dhënave të disponueshme për publikun me çdo formë transmetimi.

Nxjerrja ose rishfrytëzimi i pjesëve jothelbësore të përmbajtjeve të të dhënave lejohet për çfarëdo qëllimi. Përsëri, shtetet anëtare mund të zgjedhin për përjashtime ra tek e drejtën sui generis, të tilla si nxjerrja e tyre për qëllime private, për qëllime të ilustrimit të mësimdhënies ose hulumtimeve shkencore, ose për arsye të sigurisë publike.

Diapozitiv 17

Markat tregtare

Diapozitivët më poshtë japin një prezantim bazë të markave tregëtare.

MARKAT TREGTARE

Diapozitiv 18

Çfarë është marka tregtare?

Një markë tregtare është një shenjë, e cila është e aftë të paraqitet grafikisht. Ajo bën dallimin e mallrave dhe shërbimeve të një firme apo kompanie (të cilat në ligj njihen si sipërmarrje), nga ato të një tjetër firme ose kompanie

Marka tregtare shërben për të treguar burimin tregtar ose origjinën e produkteve dhe shërbimeve që të cilat ato lidhen.

Në BE, kërkesa për përfaqësim grafik do të thotë që shenja duhet të jetë e qartë, e saktë, e mëvetësishme, lehtësisht e arritshme, e kuptueshme, e qëndrueshme dhe objektive. Vetëm shenjat të cilat i plotësojnë këto kushte mund të regjistrohen (shih diapozitivin tjetër).

Ka shumë lloje të ndryshme të markave:

- marka fjalë
- marka figurative
- marka formë
- marka në ngjyra (ku mbrojtja kërkohet për një ose më shumë ngjyra, pavarësisht nga format apo konfigurimet e veçanta)
- markat e tingullit
- markat e lëvizjes
- të tjera: marka të nuhatjes, shijes, holografike, pozitash dhe marka gjurmuese.

Mund t'u kërkonte studentëve të japin shembuj markash tregtare për secilën nga kategoritë e ndryshme të listuara më sipër.

Kur është fjala për refuzimin e markave tregtare, bëhet dallimi midis shkaqeve absolute për refuzim dhe shkaqeve relative për refuzim.

Në qoftë se një markë tregtare nuk ka karakter dallues – d.m.th. nuk është e aftë për të dalluar mallrat dhe shërbimet e kompanisë apo organizatës në fjalë - ajo përjashtohet nga mbrojtja.

Nga mbrojtja përjashtohen dhe markat të cilat janë përshkruese ose gjenerike. Një markë tregtare është përshkruese, nëse ajo përbëhet ekskluzivisht nga shenja ose indikacione të cilat mund të shërbejnë, në tregti, për të treguar llojin, cilësinë, sasinë, qëllimin e synuar, vlerën, origjinën gjeografike ose kohën e prodhimit të mallrave, ose për ofrimin e shërbimeve, ose karakteristika të tjera të mallrave ose shërbimeve. Një markë tregtare është e përgjithshme ose gjenerike në qoftë se ajo përbëhet ekskluzivisht nga shenja ose tregues të cilat janë bërë të zakonshëm në gjuhën e përditshme, ose me mirëbesim, si dhe kanë krijuar praktikatat e tregtisë.

Ekzistojnë dhe shkaqe të tjera absolute për ekzistencën e refuzimit, për shembull marka që janë në kundërshtim me politikatat publike dhe me parimet e moralit.

Me kusht që të mos ketë paqartësi në lidhje me origjinën e mallrave dhe shërbimeve, markat tregtare mund të bashkëekzistojnë në treg në mënyrë paqësore. Megjithatë, bashkëjetesa paqësore mund të mos jetë e mundur në qoftë se të dy markat janë kaq shumë të ngjashme sa që nuk është e mundur të bëhet dallimi ndërmjet tyre, ose në qoftë se konsumatorët mund të ngatërrojnë origjinën e mallrave dhe shërbimeve, d.m.th. nëse ata mund të mendojnë se mallrat dhe produktet vijnë nga e njëjta kompani. Gjasat ose rreziku i konfuzionit përbëjnë shkaqe relative për refuzimin e markës.

Çfarë është marka tregtare?

- Marka tregtare është çdo shenjë, e cila është e aftë për t'u përfaqësuar në mënyrë grafike, e cila bën dallimin e mallrave dhe shërbimeve të një sipërmarrjeje (kompanie ose organizate) nga mallrat dhe shërbimet e një tjetër kompanie.
- Ka shumë lloje të ndryshme: markë fjalë, figurë, ngjyrë, formë.
- Shkaqet absolute për refuzim.
 - Kur nuk ka karakter dallues.
- Shkaqe relative për refuzim
 - Kur bashkëjetesa e paqhtë e markave është e pamundur.

Botim për Mësimdhënien e Pronësisë Intelektuale i EPO-s/OHIM-it – Baza e PI-së

18

Një markë tregtare është një shenjë e cila është e aftë për t'u paraqitur grafikisht dhe që dallon mallrat dhe shërbimet që i përkasin një kompanie të veçantë. Markat tregtare shërbejnë për të treguar burimin tregtare ose origjinën e produkteve dhe të shërbimeve për të cilat ato jepen.

Lloje të ndryshme markash janë: fjalë, shenjat figurative, ngjyra dhe format.

Sipas përkufizimit, markat ose shenjat tregtare duhet të jenë të veçanta. Pra, mungesa e karakterit të veçantë është një shkak absolut për refuzimin e regjistrimit. Markat tregtare të cilat janë përshkruese ose të përgjithshme nuk janë të afta për të përmbushur funksionin e origjinës.

Arsye të tjera për refuzim absolut janë shenjat që janë në kundërshtim me politikat publike dhe parimet e moralit.

Shkaqet relative për refuzimin ekzistojnë kur bashkëjetesa paqësore e dy shenjave nuk është e mundur për shkak të mundësisë të konfuzionit të konsumatorit.

Diapozitiv 19

Regjistrimi

Për të marrë mbrojtje për një markë tregtare duhet që më parë të regjistrohet marka tregtare në zyrën përkatëse.

Në BE, regjistrimi është i mundur në tre nivele.

Megjithatë, pavarësisht nga niveli i përzgjedhur, është shumë e rëndësishme që të jeni i pari që e regjistroni markën. Kushdo që e regjistron i pari markën do ta marrë të drejtën për markën tregtare, edhe pse kjo mund të jetë në kundërshtim me realitetin për shkak të një përdorimi më të hershme, të paregjistruar të markës.

Prandaj është e rëndësishme që së pari të përdoret dhe të bëhet regjistrimi i markës tregtare, në mënyrë që të mbrohet me sukses marka nga persona të tjerë që dëshirojnë të marrin të drejtat mbi të.

Nëse mbrojtja me markë tregtare kërkohet vetëm në disa vende evropiane, ju mund të zgjidhni rrugën e njohjes kombëtare. Kërkesat kombëtare mund të dorëzohen në zyrat kombëtare të markës tregtare të vendeve ku dëshirohet mbrojtja.

Kërkesa dhe regjistrimi ndërkombëtar është po ashtu i mundur. Kërkesa për këtë gjë depozitohet në Organizatën Botërore të Pronësisë Intelektuale (WIPO). Nëse dëshironi mbrojtje në mbarë botën ky opsion është më i mirë. Shënim: Regjistrimi ndërkombëtar nuk çon në një markë supra-kombëtare, por në marka të ndryshme tregtare kombëtare dhe, nëse kërkohet, në një markë tregtare të komunitetit (Trade Mark Community) (CTM).

Kërkuesit mund të aplikojnë tek OHIM-ja për të marrë një markë tregtare të komunitetit (CTM), e cila ofron mbrojtje në të gjithë territorin e BE-së. Të interesuarit duhet ta marrin parasysh këtë opsion nëse duan mbrojtje në një numër më të madh të vendeve të BE-së.

Marka tregtare e komunitetit (CTM) ka karakter unitar. Kjo do të thotë që një shenjë nuk mund të regjistrohet si CTM në qoftë se nuk ka karakter dallues, ose në qoftë se ekziston një terren absolut për refuzim në vetëm një nga shtetet anëtare. Kërkesat për CTM-të do të refuzohen në qoftë se ka një konflikt me një të drejtë të mëparshme kombëtare.

Rrugët për regjistrim

- Kombëtar
- Ndërkombëtar
- Në nivel të BE-së
 - Marka Tregtare e Komunitetit

EPO/OHIM

Intellectual Property Teaching Kit - IP Basics

19

Ky diapozitiv tregon tre rrugë të ndryshme të regjistrimit që mund të çojnë në mbrojtjen e markës tregtare.

Markat tregtare duhet të regjistrohen në mënyrë që të marrin mbrojtjen e markës tregtare. Është thelbësore që të jesh i pari që regjistrohesh.

Regjistrimi është i mundur në nivel kombëtar.

Është gjithashtu e mundur që të paraqitet një kërkesë ndërkombëtare në WIPO, Organizatën Botërore të Pronësisë Intelektuale.

Në Evropë, aplikantët kanë mundësi të paraqitjes së kërkesës në OHIM me qëllim të marrjes së një Marke Tregtare të Komunitetit, e cili siguron mbrojtje në të gjithë BE-në.

Diapozitiv 20

Fusha e mbrojtjes

Një markë e regjistruar tregtare i jep pronarit të saj të drejtën ekskluzive për të parandaluar çdo njeri tjetër nga përdorimi i markës pa pëlqimin e tij gjatë ushtrimit të aktivitetit tregtues.

Megjithatë, kjo e drejtë ekskluzive zbatohet vetëm për mallrat dhe shërbimet për të cilat marka është e regjistruar, ose për mallra dhe shërbime të ngjashme. E njëjta markë mund të regjistrohet për mallra dhe shërbime të ndryshme nga një kompani tjetër, me kusht që nuk ka mundësi për konfuzion ndërmjet mallrave dhe shërbimeve që ofrohen nga kompanitë e ndryshme. Në disa raste, është e mundur që të njëjtat marka tregtare të bashkëekzistojnë në treg. Ky njihet si parimi i specialitetit.

Marka tregtare ofron një të drejtë ekskluzive që është territorialisht e kufizuar. Ato ofrojnë mbrojtje vetëm brenda territorit në të cilin janë regjistruar. Për markat kombëtare tregtare kjo do të thotë se mbrojtja mund të përdoret vetëm brenda territorit ku është marrë regjistrimi. Një markë tregtare e komunitetit (CTM) ofron mbrojtje në mbarë BE-në.

Markat tregtare janë të mbrojtura për një periudhë fillestare prej dhjetë vjetësh nga data e depozitimit të kërkesës.

Kjo mbrojtje mund të përtërihet për një afat shtesë prej dhjetë vjetësh. Nuk ka asnjë kufizim lidhur me numrin e rinovimeve.

Mbrojtja e markës tregtare mbaron kur:

- Nuk rinovohet mbrojtja.
- Mbajtësi i të drejtës së markës tregtare nuk përdor shenjën e tij tregtare. (Shënim: Kjo nuk përbën detyrim gjatë pesë viteve të para pas regjistrimit.)
- Marka tregtare shpallet e pavlefshme, për shkak se nuk është e mundur bashkëjetesa paqësore në treg, ose për shkak se pas regjistrimit është zbuluar një shkak absolut për refuzimin e markës.

Ka disa kufizime për këtë ekskluzivitet. Lejohet përdorimi i disa markave tregtare, për shembull, vetëm për qëllime private.

Fusha e mbrojtjes

- E drejtë ekskluzive, por
 - Parimi i specialitetit
 - Parimi i territorialitetit
- Potencialisht e vazhdueshme (rinovimi çdo dhjetë vjet)
- Rreziku i humbjes së mbrojtjes nëse:
 - Nuk përdoret pas pesë vjetësh
 - Konstatohet si e pavlefshme
- Përdorimet e lejuara

Botim për Mësimdhënien e Pronësisë Intelektuale i EPO-s/OHIM-it – Baza e PI-së

20

Pronarët e markës tregtare kanë një të drejtë ekskluzive për t'i parandaluar të tjerët nga përdorimi i markës së tyre në rrjedhën e tregtisë.

Markat tregtare janë regjistruar vetëm për mallra dhe shërbime të caktuara. E drejta ekskluzive e ofruar nga marka tregtare është e lidhur me këto mallra dhe shërbime të caktuara. Ky është parimi i specialitetit.

Një kufizim i dytë është parimi i territorialitetit. Mbrojtja e markës tregtare është e kufizuar në territorin ku është regjistruar marka.

Ndryshe nga të drejta të tjera të PI-së, markat tregtare mund të rinovohen pafundësisht. Çdo rinovim shton dhjetë vjet mbrojtje.

Ka disa mënyra të ndryshme në të cilat mund të përfundojë mbrojtja nga marka tregtare. Për shembull, kur gjatë pesë viteve të para pas regjistrimit nuk ka asnjë detyrim për ta përdorur markën. Pas kësaj periudhe fillestare, mungesa e përdorimit të vërtetë mund të çojë në anulimin e markës. Gjithashtu, një markë tregtare ende mund të shpallet e pavlefshme, nëse, pas regjistrimit, identifkohet një shkak absolut, apo ku bashkëjetesa paqësore në treg nuk është më e mundur.

Shtrirja e mbrojtjes është e gjerë, por lejohet ca përdorim nga të tjerët, për shembull për vetëm qëllime private.

Diapozitiv 21

Dizajnet

Diapozitivët më poshtë japin një prezantim bazë të dizajneve.

DISENJOT INDUSTRIALE

Diapozitiv 22

Çfarë është dizajni?

Një dizajn është pamja e jashtme apo e dukshme e së tërë produktit, ose e pjesëve të një produkti, që rrjedh nga karakteristikat e tij. Këto karakteristika mund të jenë:

- linjat
- ngjyra
- forma
- tekstura
- konturet
- materiale
- stolisja.

Një "produkt" është çdo send industrial apo artizanal. Pothuajse çdo send industrial ose artizanal mund të jetë objekt i mbrojtjes së dizajnit, përfshirë sa më poshtë:"

- paketimin e produkteve
- projektimin e produkteve normale të vetme
- dizajnin e produkteve të përbërë
- grupet e artikujve
- pjesët e produkteve
- simbolet grafike (dhe logot)
- tiparet tipografike
- ikonat kompjuterike
- vizatimet dhe veprat e artit
- stolisjet që mund të vihen në artikuj të ndryshëm
- projektimi i faqeve të internetit
- hartat
- stolisjet.

Para sesa një dizajn të mund të mbrohet, ai duhet të përmbushë dy kushte esenciale dhe substanciale. Ai duhet të jetë i paparë më parë ose i ri, dhe duhet të ketë karakter individual.

Risija

Kjo kërkesë mund të përmbushet vetëm nëse nuk është vënë në dispozicion për publikun më parë një dizajni i njëjtë, d.m.th. para një date të caktuar. Së pari, nuk duhet të ketë asnjë dizajner ose kompani/organizatë tjetër që ka ofruar më parë një dizajn të tillë identik. Së dyti, autori i dizajnit nuk duhet ta ketë vënë dizajnin e tij në dispozicion të publikut para datës së paraqitjes së kërkesës. Në momentin kur një dizajn i është vënë në dispozicion publikut, ai nuk paraqet më një dizajn të ri.

Karakteri individual

Përveç kërkesës për risi, një dizajn duhet të ketë "karakter individual". Kërkesa për karakterin individual do të thotë se dizajni duhet të japë përshtypje të ndryshme të përgjithshme nga të tjerë dizajne të zbuluara më herët. Përshtypja e përgjithshme që dizajni prodhon mbi "një përdorues të informuar" duhet të jetë e ndryshme nga përshtypja e përgjithshme e prodhuara mbi një përdorues të tillë nga ndonjë dizajn tjetër më të hershëm, i cili është bërë e njohur për publikun.

Disa lloje të dizajnit përjashtohen me ligj, sepse ato bien ndesh me rendin dhe moralin publik.

Çfarë është dizajni?

- Disenjoja industriale është pamja e jashtme e të gjithë produktit, ose e pjesëve të tij, e cila rezulton nga tiparet e tij.
- Produkt është çdo artikull industrial ose artizanal.
- Kërkesat për mbrojtje
 - Risia
 - Karakteri individual
- Disa përjashtime

Botim për Mësimdhënien e Pronësisë Intelektuale i EPO-s/OHIM-it – Baza e PI-së

22

Dizajni është pamja e jashtme e të gjithë produktit, ose e një pjese të një produkti. Një produkt mund të jetë çdo send industrial apo artizanal.

Shembuj të karakteristika të dizajnit përfshijnë linjat, ngjyrat dhe format. Shembuj të produkteve mbi të cilat ato aplikohen, ose në të cilën ato përfshihen përfshijnë paketimin dhe logot.

Ka dy kërkesa për mbrojtjen.

E para është risia. Dizajni duhet të jetë i ri. Me fjalë të tjera, nuk duhet të ketë dizajn tjetër identik që është në dispozicion të publikut.

E dyta është se dizajni duhet të ketë karakter individual. Kjo kërkesë nuk përmbushet nëse është zbuluar një dizajn, i cili krijon të njëjtën përshtypje të përgjithshme për përdoruesin e informuar.

Disa dizajne përjashtohen nga mbrojtja me ligj, sepse ata janë në kundërshtim me rendin publik dhe moralin.

Diapozitiv 23

Të drejtat e regjistruara dhe të paregjistruara të

Mbrojtja e dizajnit ka dy forma: dizajni i regjistruar dhe i paregjistruar.

Të drejtat e dizajnit mund të fitohen përmes regjistrimit në zyrat e PI-së. Këto njihen ndryshe si të drejta të regjistruara të dizajnit.

Regjistrimi është i mundur në tri nivele::

- Regjistrimi në nivel kombëtar me zyrën përkatëse kombëtare të PI-së;
- Regjistrimi ndërkombëtar në WIPO;
- Regjistrimi në mbarë Komunitetin (e BE-së) në OHIM.

Të drejtat e paregjistruar të dizajnit merren me zbulimin e dizajnit për publikun dhe përdorimin e tij nga publiku. Nuk ka nevojë për asnjë lloj regjistrimi. Dizajnet e paregjistruara mund të jenë të dobishme për ato lloje produktesh dhe dizajnesh që kanë një jetëgjatësi jashtëzakonisht të shkurtër, për të cilat procesi i regjistrimit mund të marrë një kohë të gjatë në krahasim me gjatësinë e kohës për të cilën është i vlefshëm dizajni.

Në nivelin e BE-së, Dizajni i Paregjistruar i Komunitetit (DUD) ekziston krahas Dizajnit të Regjistruar të Komunitetit.

UCD-ja ofron një mbrojtje më të kufizuar, e cila do të shpjegohet në një tjetër diapozitiv.

Të drejtat e regjistruara dhe të paregjistruara të disenjos

- Kombëtare
- Ndërkombëtare
- Në nivel të BE-së
 - Disenjo e regjistruar i Komunitetit
 - Disenjo e paregjistruar i Komunitetit

Botim për Mësimdhënien e Pronësisë Intelektuale i EPO-s/OHIM-it – Baza e PI-së

23

Mbrojtja e dizajnit ka dy forma: të regjistruara dhe të paregjistruara.

Është e mundur që të regjistrohen dizajnet në nivel kombëtar, ndërkombëtar dhe të BE-së. Regjistrimi ndërkombëtar i dizajnit drejtohet nga WIPO. Regjistrimi për të gjithë BE-së bëhet nga OHIM, ku aplikantët mund të marrin Dizajnin e Regjistruar të Komunitetit.

Mbrojtja në të gjithë BE-në është e mundur pa regjistrim. Kjo merr formën e Dizajneve të Paregjistruara të Komunitetit. Dizajnet e paregjistruara të komunitetit mund të jenë të dobishme për produktet dhe dizajnet që kanë një jetëgjatësi jashtëzakonisht të shkurtër, ku procesi i regjistrimit mund të marrë një kohë të gjatë në krahasim me gjatësinë e kohës për të cilën dizajni është i vlefshëm.

Diapozitiv 24

Fusha e mbrojtjes

Shtrirja e mbrojtjes përfshin çdo dizajn që nuk prodhon një përshtypje të përgjithshme të ndryshme për përdoruesit e informuar. Mbajtësi i së drejtës ka të drejtën ekskluzive mbi një dizajn që ka të njëjtën pamje të përgjithshme.

Për sa i përket fushëveprimit territorial të mbrojtjes, dizajnet e Komunitetit kanë efekt në të gjitha shtetet anëtare të BE-së, ndërkohë që dizajnet kombëtare ofrojnë mbrojtje në shtetet anëtare në të cilat ato janë të regjistruara.

Shtrirja e mbrojtjes e dizajneve të regjistruara është e ndryshme nga ajo e dizajneve të paregjistruara.

Mbrojtja e ofruar nga të drejtat e regjistruara është e plotë. Të drejtat e regjistruara i japin pronarit të drejtën ekskluzive për ta përdorur dizajnin dhe për të parandaluar të tjerët nga përdorimi i tij, në mënyrë të veçantë, nga bërja/prodhimi, ofrimi, hedhja në treg, importimi, eksportimi i çdo produkti ku është inkorporuar dizajni, ose tek i cili është aplikuar ai. Të drejtat e dizajneve të paregjistruara, nga ana tjetër, ofrojnë mbrojtje vetëm kundër kopjimit. Nuk ka mbrojtje kundër veprave të pavarura, apo krijimeve që mund të jenë identike ose të ngjashme me dizajnin e paregjistruar.

Pas regjistrimit, dizajnet mbrohen për një periudhë fillestare prej pesë vjetësh. Mbrojtja fillon nga data e depozitimit të kërkesës, jo nga data e regjistrimit. Afati i mbrojtjes mund të rinovohet për një ose më shumë periudha prej pesë vjetësh secila. Afati maksimal i mbrojtjes është 25 vjet nga data e depozitimit. Kjo do të thotë se dizajni mund të rinovohet për një maksimum prej katër herësh. Një e drejtë e një dizajni të paregjistruar ofron mbrojtje për deri në tre vjet.

Megjithatë, ka kufizime lidhur me mbrojtjen që ofrohet nga dizajnet. Disa veprime ose përdorimet e dizajnit nga palët e treta lejohen pa patur nevojë për autorizim. Këto përfshijnë, për shembull, akte private për qëllime jo komerciale.

Fusha e mbrojtjes

- Të drejtat ekskluzive
- Parimi i territorialitetit
- Kohëzgjatja
 - Të drejtat e regjistruara të disenjos : maksimumi 25 vjet
 - Të drejta të paregjistruara të disenjos : 3 vjet
- Përdorimet e lejuara

Botim për Mësimdhënien e Pronësisë Intelektuale i EPO-s/OHIM-it – Baza e PI-së

24

Të drejtat e dizajnit janë të drejta ekskluzive. Shtrirja e mbrojtjes për to është e gjerë dhe përfshin dizajne të cilat nuk prodhojnë një përshtypje të përgjithshme të ndryshme për përdoruesit e informuar. Përdorimi i këtyre dizajneve mund të parandalohet.

Mbrojtja e dizajnit është e kufizuar në territorin në të cilin është i regjistruar dizajni.

Shtrirja e mbrojtjes së ofruar nga dizajni i regjistruar dhe i paregjistruar është e ndryshme. Të drejtat e paregjistruara mbrojnë dizajnin vetëm kundër kopjimit, dhe për një periudhë kohore të kufizuar prej tre vjetësh. Të drejtat e regjistruara të dizajnit janë të forta. Nuk ka nevojë për të provuar kopjimit nga shkelësi. Dizajnet e regjistruara ofrojnë mbrojtje për një periudhë fillestare prej pesë vjetësh, e cila mund të rinovohet deri në katër herë.

Ka disa raste në të cilat mbajtësi i të drejtave nuk mund të kërkojë asnjë mbrojtje, dmth kur ligji thotë se përdorimi është i lejuar, për shembull, për përdorim privat.

Diapozitiv 25

Treguesit gjeografikë

Diapozitivët e mëposhtëm japin një prezantim bazë për treguesit gjeografikë.

TREGUESIT GJEOGRAFIKË

Diapozitiv 26

Çfarë janë treguesit gjeografikë?

Termi "tregues gjeografik" përkufizohet në nenin 22 (1) të Marrëveshjes së TRIPS-it, i cili thotë se një mall identifikohet me origjinën në territorin e një vendi anëtar, apo në një rajon ose lokaliteti në atë territor, ku një cilësi e caktuar, reputacioni apo karakteristika të tjera të mallit në thelb i atribuohet origjinës gjeografike të tij. Sipas Marrëveshjes, shtetet anëtare duhet t'i sigurojnë palët e interesuara me mjetet ligjore për të parandaluar përdorimin e përcaktimit ose paraqitjes së një malli që tregon apo sugjeron se malli në fjalë e ka origjinën në një zonë gjeografike të ndryshme nga vendi i vërtetë i origjinës, në një mënyrë që e mashtron publikun për origjinën gjeografike të mallit.

Në nivelin e BE-së, përdoren dy terma: treguesit gjeografikë të mbrojtur (PGI) dhe markë e mbrojtur origjine (PDO). Rregulloret e ndryshme të BE-së, përmendur më poshtë, sigurojnë mbrojtje për PGI-të dhe PDO-të për verërat, pijet alkoolike, produktet bujqësore dhe produktet ushqimore:

- Rregullorja e Këshillit Nr. 510/2006, datë 20 mars 2006, mbi mbrojtjen e treguesve gjeografikë dhe emërtimeve të origjinës për produktet bujqësore dhe ushqimore;
- Rregullorja e Këshillit Nr. 479/2008, datë 29 prill 2008, për organizimin e përbashkët të tregut të verës;
- Rregullorja Nr. 110/2008 e Parlamentit dhe Këshillit, datë 15 janar 2008, për përkufizimin, prezantimin, etiketimin dhe mbrojtjen e treguesve gjeografikë të pijeve alkoolike.

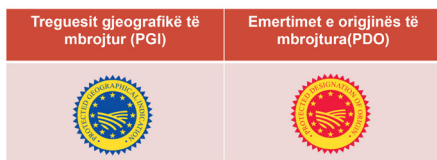
Këto skema të BE-së kanë për qëllim të nxisin diversifikimin e prodhimit bujqësor, të mbrojnë emrat e produkteve nga keqpërdorimi dhe imitimi, dhe t'i ndihmojnë konsumatorët duke u dhënë atyre informacion në lidhje me karakterin e veçantë të produkteve në fjalë.

Legjislacioni i BE-së parashikon simbole që mund të përdoren në etiketat ose paketimin e produkteve, emrat e të cilëve janë regjistruar si PDO apo një PGI. Të dy logot janë paraqitur në diapozitivë. Dallimi ndërmjet PDO-ve dhe PGI-ve shpjegohet në diapozitivin tjetër.

Për më shumë informacion kërkoni në adresën:
http://ec.europa.eu/agriculture/quality/index_en.htm.

Çfarë janë indikacionet gjeografike?

- Treguesit gjeografikë identifikojnë një produkt me origjinë në territorin e një vendi ose të një rajoni, ose të një lokaliteti në atë territor, i cili mbart cilësi specifike, reputacion apo karakteristika të tjera të cilat i gëzon për shkak të origjinës gjeografike të produktit.
- Mbrojtja bazuar në legjislacionin e BE-së



Botim për Mësimdhënien e Pronësisë Intelektuale i EPO-s/OHIM-it – Baza e PI-së

26

Në nivelin ndërkombëtar një përkufizim i asaj që nënkuptohet me termin "tregues gjeografik" është dhënë nga Marrëveshja TRIPS. Ky përkufizim jepet në këtë diapozitiv. Marrëveshja I detyron shtetet anëtare që të marrin masa dhe të sigurojnë mbrojtje ligjore kundër çdo lloji përdorimi të të dhënave gjeografike, të cilat mund ta çorientojnë publikun për origjinën gjeografike të mallrave në fjalë.

Në nivelin e BE-së bëhet një dallim në mes të treguesit gjeografikë të mbrojtur (PGI) dhe emërtimeve të mbrojtura të origjinës (PDO). Rregulloret e ndryshme të BE-së lejojnë regjistrimin e termave gjeografike si PGI dhe / ose PDO për verëra, pije alkoolike dhe të produkteve bujqësore dhe produkteve ushqimore.

Simbolet për PGI-të dhe PDO-të jepen në diapozitiv.

Diapozitiv 27

Dallimi ndërmjet PGI-ve dhe PDO-ve

Dallimi kryesor ndërmejt PGI-ve dhe PDO-ve është se, me PDO-të, ka një lidhje shumë të ngushtë ndërmjet vendit të veçantë gjeografik dhe karakterit të produktit. Me fjalë të tjera, kushte më të rrepta zbatohen për PDO-të

Dallimi bëhet i qartë nga neni 2 i Rregullores së Këshillit Nr. 510/2006 dhe Neni 34 i Rregullores së Këshillit Nr. 479/2008.

Legjislacioni evropian përfshin edhe **specialitetet tradicionale të garantuara (TSG)**, të cilat mbulohen nga Rregullorja Këshillit Nr. 509/2006 (KE). Këto janë produkte bujqësore ose ushqimore, të prodhuara duke përdorur materiale tradicionale të papërpunuara, ose që karakterizohen nga një përbërje tradicionale ose një mënyrë prodhimit dhe/ose përpunimi që reflekton një lloj të prodhimit dhe/ose përpunimit tradicional.

PDO-të

Nëse cilësitë ose karakteristikat e një produkti bujqësor ose të artikujve ushqimorë vijnë "esencialisht ose ekskluzivisht për shkak të një mjedisi gjeografik të veçantë me faktorët e vet të natyrshëm natyror dhe njerëzor", emri i vendit mund të konsiderohet si një PDO.

Gjithashtu, të gjitha fazat e procesit të prodhimit duhet të kryhen në zonën e përcaktuar. Kjo do të thotë se prodhimi, përpunimi dhe përgatitja e produktit duhet të zhvillohen në këtë zonë të veçantë gjeografike. Natyrisht, produkti duhet të vijë nga rajoni, vendi specifik, ose shteti të cilit i referohet emri përkatës.

PGI-të

Emri i një rajoni, vendi ose shteti specifik që përdoret për të përshkruar një produkt bujqësor apo ushqimor me origjinë nga ajo zonë gjeografike konsiderohet si tregues gjeografik nëse ky produkt ka një cilësi ose reputacion të veçantë, apo kur i atribuohet një tjetër karakteristikë e origjinës gjeografike. Mjafton nëse prodhimi dhe/ose përpunimi dhe/ose përgatitja e produktit bëhet në këtë zonë të veçantë gjeografike. Lidhja midis emrit, vendit dhe produktit është më pak strikte, por megjithatë të paktën një nga fazat e prodhimit, përpunimit ose përgatitjes duhet të zhvillohet në zonën e përcaktuar.

Për të gjetur se cilat emra të produkteve janë të mbrojtura si PDO ose PGI konsultohuni me bazën e të dhënave në adresën: http://ec.europa.eu/bujqësore/cilësi/index_en.htm (kliko mbi "bazën e të dhënave DOOR" nën "Related Info").

Dallimet ndërmjet Treguesve Gjeografikë dhe Emërtimeve të Origjinës.

- Për Emërtimet e Origjinës-të zbatohen kushte më strikte :
 - Lidhja ndërmjet emrit të vendit dhe produktit lidhet ose kryesisht ose ekskluzivisht me mjedisin e posaçëm gjeografik.
 - Të gjitha fazat nga prodhimi, përpunimi ose përgatitja, pozicionohen në zonën e përcaktuar gjeografike.

Kushtet që duhen plotësuar nga PDO-të janë shumë më të rrepta se ato për PGI-të.

Së pari, ekziston dallimi ndërmjet lidhjes së nevojshme midis emrit të vendit dhe produktit. Në rastin e PDO-ve, cilësitë ose karakteristikat e produktit duhet të jetë "esencialisht ose ekskluzivisht për shkak të një mjedisi gjeografik të veçantë me faktorët e natyrshëm natyrorë dhe njerëzorë". Në të kundërt, një term gjeografik mund të konsiderohet si një PGI kur cilësia e produktit apo reputacioni i tij i atribuohet origjinës së tij gjeografike.

Së dyti, mbrojtja si një përcaktim i origjinës është i mundur vetëm kur të gjitha fazat, nga prodhimi i lëndëve të para tek përgatitja e produktit përfundimtar zhvillohen në zonën e përcaktuar gjeografike. Për PGI-të është e mjaftueshme në qoftë se vetëm njëra nga ato faza gjendet në fushën përkatëse.

Diapozitiv 28

Modelet e përdorimit

Diapozitivët më poshtë japin një hyrje bazë për modelet e përdorimit.

MODELET E PËRDORIMIT

Diapozitiv 29

Çfarë është modeli i përdorimit?

WIPO-ja e përshkruan sistemin e modelit të përdorimit (UM) si më poshtë:

"Ashtu si një patentë, një model përdorimi jep një grup të drejtash për një shpikje për një periudhë të kufizuar kohore, gjatë së cilës mbajtësi i të drejtave të përdorimit mund të shfrytëzojë komercialisht shpikjet në bazë ekskluzive. Afatet dhe kushtet për dhënien e modeleve të përdorimit janë të ndryshme nga afatet dhe kushtet për patentat "tradicionale". Për shembull, modelet e përdorimit jepen për një kohëzgjatje të shkurtër (3 deri në 10 vjet) dhe, në shumicën e zyrave, kërkesat pranohen pa shqyrtim substancial. Si edhe në rastin e patentave, procedurat për dhënien e të drejtave të modeleve të përdorimit udhëhiqen nga rregullat dhe rregulloret e zyrës kombëtare të pronësisë intelektuale (PI-së), dhe të drejtat janë të kufizuara në juridiksionin e autoritetit lëshues

Është e rëndësishme të mbani parasysh se një model përdorimi është një e drejtë territoriale që mund të ofrojë vetëm mbrojtje në vendin e autoritetit lëshues. Për shembull, një model përdorimi gjerman është i vlefshëm vetëm në Gjermani dhe nuk ofron mbrojtje në Francë apo në ndonjë vend tjetër.

Çfarë është modeli i përdorimit?



- Një model përdorimi i jep mbajtësit të së drejtës ekskluzive të drejtën e parandalimit nga palët e treta nga:
 - Shfrytëzimi i një shpikje (p.sh. bërja, përdorimi, ofrimi për shitje)
 - Pa autorizim në vendin ku është regjistruar modeli i përdorimit për një periudhë të shkurtër (3 deri në 10 vjet).
- Mbajtësi i të drejtës duhet t'ia bëjë me dije shpikjen publikut.

Bërja me dije e shpikjes (paraqitja)



Marrja e mbrojtjes (modeli i përdorimit)

Botim për Mësimdhënien e Pronësisë Intelektuale i EPO-s/OHIM-it – Baza e PI-së 29

Modelet e përdorimit janë të drejtat e pronësisë intelektuale që mbrojnë shpikjet teknike, ashtu si patentat. Ndryshe nga patentat, modelet e përdorimit përdoren në disa vende - për shembull në Austri, Kinë, Gjermani dhe Japoni, por jo në ca vende të tjerat, për shembull në Kanada, Britani të Madhe dhe SHBA.

Në përgjithësi, kërkesat për modelet e përdorimit duhet të dorëzohen në vendin ku aplikanti është duke kërkuar mbrojtje për shpikjen e tij.

Nuk nuk ka një model europian ose ndërkombëtar të shërbimeve, përveçse në Afrikë, dhe në Evropë nuk ka as ndonjë opsion të centralizuar për paraqitjen e kërkesave. Megjithatë, në disa vende, modelet e përdorimit mund të paraqitet në bazë të një aplikimi ndërkombëtar PCT.

Në varësi të ligjit në vendin përkatës, modelet e përdorimit ofrojnë mbrojtje për deri në një maksimum prej 10 vjet. Kjo situatë është e ndryshme nga patentat, të cilat ofrojnë 20 vjet mbrojtjes.

Në shumicën e vendeve, modelet e përdorimit regjistrohen pa shqyrtim, brenda disa muajve nga paraqitja e kërkesës. Ata mund të jepene ose plus patentës, ose në vend të patentës.

Diapozitiv 30

Fusha e mbrojtjes krahasuar me patentat

Modelet e përdorimit ofrojnë mbrojtje për shpikjet që janë të reja, krijuese dhe të përdorshme në industri. Në këtë drejtim, ato janë shumë të ngjashme me patentat. Megjithatë, ndryshe nga patentat, në shumicën e vendeve, kërkesat thelbësore (risi, hap krijues, përdorshmëria industriale) nuk shqyrtohen kur një model shërbimesh është i regjistruar dhe i publikuar. Si në rastin e dizajneve të regjistruara dhe markave të regjistruara tregtare, modelet e përdorimit janë po ashtu të drejta të regjistruara të PI-së që janë pjesërisht të pakontrolluara.

Ligjet për modelet e përdorimit mund të ndryshojnë nga një vend tek tjetri.

Kjo vlen edhe për ligjet kombëtare për patentat. Me thënë të drejtën, pothuajse çdo pikë kryesore në këtë diapozitiv duhet të fillojë me fjalët “në shumicën e vendeve”, pasi ka edhe përjashtime të shumta. Për shembull, ligji francez i patentave nuk përcakton të njëjtën procedurë provimi si ligji gjerman i patentave në lidhje me hapin krijues. Megjithatë, në vend që të rendisim përjashtimet, ne kemi shënuar dallimet e mëdha ndërmjet ligjit të modelit të shërbimeve dhe të ligjit të patentave që ekzistojnë në shumicën e vendeve.

- Modelet e përdorimit janë të drejta PI-je të regjistruara. Çdo palë e interesuar mund të konsultohet me regjistrin për të gjetur modele të regjistruara përdorimi (nuk është e mundur me të drejta të paregjistruara).
- Modelet e përdorimit janë të drejta territoriale. Ato janë të vlefshme vetëm në një vend, përkatësisht në vendin e autoritetit lëshues. Për shembull, një model gjerman përdorimi është i vlefshëm vetëm në Gjermani dhe nuk ofron mbrojtje në Francë apo në ndonjë vend tjetër.
- Kërkesat për modelet e përdorimit duhet të dorëzohen në mënyrë individuale në zyra të veçanta kombëtare. Nuk ka asnjë ekuivalent PCT-je ose rrugë të EP-së/BE-së për modelet e përdorimit. Në shumë vende është e mundur të paraqitet një kërkesë për model përdorimi bazuar në një aplikim PCT-je, dhe të paraqitet një kërkesë për PCT duke pretenduar përparësinë e një modeli përdorimi.
- Modelet e përdorimit sigurojnë mbrojtje për shpikjet teknike, por normalisht jo për metodat apo proceset. Disa vende, si Gjermania, nuk lejojnë mbrojtjen e bioteknologjisë.
- Përkufizimi i risisë mund të jetë i ndryshëm për të dy llojet e mbrojtjes. Për shembull, Gjermania ende i lejon modelet e përdorimit pasi një produkt ka qarkulluar në treg për gjashtë muaj.

- Modelet e përdorimit ofrojnë mbrojtje për një kohëzgjatje maksimale prej tre deri në dhjetë vjet. Ky kufizim, në kombinim me regjistrimin e shpejtë të modeleve të përdorimit, i bën modelet e përdorimit tërheqëse për shpikjet me jetëgjatësi më të shkurtër.
- Modelet e përdorimit zakonisht nuk përfshijnë një raport kërkimi (përjashtim është Austria, për shembull). Në disa vende (p.sh. Gjermani) raportet e kërkimit vihen në dispozicion vetëm nëse kërkohen.
- Modelet e përdorimit përbëjnë të drejta të pakontrolluara PI-je, d.m.th. ato nuk shqyrtohen në lidhje me risinë, hapin krijues apo përdorshmërinë industriale. Përjashtim përbën Brazili (provimi i ngjashëm si për kërkesat për patentë).
- Në shumicën e vendeve, vlefshmëria e një modeli përdorimi lidhet me risinë dhe hapi krijues shqyrtohet vetëm nëse ka kundërshti për modelin e përdorimit, d.m.th. për revokimin ose shkeljen e procedurave. Patentat jepen pas një procedure shqyrtimi. Prandaj, një patentë e botuar (dhe e dhënë) ofron më shumë siguri se një model i regjistruar dhe i publikuar përdorimi.
- Tarifat procedurale për modelet e përdorimit mund të jenë më të ulëta se sa ato për kërkesat kombëtare për patentë.
- Megjithatë, fakti që modelet e përdorimit janë të vlefshme më shpejt se patentat, dhe se ka kërkesa të ndryshme për risi dhe për hapa të rinj, në përgjithësi marrja e këtyre modeleve është më e rëndësishme se kursimet potenciale në kosto.

Objekti i mbrojtjes krahasuar me patentat	
Modelet e përdorimit	Patentat
- Të drejta të regjistruara territoriale të PI-së - Të disponueshme në një numër të kufizuar vendesh - Nuk ka depozitim qendror në Evropë - Mbrojtje për 3 -10 vjet - Raportet kontrolli vetëm në disa shtete - Regjistrohen dhe botohen vetëm pas ca muajsh - Përgjithësisht nuk ka ekzaminim thelbësor (risia, stimujt) - Analizohen vetëm në proceset e revokimit, ose të shkeljes	- Të drejta territoriale të regjistruara të PI-së - Të disponueshme në pjesën më të madhe të vendeve - Depozitimi qendror është i mundur (p.sh. EPO for Europe) - Mbrojtje për deri në 20 vjet - Raportet e kërimit janë standarde - Aplikimet janë botuar pas 18 muajsh - Shqyrtim thelbësor (risi, hap shpikës) - Dhënie e patentës ose refuzim pas procedurës për shqyrtimin substantiv
Botim për Mësimdhënien e Pronësisë Intelektuale i EPO-s/OHIM-it – Baza e PI-së	
30	

Ky diapozitiv krahason disa nga aspektet kryesore të modeleve të përdorimit me aspektet kryesore të kërkesave për patenta dhe patentat e dhëna. Modelet e përdorimit dhe patentat janë dy të drejta të regjistruara territoriale që ofrojnë mbrojtje për shpikjet teknike. Ndryshe nga patentat, modelet e përdorimit janë të vlefshme vetëm në vende të caktuara. Modelet e përdorimit duhet të dorëzohen në mënyrë individuale në çdo vend ku dëshirohet mbrojtja, ndërsa kërkesa për patentë mund të depozitohet në nivel qendror në EPO apo WIPO. Modelet e përdorimit ofrojnë mbrojtje për 3 deri në 10 vjet, ndërsa patentat ofrojnë mbrojtje për 20 vjet.

Modelet e përdorimit normalisht regjistrohen pa një kërkim apo raport mbi arritjet e mëparshme. Raportet e kërimit janë standarde për aplikimet për patenta. Përjashtime ekzistojnë, për shembull, në Austri, ku raportet e kërimit prodhohen edhe për modelet e përdorimit. Modelet e përdorimit normalisht regjistrohen dhe publikohen brenda pak muajsh, ndërkohë

që aplikimet patentë botohen zakonisht pas 18 muajsh. Publikimi i një aplikimi për patentë është hap procedural para shqyrtimit të aplikimit.

Në përgjithësi, modelet e përdorimit regjistrohen pa shqyrtim substancial si për risi, shpikje ose zbatueshmërinë industriale. Ka disa përjashtime, si për shembull Brazili. Rezultati i procedurës së provimit është ose dhënia ose refuzimi i aplikimit. Vlefshmëria e modeleve të përdorimit në lidhje me hapin e rrisë dhe krijimtarinë rishikohet vetëm në rast revokimi ose shkeljes të procedurave. Patentat e dhëna janë rezultat i një procedure shqyrtimi.

Patenta ende mund të kundërshtohet në procedurat e mëvonshme. Avantazhi financiar i modeleve të përdorimit përmendet shpesh. Megjithatë, ndërsa një model i vetëm përdorimi është padyshim më i lirë se një shumicë aplikimesh për patenta, centralizimi i kërkesave për një patentë për shumë vende është shumë më pak kompleks se paraqitja e shumë modeleve të përdorimit në vende të ndryshme me gjuhë të ndryshme.

Avantazhi më i madh i parashtruar në një model përdorimi është shpesh shpejtësia me të cilën bëhet regjistrimi.

Diapozitiv 31

Të drejtat e varieteteve të bimëve

Diapozitivët më poshtë japin një prezantim bazë të të drejtave të varieteteve të bimëve.

TË DREJTAT E VARIETETEVE TË BIMËVE

Diapozitiv 32

Çfarë janë të drejtat e varieteteve të bimëve?

Të drejtat e varieteteve të bimëve i japin zotëruesit të së drejtës, të drejtën ekskluzive për të shfrytëzuar varietete të reja bimësh.

Varietetet e bimëve mund të mbrohen nëse:

- materiali është i ri - i shumuar ose i korrur, dhe nuk ka qënë në dispozicion në vendin e aplikimit më shumë se një vit më parë se të bëhet kërkesa, ose më shumë se katër vjet në vende të tjera.
- i dallueshëm - është qartë i dallueshëm nga çdo varietet tjetër, ekzistenca e të cilit është çështje e njohurive të përbashkëta në kohën e paraqitjes së kërkesës.
- uniform - një varietetet është uniform në qoftë se vërehet vetëm një numër i kufizuar bimësh me karakteristika përkatëse të ndryshme në një cikël shumimi.
- të qëndrueshme - karakteristikat përkatëse të varietetit mbeten të pandryshuara pas shumimit të përsëritur.

Të drejtat e varietetit të bimëve i jepen atij që merret me rritjen e tyre. Ky është ose personi që e ka rritur kulturën, ose personi që e ka zbuluar dhe zhvilluar atë, apo punëdhënësi i atij personi, ose pasardhësi në titull i çdonjërit prej këtyre personave.

Të drejtat e varieteteve të bimëve fitohen përmes regjistrimit. Ato mund të regjistrohen në organin kompetent në shtetet e veçanta anëtare të Unionit Ndërkombëtar për Mbrojtjen e Varieteteve të Reja të Bimëve (UPOV-it) (= Regjistrimi kombëtar), ose në Zyrën e Varieteteve të Bimëve të Komunitetit për regjistrimin e të drejtave të varieteteve të bimëve të Komunitetit (regjistrimi i vlefshëm në të gjithë Bashkimin Evropian).

Çfarë janë të drejtat e varieteteve të bimëve?

- Të drejta ekskluzive shfrytëzimi për varietete të reja bimësh
- Katër kërkesat për mbrojtje:
 - risia
 - të qëniti i dallueshëm
 - uniformiteti
 - stabiliteti
- Mbajtësi i të drejtave = kultivuesi
- Fitohet përmes regjistrimit

Botim për Mësimdhënien e Pronësisë Intelektuale i EPO-s/OHIM-it – Baza e PI-së

32

Të drejtat për varietetet e bimëve i japin zotëruesit të drejtën ekskluzive për të shfrytëzuar varieteteve të reja të bimëve.

Një varietet bimësh mund të mbrohet nëse bëhet fjalë për një varitet të ri, të dallueshëm, uniform dhe të qëndrueshëm.

Personi që ka të drejta mbi të drejtat ekskluzive përmendet në tekstet ligjore si "kultivues". Kultivuesi mund të jetë personi që e ka kultivuar kulturën, ose punëdhënësi i këtij person.

Të drejtat e varieteteve të bimëve fitohen përmes regjistrimit, qoftë në nivel kombëtar, në ndonjë prej shteteve anëtare të Konventës së UPOV-it, ose në Zyrën e Varieteteve të Bimëve të Komuniteti, e cila ofron mbrojtje të gjerë në të gjithë BE-në.

Diapozitiv 33

Fusha e mbrojtjes

Kohëzgjatja

Të drejtat e varieteteve të bimëve jepen për një periudhë të caktuar. Në shtetet anëtare të UPOV-së kjo periudhë nuk mund të jetë më e shkurtër se 20 vjet nga data e dhënies së të drejtës. Për pemët dhe rrushin, periudha nuk mund të jetë më e shkurtër se 25 vjet nga ajo datë. Afati i Komunitetit për të drejtat e varieteteve të bimëve shkon deri në fund të vitit të 25-të kalendarik pas vitit të dhënies së të drejtës ose në rastin e varieteteve të hardhisë dhe pemëve, deri në fund të vitit të 30-të kalendarik pas vitit të dhënies së të drejtës

Objekti

Të drejtat e varieteteve bimore mund të jepen për materialin për shumim apo në kushte të caktuara, materiale të korrura, të cilat fitohen nga varieteti i mbrojtur, si dhe varietete jo të dallueshme apo varietete derivate, dhe linjat prindërore e hibride.

"Materiali shumues/shtues" është materiali riprodhues ose vegjetativ për shumim i varietetit. Për bimët që mund të shtohen në aspektin vegjetativ (me anë prerjes, krasitjes, etj.), materiali shtues vegjetativ vlerësohet se përfshin pjesët e bimëve që përdoren për prodhimin e bimëve të reja (për shembull, fara, prerje dhe krasitje), ose bimë të tëra.

Konventa e UPOV-së nuk e përkufizon "materialin e fituar". Neni 14 (2) i Aktit të vitit 1991 përcakton se, në mënyrë që të shtrihet më tej e drejta e kultivuesit dhe për veprime në lidhje me materialin e vjelë, materiali i korrur duhet të jetë marrë me anë të përdorimit të paautorizuar të materialit për shumim dhe kultivuesi nuk duhet të ketë patur mundësi të arsyeshme për të ushtruar të drejtën e tij në lidhje me këtë material shtues.

Veprat që kërkojnë autorizimin e kultivuesit.

Aktet e mëposhtme bien brenda fushës së mbrojtjes dhe kërkojnë autorizimin e kultivuesit

- prodhimi ose shumime të ndryshme
- kushtëzimi me qëllim të përhapjen
- oferta për shitje, shitja ose marketing tjetër
- eksportimi ose importimi
- stoku për secilën nga qëllimet e përmendura më sipër.

Farat e ruajtura në fermë ("privilegji i fermerëve")

Neni 15 i UPOV-së (91) parashkon se secili shtet palë mundet, brenda kufijve të arsyeshme dhe duke iu nënshtruar ruajtjes së interesave legjitime të kultivuesit, të kufizojë të drejtën e kultivuesit në lidhje me çdo varietet në mënyrë që t'u lejojë fermerëve të përdorin për qëllime shumimi, në pronat e veta, produktin e të korrave, të cilin ata e kanë marrë nga mbjellja, në pronat e tyre, e varietetit të mbrojtur ose varieteteve të mbrojtura, të cilat nuk janë të dallueshme nga ai, apo që nuk kanë kryesisht varietete të derivuara. Sipas Konventës së UPOV-së, ky përjashtim ka qenë fakultativ për shtetet anëtare (vini re përdorimin e fjalës "mund" në artikull).

Në sistemin evropian, Neni 14 i Rregullores së Këshillit Nr. 2100/94 (KE) parashikon një listë të specieve për të cilat zbatohet ky përjashtim. Fermerët që përfitojnë nga ky përjashtim janë të detyruar të paguajnë një shpërblim të barabartë me mbajtësit, shuma e të cilit duhet të jetë dukshëm më e ulët se shuma për prodhimin e licencuar të materialit për shumim të të njëjtit varietet në të njëjtën zonë. Fermerët e vegjël janë të përjashtuar nga kjo pagesë.

Fusha e mbrojtjes

- Kohëzgjatja
 - Të paktën 20 vjet
 - Të paktën 25 vjet për varietetet e verës dhe të specieve të pemëve
- Lënda
 - Material shtues
 - Material i kultivuar
- Aktet objekt autorizimi
- Perjashtimet

Botim për Mësimdhënien e Pronësisë Intelektuale i EPO-s/OHIM-it – Baza e PI-së

33

Të drejtat ekskluzive të varieteteve bimore jepen për një periudhë të caktuar kohe. Në vendet anëtare të UPOV ky afat mbrojtjeje nuk mund të jetë më i shkurtër se 20 vjet. Për pemët dhe rrushin afati minimal është 25 vjet.

Kultivuesi ka të drejta ekskluzive lidhur me materialin për shumim dhe materialin e kultivuar. "Material për shumim" është material riprodhues ose vegjetativ për shumimin e varietetit. "Materiali për kultivim/korrje" nuk është përcaktuar në Konventën e UPOV-it. Ky është material që duhet të jetë marrë me anë të përdorimit të paautorizuar të materialit për shumim. Seleksionuesi nuk duhet të ketë pasur mundësi të arsyeshme për të ushtruar të drejtën e tij në lidhje me materialin për shumim.

Disa akte që lidhen me këtë material kërkojnë autorizimin e kultivuesit/zotëruesit. Këto janë prodhimi ose riprodhimi (i njohur edhe si shumëzim), ajrimi për qëllim të shumimit, ofrimi për shitje, shitja apo marketime të tjera,

eksportimi dhe importimi, dhe ruajtja për secilin nga qëllimet e përmendura më lart.

Të drejtat ekskluzive të seleksionuesit janë të kufizuara në atë që disa veprime të kryera për qëllime të caktuara nuk kanë nevojë për autorizimin e tij. Këto përfshijnë akte të bërë për:

- qëllime private dhe jo-komerciale
- qëllime eksperimentale
- qëllimi i kultivimit të varieteteve të tjera

dhe përdorimin e farave të ruajtura nga ferma

Diapozitiv 34

Të drejtat e topografisë së produktit gjysmëpërçues

Diapozitivët më poshtë japin një prezantim bazë të të drejtave të topografisë së produktit gjysmëpërçues.

TË DREJTAT E TOPOGRAFISË SË PRODUKTIT GJYSMËPËRÇUES

Botim për Mësimdhënien e Pronësisë Intelektuale i EPO-s/OHIM-it – Baza e PI-së

34

Diapozitiv 35

Çfarë janë të drejtat e topografisë së produktit

Një qark ose çip i integruar (QI) është një pajisje elektronike që përmban një numër të madh elementësh të qarkut, të ndërlidhura me njëra-tjetrën, që kryejnë një funksion elektronik. Elementet në qark krijohen në sipërfaqe dhe në brendësi të një materiali gjysmë përcjellës (i quajtur ndryshe dhe substrat) dhe ndërtohen në shtresa mbi njëri-tjetrin. Qarku i integruar bëhet i pandashëm pas prodhimit të çipit

Dizajni i layout-it, ose i topografisë, - i një QI-je mund të mendohet si një plan kati që përcakton vendndodhjen tre dimensionale dhe organizimin e shtresave të ndryshme, elementet e qarkut dhe ndërveprimet mes elementeve të qarkut.

Qarqet e integruara gjysmëpërçuese përfshihen në një gamë të gjerë të pajisjeve elektronike, si, kompjutera, telefona celular dhe televizione. Koha, ekspertiza dhe shpenzimi financiar, të nevojshme për hartimin e tyre dhe për të përgatitur maska fotografike për prodhimin e shtresave, janë të konsiderueshme. Për pasojë, dizajnet e topografisë kanë vlerë të lartë tregtare. Në të njëjtën kohë, është në mënyrë të arsyeshme e lehtë që të riprodhohet një maskë fotografike me kosto shumë më të ulët duke e fotografuar çdo shtresë dhe, më pas, duke e hequr atë për të zbuluar një tjetër shtresë. Ky proces inxhinierik në kah të kundërt është praktikë e pranuar në industrinë e gjysmëpërçuesve, pasi ai jo vetëm që mundëson analizën e çipeve të qarkut të integruar për të përmirësuar planet ekzistuese, por edhe kontribuon në risi. Megjithatë, kjo procedure bën gjithashtu të mundur kopjimin e lehtë dhe të drejtpërdrejtë.

Mbrojtja ligjore në dispozicion për dizajnet e layout-it, ose të topografisë, përcaktohet në Traktatin e Uashingtonit (Traktati i Pronësisë Intelektuale në lidhje me qarqet e integruara 1989), Marrëveshja TRIPS (1995), e cila përfshin Traktatin e Uashingtonit si bazë për mbrojtjen e dizajnit të layout-it të qarqeve të integruara, dhe Direktivën e Topografisë së Produkteve Gjysmëpërçues (Direktiva e Këshillit 87/54 / KEE, datë 16 dhjetor 1986, mbi mbrojtjen ligjore të topografive të produkteve gjysmëpërçuese). Këto dispozita janë përfshirë në ligjet kombëtare në shumicën e vendeve, qoftë si ligje më

vete, apo duke përshtatur ligjet ekzistuese. Gjermania, për shembull, e ka përfshirë mbrojtjen në ligjet e saj për të drejtat e dizajnit. Qëllimi kryesor i të drejtave të dizajnit të materialit gjysmëpërçues është që të parandalojë kopjimin e dizajneve origjinale të çipeve dhe komercializimin e mëvonshëm ose të çipeve të cënuara, apo të çdo produkti që i përfshin ato.

Dizajnet e topografisë duhet të jenë:

- origjinale, në kuptimin që ata janë rezultat i përpjekjeve intelektuale të vetë krijuesit, dhe
- jo të zakonshme ndërmjet krijuesve të dizajneve të tilla dhe ndërmjet prodhuesve të qarqeve të integruara në kohën e krijimit të tyre.

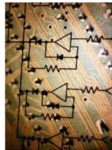
Marrëveshja TRIPS nuk ka përcaktuar ndonjë kërkesë formale për marrjen e mbrojtjes për një dizajn layout-i. Shtetet anëtare janë të lira të kërkojnë:

- që dizajni të mos jetë shfrytëzuar komercialisht diku në botë; dhe
- se regjistrimi i dizajnit duhet t'i dorëzohet organit kompetent, dhe se duhet të bëhet me dije informacioni mbi funksionin e tij elektronik.
- që dorëzimi duhet të bëhet brenda një kohe të caktuar nga data e shfrytëzimit të parë komercial, dhe se duhet të paguhet një tarifë.

Çfarë janë të drejtat e topografisë së produktit gjysmëpërçues?

Të drejtat e topografisë së produkteve gjysmëpërçuese mbrojnë *layout*-in dizajnit e qarqeve të integruara.

- Tri komponentë dimensionale dhe shtresa dhe ndërvëprimi i tyre
- Kopjimi relativisht i lehtë
- Inxhinierimi rivers, praktikë e pranuar



Kërkesat substantive

- Original, dmth rezultati i përpjekjes së vet intelektuale të krijuesit
- Jo të zakonshme

Kërkesat formale

Shtetet anëtare të TRIPS-it mund të parashikojnë:

- regjistrim
- bërjen me dije të funksionit elektronik
- Tarifën e regjistrimit
- Shfrytëzimin tregtar

Botim për Mësimdhënien e Pronësisë Intelektuale i EPO-s/OHIM-it – Baza e PI-së

35

Qarqet e integruara gjysmëpërçuese (ICS) përfshihen në një gamë të gjerë të pajisjeve elektronike, si kompjutera, telefona celular dhe televizione. Madhësia dhe performanca e ICS-ve përcaktohet pjesërisht nga dizajni i layout-it.

Një gjysmëpërçues përbëhet nga shtresa të cilat janë të përbërë nga materiale gjysmë transmetuese dhe mbi të cilat vendoset një model i caktuar që kryen një funksion elektronik. Topografia është dizajni i modelit. Dizajni layout-it apo topografia do të thotë marrëveshja tre-dimensionale e shtresave dhe komponentëve të ndryshme dhe e ndërlidhjeve të tyre.

Çipset e qarqeve të integruara janë relativisht të lehta për t'u kopjuar.

Ata mbrohen nga Marrëveshja TRIPS e vitit 1995. Në bazë të kësaj marrëveshjeje, për të fituar mbrojtje layout-i, dizajnet duhet të jenë:

- origjinal në kuptimin që ata të jenë rezultat i përpjekjeve intelektuale të vetë krijuesit, dhe
- jo të zakonshme ndërmjet krijuesve të dizajneve dhe prodhuesve të qarqeve të integruara në kohën e krijimit të tyre

Shtetet anëtare të TRIPS-it mund të përcaktojnë që:

- Dizajnet të regjistrohen në autoritetin kompetent kombëtar
- informacioni mbi funksionin e tyre elektronik të bëhet i ditur
- Të paguhet një tarifë regjistrimi

Ato mund të përcaktojnë gjithashtu që dizajni duhet të jetë shfrytëzuar komercialisht diku në botë.

Diapozitiv 36

Objekti i mbrojtjes

Të drejtat në dispozicion janë të ngjashme me të drejtat e dhëna nga të drejta të tjera të pronësisë industriale, të tilla si dizajnet ose patentat. Pronari merr të drejtën ekskluzive të shfrytëzimit dhe mund t'i parandalojë të tjerët nga riprodhimi, shitja ose importimi i të gjitha dizajneve të mbrojtura, ose i një pjese të mbrojtur të dizajnit. Kjo do të thotë se pronari i një dizajni të mbrojtur të layout-it ka të drejtën ekskluzive të autorizojë riprodhimin dhe shpërndarjen komerciale të dizajnit dhe të produkteve që e përfshijnë atë (p.sh. elektronikën e konsumit).

Kohëzgjatja

Kjo e drejtë ekskluzive e shfrytëzimit zakonisht përfundon:

- 10 vjet pas shfrytëzimit të parë komercial kudo në botë, ose
- 10 vjet pas depozitimit të regjistrimit tek autoriteti përgjegjës (normalisht autoriteti i patentave dhe i markës tregtare).

Disa vende ofrojnë mbrojtje deri në 15 vjet pas krijimit të dizajnit.

Kufijtë dhe përjashtimet

Nëse një palë tjetër, pa autorizim, riprodhon një dizajn të mbrojtur layout-i në përgjithësi nuk konsiderohet e paligjshme:

- Për qëllime private, apo
- Për të vetmin qëllim të vlerësimit, analizës, kërkimit apo mësimdhënies.

Kjo do të thotë se, si me ligjin e patentave, lejohet riprodhimi privat (dmth jo komercial) dhe riprodhimi për qëllime kërkimi, vlerësimi, analize apo mësimdhënieje (të paktën në Europë).

Mbajtësi i të drejtës nuk mund t'i zbatojë të drejtat e tij ndaj një pale tjetër në qoftë se pala në mënyrë të pavarur krijon një dizajn identik me layout-in e mbajtësit. Ashtu si dhe në rastin e të drejtës së autorit, pranohet se dy njerëz apo ekupe mund të krijojnë në mënyrë të pavarur dizajne identike layout-i. Nëse të dy dizajnet i përmbushin kërkesat, d.m.th. nëse ato janë origjinale dhe nuk janë të zakonshme, atëherë të dy dizajnet kualifikohen për mbrojtje individuale.

Të drejtat kufizohen më tej nga "shkelje të pafajshme". Importimi, shitja ose shpërndarje të tjera tregtare të një çipi që inkorporon një dizajn të mbrojtur layout-i nuk është i paligjshëm për sa kohë që personi ose kompania që e ka bërë këtë gjë nuk ka pasur dijeni se dizajni është i mbrojtur. Shpërndarja komerciale i një dizajni të kopjuar në mënyrë të paligjshme, ose produktet që përfshijnë dizajnin nuk mund të parandalohen në rrethana të tilla.

Bashkëjetesa me të drejtat e patentave

Shumë dizajne qarku mund të përfshijnë dhe qarqet elektronike, të cilat janë të mbrojtura edhe nga patentat.

Fusha e mbrojtjes

Të drejtat i parandalojnë të tjerët nga riprodhimi, shitja ose importimi pjesërisht ose tërësisht të dizajnit të mbrojtur dhe të produkteve të përfshira në të.

Kohëzgjatja e mbrojtjes

10-15 vjet nga data e krijimit të dizajnit të *layout*-it





Përrjashtime dhe kufizime

- Nuk ka shkelje për përdorim privat, kërkim, ose mësimdhënie
- Inxhinierim rivers për forcimin e novacionit
- Krijim i pavarur i një dizajni identik
- Shkelje e pafajshme

Botim për Mësimdhënien e Pronësisë Intelektuale i EPO-s/OHIM-it – Baza e PI-së

36

Të drejtat e topografisë gjysmëpërçuese i japin pronarit të drejtën ekskluzive për të shfrytëzuar një dizajn të mbrojtur layout-i, në tërësi ose pjesërisht, për qëllime komerciale. Disa vende kanë ligje të veçanta në lidhje me këtë të drejtë PI-je. Vendet e tjera ofrojnë mbrojtje duke përdorur ligjet e tjera.

Pronari i së drejtës së topografisë mund t'i parandaluar të tjerët nga riprodhimi, shitja ose importimi i të gjitha ose një pjese të dizajnit të mbrojtur apo të produkteve që përfshijnë një dizajn të tillë, për shembull, elektronikën e konsumit.

Kohëzgjatja e mbrojtjes është maksimumi nga 10-15 vjet nga data e krijimit të dizajnit të layout-it.

Ka disa përjashtime dhe kufizime për këtë mbrojtje.

- Asnjë shkelje nuk ndodh në qoftë se një dizajni i mbrojtur riprodhohet për qëllime private apo

për qëllime të vlerësimit, analizës, kërkimit apo mësimdhënies.

- Marrëveshja TRIPS lejon inxhinierinë reverse nga një palë e tretë për qëllime të shqyrtimit të qark utdhe nxitjen e inovacionit. Pala e tretë mund ta përdorin informacionin për të krijuar një layout të ri, origjinal, dhe ta përdorë dizajnin e ri të layout-it në qarkun e tyre të integruar.

- Mbajtësi i të drejtës nuk mund t'i zbatojë të drejtat e tyre kundër një pale tjetër në qoftë se pala krijon në mënyrë të pavarur dizajn të njëjtë.

Një "shkelje e pafajshëm" për shkak të importimit, shitjes ose shpërndarjes tregtare të një qarku të integruar që përfshin një dizajn të mbrojtur layout-i nuk është e paligjshme për sa kohë që personi ose kompania që e bën këtë gjë nuk ka qenë në dijeni që dizajni është i mbrojtur.

Diapozitiv 37

Të drejtat e autorit

Diapozitivët më poshtë japin një prezantim bazë të të drejtave të autorit.

TË DREJTAT E AUTORIT

Diapozitiv 38

Çfarë është e drejta e autorit?

Kur është fjala për të drejtën e autorit, ka dy tradita kryesore. Mbretëria e Bashkuar, ish kolonitë e saj (Australia, Afrika e Jugut, Zelanda e Re dhe India), Irlanda dhe Shtetet e Bashkuara (SHBA) aplikojnë sistemin e të drejtave të autorit, ndërkohë që vendet e Evropës kontinentale, disa vende afrikane të cilat kanë trashëguar sistemin francez, dhe disa vende të Amerikës Qendrore dhe të Amerikës së Jugut aplikojnë sistemin *droit d'auteur*, ose sistemin e të drejtës civile. Këto dy sisteme ndryshojnë në aspekte të caktuara, duke përfshirë edhe dhënien e autorësisë dhe llojin e të drejtave të akorduara.

Të drejtat e autorit mbrojnë çdo prodhim të mendjes njerëzore. Megjithatë, duhet të merren parasysh dy koncepte kryesore.

1. Vetëm shprehja e një ideje mund të mbrohet. Idetë, ose parimet, zbulimet, sistemet, faktet, procedurat, proceset, konceptet ose metodat e operimit që thjesht ekzistojnë në ajër nuk mbrohen nga ligji për të drejtën e autorit. E njëjta ide mund të ketë forma të ndryshme të shprehjes, për shembull, kur dy artistët pikturojnë një pamje të të njëjtit modeli ose të të njëjtit peisazhi. Ky dallim njihet si dikotomia e idesë/shprehjes.
2. Vetëm shprehjet origjinale mund të mbrohen. Gjendja e origjinalitet shihet ndryshe në vende të ndryshme. Sipas traditës së drejtës civile, d.m.th. sipas sistemit *droit d'auteur*, një vepër është origjinale kur ajo është shprehje e personalitetit të autorit. Në vendet e së drejtës kontinentale, ku zbatohet sistemi i së drejtës së autorit, autori duhet të ketë vënë në përdorim disa aftësi dhe përdorur disa përpjekje për krijimin e punës.

Shënim: Mbrojtja e të drejtave të autorit nuk nënshtrohet ndonjë kërkesë formaliteti, të tillë si regjistrimi. Disa vende, p.sh. SHBA-ja siguron mundësinë e regjistrimit të të drejtave të autorit.

Vepra të mbrojtura të autorit përfshijnë veprat letrare, dramatike, muzikore, artistike, fotografike, vepra fonografike dhe kinematografike, në veçanti romane, vepra, muzikë, piktura, skulptura, filma, skenar filmash dhe kështu me radhë. Të drejtat e autorit janë gjithashtu të rëndësishme në fushën shkencore. Mbrojtja e të drejtave të autorit është e mundur për artikuj shkencorë. Edhe artet e aplikuara – p.sh. urat, trenat dhe mobilje – mund të mbrohen nga e drejta e autorit, ashtu siç mund të mbrohen dhe programet kompjuterike dhe bazat e të dhënave.

Në sistemin e së drejtës civile, pra të *droit d'auteur*, është personi fizik ai i cili e ka krijuar veprën. E njëjta gjë është në përgjithësi e vërtetë edhe në botën e të drejtave të autorit, por ka disa raste kur një person juridik, p.sh. një kompani, konsiderohet si autor. Për shembull, në bazë të ligjit amerikan punëdhënësi konsiderohet jo vetëm pronari i të drejtave të autorit, por edhe autor i veprave të krijuara nga të punësuarit e tij gjatë ushtrimit të detyrave përkatëse të lidhura me punësimin. Në qoftë se një vepër është rezultat i përfshirjes së më shumë se një personi, një person duhet të ketë dhënë kontribut për origjinalitetin e punës për t'u njohur si bashkëautor.

Sa i përket afatit të mbrojtjes së të drejtës së autorit, nenit 7 i Konventës së Bernës dhe nenit 12 i Marrëveshjes TRIPS parashikojnë se e drejta e autorit zgjat të paktën 50 vjet pas vdekjes së autorit. Në BE zbatohet një term i harmonizuar mbrojtjeje prej 70 vjetësh pas vdekjes së autorit bazuar në Direktivën 2006/116 / EC, datë 12 dhjetor 2006, për afatin e mbrojtjes së të drejtës së autorit dhe të drejtave të lidhura me të.

Çfarë është e drejta e autorit?

- E drejta e autorit mbron çdo krijim të mendjes njerëzore, të tilla si punimet letrare dhe artistike.
 - Ky krijim mund të jetë shprehje, jo thjesht një ide.
 - Shprehja duhet të jetë origjinale.
- E drejta e autorit krijon një marrëdhënie të veçantë ligjore ndërmjet autorëve dhe veprave të tyre.
- Ajo jep mbrojtje ligjore për një periudhë të kufizuar kohe.

Botim për Mësimdhënien e Pronësisë Intelektuale i EPO-s/OHIM-it – Baza e PI-së

38

E drejta e autorit mbron çdo prodhim të mendjes njerëzore, me kusht që ky prodhim të jetë një shprehje, dhe jo thjesht një ide, proces apo zbulim. Kjo shprehje duhet të jetë origjinale.

Shembuj të punimeve të mbrojtura nga e drejta e autorit në fushat artistike, letrare dhe shkencore përfshijnë veprat letrare, dramatike, muzikore, artistike dhe vepra fotografike, artikuj shkencorë dhe programe kompjuterike, si dhe bazat e të dhënave.

Të drejtat e autorit krijojnë një marrëdhënie të veçantë juridike ndërmjet autorëve dhe punës së tyre. Autori është personi fizik i cili ka krijuar veprën.

Periudha për të cilën jepet mbrojtja ligjore quhet "afat". Traktatet dhe konventat ndërkombëtare kanë parashikuar një afat të paktën 50 vjet pas vdekjes së autorit. Kjo do të thotë se autori gëzon mbrojtjen e autorit gjatë gjithë jetës së tij. Në BE afati është 70 vjet.

Diapozitiv 39

Objekti i mbrojtjes

Të drejtat që rrjedhin nga të drejtat e autorit mund të ndahen në dy grupe kryesore: të drejtat e shfrytëzimit ekonomik dhe të drejtat morale.

Të drejtat e shfrytëzimit ekonomik përfshijnë:

- të drejtën për të riprodhuar punën dhe për t'ia komunikuar atë publikut.
- të drejtën e përshtatjes dhe përkthimit, të drejtën e rishitjes dhe të drejtën e shpërndarjes.

Shembuj specifike përfshijnë aktin e bërjes së një kopjeje të punës me të njëjtin mjet ose me mjet të ndryshëm, një performancë publike të punës (p.sh. projektimi publik i një filmi, shfaqja e një drame, etj.), ose transmetimi ose dhënia me qira e punës.

Të drejtat morale përfshijnë:

- të drejtën për (mos) njohje si autor i një vepre (e drejta e autorësisë).
- e drejta e integritetit; me fjalë të tjera, autori ka të drejtë të kundërshtojë çdo ndryshim që i bëhet punës së tij që do të mund të rrezikojë nderin dhe reputacionin e tij.
- e drejta e shpërndarjes së punës; me fjalë të tjera, autori ka të drejtë të vendosë se kur puna e tij mund të bëhet publike.

Të drejtat që i jepen autorit janë objekt i disa përjashtimeve. Ato lejojnë përdorimin e punës në situata të veçanta, të tilla si vetëm për përdorim personal, ose për kritika dhe shqyrtim.

Shkelja e të drejtave të autorit ndodh kur një person ushtron një të drejtë që i jep autori ose mbajtësit i të drejtës pa marrë pëlqimin e tyre. Shkelja e të drejtës për të riprodhuar ndodh kur një pjesë e konsiderueshme e punës ekzistuese përdoret pa autorizimin e autorit apo mbajtësit të së drejtës. "Pjesa e konsiderueshme" duhet të vlerësohet si nga pikëpamja sasiore dhe nga ajo cilësore, por gjithmonë në raport me pjesën fillestare të punës. Në rast të shkeljes, autorët dhe mbajtësit e të drejtave mund t'i kërkojnë gjykatave të marrin masa për të ndaluar shkeljen e mëtejshme, t'i sekuestrojnë dhe konfiskojnë mallrat e falsifikuara dhe të urdhërojnë pagimin e dëmeve..

Fusha e mbrojtjes

- Të drejtat ekonomike
 - lidhen me shfrytëzimin ekonomik të veprës.
 - janë të transferueshme ose të licencueshme
- Të drejtat morale
 - lidhen me një interes moral të autorit
 - gjithmonë mbahen nga autori
- Përgjashtimet dhe kufizimet
- Shkeljet dhe mjetet ligjore

Botim për Mësimdhënien e Pronësisë Intelektuale i EPO-s/OHIM-it – Baza e PI-së

39

Të drejtat e autorit japin si të drejta ekonomike dhe morale për pronarin.

Të drejtat e shfrytëzimit ekonomik përfshijnë të drejtat e riprodhimit, komunikimit në publik, përkthimit, përshtatjes, shpërndarjes dhe rishitjes.

Të drejtat morale përfshijnë të drejtën e atësisë, integritetit dhe decentralizimit.

Këto të drejta janë të kufizuara në kuptimin që palët e treta lejohen t'i përdorin në punën e mbrojtur në situata të caktuara dhe për qëllime të caktuara. Këto përjashtime dhe kufizime janë në interes të publikut.

Shkeljet e të drejtës së autorit ndodhin në qoftë se puna e mbrojtur përdoet pa pëlqimin e autorit apo të mbajtësit të së drejtës.

Diapozitiv 40

Sekretet tregtare

Diapozitivët më poshtë japin një prezantim bazë të sekreteve tregtare.

SEKRETET TREGTARE

Diapozitiv 41

Çfarë janë sekretet tregtare?

Informacioni në një sekret tregtar nuk duhet të jetë në përgjithësi i njohur ose lehtësisht i zbulueshëm. Ai duhet të ketë vlerë biznesi, vlerë komerciale apo ekonomike për të mos u bërë i njohur apo i ditur. Gjithashtu, duhet të demonstrohen përpjekje të arsyeshme për të ruajtur fshehtësinë e informacionit.

Në rast të një mosmarrëveshje, personi që pretendon se bëhej fjalë për një sekret të tij/saj do të duhet të tregojë se me të vërtetë bëhet fjalë për një sekret të tij/saj. Më pas gjykata do të hetojë nëse janë bërë përpjekje të arsyeshme për të ruajtur informacionin si informacion sekret. Për shembull, a ishte njohuria e kufizuar për disa persona kyç, dhe/ose a është bërë i ditur informacioni vetëm për shkak rigoroz "të nevojës për njohje"?

Shembuj

- Kushtet specifike të procesit në një përpunim/implant kimik
- Përbërësit sekretë ose burimet e përbërësve
- Receta e famshme e Coca-Colës
- Receta e Kentucky Fried Chicken (KFC), pulës së skuqur të Kentakit (www.abs-cbnnews.com/lifestyle/05/31/12/kfc-uneartths-colonel-sanders%E2%80%99-secret-recipes).

Sekretet tregtare mund të gëzojnë jetë pa kufizim, për aq kohë sa ato mbeten sekret; në rastin e Coca-Cola-s në fakt ka ndodhur kështu për më shumë se 100 vjet, ndërkohë që mbrojtja e patentës normalisht nuk zgjat për më shumë se 20 vjet.

Çfarë është sekreti tregtar?

- Informacion që
 - Nuk njihet përgjithësisht, ose që nuk mund të zbulohet lehtësisht
 - Ka vlerë biznesi, tregtare ose ekonomike (aktuale ose potenciale) për shkak se informacioni nuk është përgjithësisht i njohur
 - Është subjekt i përpjekjeve të arsyeshme për ruajtjen e sekretit
- Jetëgjatësi e pakufizuar, me kusht që informacioni të mos bëhet i njohur publikisht.

Botim për Mësimdhënien e Pronësisë Intelektuale i EPO-s/OHIM-it – Baza e PI-së

41

Për t'u bërë sekret tregtar, informacioni nuk duhet të jetë i njohur në përgjithësi ose lehtësisht i zbulueshëm. Në të njëjtën kohë, ai duhet të ketë vlerë biznesi, tregtare apo ekonomike nga fakti se ai është sekret. Duhet gjithashtu të jetë e mundur që të demonstrohet se janë bërë përpjekje të arsyeshme për të ruajtur fshehtësinë e informacionit.

Sekretet tregtare janë të vlefshme për aq kohë sa ato mbeten sekret, me fjalë të tjera për aq kohë sa ato nuk bien në domanin publik.

Diapozitiv 42

Fusha e mbrojtjes

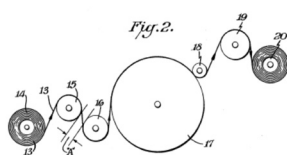
Sekret mund të kërkohet për çdo lloj lënde. Përgjithësisht sekreti është i dobishëm për produktet dhe proceset ku inxhinieria reverse është e vështirë.

Në këtë diapozitiv tregohen dy grupe të sekreteve tregtare. Formula për Coca-Cola-n mbahet e mbyllur në një kasafortë në selinë e Coca-Cola-s.

Procesi në anën e majtë është marrë nga patentat origjinale GORE-TEX dhe tregon një përshkrim të procesit të prodhimit. Në fakt, një proces i ngjashëm ishte zbuluar më parë nga dikush tjetër dhe ishte mbajtur sekret.

Mbrojtja e sekretit tregtar mund të zgjasë më shumë se mbrojtja e patentës. Megjithatë, pasi të shpërndalet informacioni (ose aksidentalisht apo me qëllim), atëherë vlera e sekretit humbet.

Fusha e mbrojtjes



Produktet/proceset
ku inxhineria riverse
është e vështirë

Images from www.coca-cola.com

Botim për Mësimdhënien e Pronësisë Intelektuale i EPO-s/OHIM-it – Baza e PI-së

42

Sekretet tregtare mund të jenë për çdo gjë që mund të mbahet sekret dhe që u jep një avantazh komercial.

Një shembull i sekretit tregtar është formula për Coca-Cola-n, e cila është mbajtur mbyllur larg në një kasafortë në selinë e Coca-Cola-s.

Proceset kimike ose prodhime të tjera mund të jenë gjithashtu të vlefshme. Diagrami në të majtë është marrë nga patenta origjinale GORE-TEX. Një tjetër kompani e kishte mbajtur sekret një proces të ngjashëm për disa vite para se Gore të kërkonte patentën.

Diapozitiv 43

Mjetet e mbrojtjes

Mbrojtja e sekreteve tregtare përfshin dy marrëveshje praktike për të kufizuar aksesin në njohuri dhe marrëveshjet ligjore ose kontraktuale, për të siguruar që ata të cilët kanë akses në informacionin sekret ose konfidencial, mos ta nxjerrin atë.

Në shumë vende, kontratat e punës mund të përfshijnë një kufizim, i cili përcakton se punonjësit kyç nuk mund të shkojnë dhe të punojnë për një konkurrent. Këto marrëveshje janë të kufizuara zakonisht në kohëzgjatje; ky "largim me mbikëqyrje" (siç quhet ndonjëherë) mund të jepet për maksimumi dy vjet. Ish punëdhënësit ende i duhet të paguajë të paktën një pjesë të pagës së re të punëmarrësit, kështu që ky lloj kufizimi mund të jetë goxha i shtrenjtë.

Shumica e punonjësve kanë të ashtuquajturën "detyrim për besnikëri" për ish punëdhënësit e tyre për të mos bërë me dije informacione konfidenciale. Kjo është e vështirë për t'u zbatuar dhe bëhet efikase vetëm në qoftë se, për shembull, përfshihen dokumentet e vjedhura. Nuk është e mundur që të ndalohen të punësuarit nga përdorimi njohuritë e tyre të përgjithshme.

Marrëveshjet për mosbërjen me dije të informacionit do të ndihmojnë për të mbajtur konfidencial informacionin që është shkëmbyer me klientët apo partnerët e mundshëm. Këto marrëveshje janë efektive vetëm nëse pala tjetër e mban sekretin e informacionit. Kur të bëhet me dije informacioni (edhe në shkelje të një marrëveshjeje), ai nuk është më sekret.

Një mënyrë më e mirë për ta mbrojtur informacionin është të kufizuarit e aksesit në informacion për ata punonjës që e kanë të nevojshme për ta ditur këtë informacion. Mundësi të tjera përfshijnë enkriptimin e të dhënave (në veçanti nëse ato dërgohen me internet) dhe kufizimin e hyrjes në zona të caktuara të impianteve prodhuese.

Mjetet e mbrojtjes	
Praktike	Kontraktuale
▪ Akses i kufizuar në informacion ▪ "Nevoja për të ditur" ▪ Inkriptimi i të dhënave ▪ Hyrja e monitoruar e instalimeve	▪ Parashikime kufizuese në kontratat e punësimit ▪ Marrëveshjet për mosbërjen me dije të informacionit

Botim për Mësimdhënien e Pronësisë Intelektuale i EPO-s/OHIM-it – Baza e PI-së

43

Mbrojtja e sekreteve tregtare përfshin dy marrëveshje praktike për të kufizuar qasjen në njohuri, dhe marrëveshje ligjore ose kontraktuale për të siguruar që ata të cilët kanë akses në informatat sekrete ose konfidenciale nuk i nxjerrin ato.

Në shumë vende, kontratat e punës mund të përfshijnë një kufizim që përcaktojnë se punonjësit kyç nuk mund të shkojnë dhe të punojnë për një konkurrent, dhe se shumica e punonjësve katë të ashtuquajturën "detyrë të besuar" për ish punëdhënësit e tyre për të mos zbuluar informacione konfidenciale.

Marrëveshjet e mbajtjes së sekretit ndihmojnë për ta mbajtur informacionin e shkëmbyer me klientët apo partnerët e mundshëm konfidencial. Këto janë efektive vetëm nëse pala tjetër e mban sekretin e informacionit.

Një mënyrë e mirë për të mbrojtur informacionin është që ta kufizoshaksesin vetëm tek ato punonjës të cilët e kanë të nevojshme për ta ditur këtë informacionin. Më në përgjithësi, të dhënat mund të jenë të koduara (veçanërisht nëse ajo është dërguar në internet) dhe hyrja në zona të caktuara të një fabrike prodhimit duhet të jetë e kontrolluar.

Diapozitiv 44

PI-ja në botën reale – ushtrim praktik

Ky ushtrim trajton pronësinë intelektuale dhe strategjitë e biznesit në tema shumë të përgjithshme. Duhet të kërkohet gjithnjë këshillim profesional kur flitet për vendime biznesi, ose për vendime ligjore.

PI-ja në botën reale

Ushtrim praktik për t'ju ndihmuar të vendosni se çfarë
PI-je të përdorni dhe kur ta përdorni atë

Diapozitiv 45

Spërkatësi kundër alergjisë dhe spërkatja

Ndajini studentët në grupe me nga 4-5 vetë dhe shpërndani ushtrimin.

Jepuni atyre dhjetë minuta për të punuar për pyetjet, të cilat do të pasohen nga dhjetë minuta diskutim.

Ushtrim

Një ekip hulumtues universitar ka zhvilluar një produkt të ri mjekësor, i cili është shumë efektiv për trajtimin e alergjive të caktuara.

Pas studimit të mënyrave të ndryshme të aplikimit të produktit, ekipi arriti në përfundimin se aplikimi në hundë në formën e një mjegulle delikate pëbën mënyrën më të mire të përdorimit. Ekipi projekttoi një pajisje për spërkatje dhe kryu disa teste laboratorike. Kjo pajisje e veçantë, e qujtuar me merin nebulizer, ka një dizajn të veçantë që lejon shpërndarjen më efektive, duke formuar pikërisht pika të vogla madhësie uniforme dhe shpejtësie për të arritur vendin optimal brenda hundës, duke lejuar thithje më të mirë. Ai përmirëson dhe sistemin e pompimit në mënyrë që ai të sjellë një dozë të caktuar, të saktë të produktit, të mjaftueshme për të trajtuar simptomet për një ditë të tërë. Për këto arsye, ekipi mendon se ky aparat mund të bëhet lider në treg.

Ekipi ia tregoi një prototip të spërkatësit një ndër kompanive inxhinierike nga parku teknologjik i universitetit. Në bashkëpunim me këtë kompani, ekipi arriti në një dizajn atraktiv për enën mbajtëse të përgjithshme të spërkatësit, e cila është e përshtatshme për komercializim. Dizajni është minimal - "i pastër dhe klinik", dhe përbëhet nga një kanaçe e bardhë me një buton të vetëm të gjelbër.

Ekipi e konsideron fushën e produkteve alergjike si treg në rritje, kështu që i kërkuan një agjencie reklamash që të hartojë një strategji që mund t'u japë atyre një pjesë të rëndësishme të tregut në dekadat në vijim. Së bashku ata dalin me një markë të re me emrin NEBU-ALLERG dhe me një plan për të krijuar një logo tërheqëse. Ata mendojnë se slogani duhet të theksojë elementin e thjeshtësisë dhe sugjerojnë "Shtypni butonin e gjelbër për rezultate!". Agjencia e reklamave do të hartojë një faqe interneti dhe materiale të tjera për të mbështetur fushatën promovuese.

Çfarë duhet të bëni ju:

- identifikoni elementet e ndryshme të PI-së në këtë projekt;
- sugjeroni mënyrat në të cilat mund të mbrohen këta element;
- identifikoni problemet e mundshme kontraktuale.



Ndahuni në grupe me 4-5 vetë dhe lexoni ushtrimin që u është dhënë.

Një ekip hulumtues universitar ka zhvilluar një produkt të ri mjekësor, i cili është shumë efektiv për trajtimin e alergjive të caktuara. Ekipi ka projektuar po ashtu dhe aparatin, me një projektim të posaçëm të pjesës që futet në hundë për aplikimin e solucionit në hundë, gjë e cila lejon aplikim më efektiv dhe një sistem pompimi, i cili ofron një produkt të fiksuar dhe me dozë precize.

Në bashkëpunim me një kompani inxhinierike nga seksioni i teknologjisë së universitetit, ata zhvillojnë edhe një dizajn tërheqës për spërkatësin.

Së bashku me një agjenci reklamash ata identifikojnë dhe një emër për markën, NEBU-ALLERG, një logo tërheqëse dhe një slogan që thotë "Press green for go!". Agjencia ka gjithashtu në plan të hartojë një faqe interneti dhe materiale të tjera për të mbështetur fushatën promovuese.

Çfarë duhet të bëni për 10 minutat në vijim:

- identifikoni elementet e ndryshme të PI-së në këtë projekt;
- sugjeroni mënyrat në të cilat mund të mbrohen këta element;
- identifikoni problemet e mundshme kontraktuale.

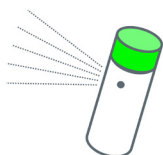
Diapozitiv 46

Cilët elementë mund të mbrohen?

Përdorni këtë diapozitiv për të përmbledhur aspektet ku duhet të përqendrohen studentët.

Cilët elementë mund të mbrohen?

- Produkti medicinal
- Pjesa që futet në hundë
- Sistemi i pompimit
- Kanoçja e spërkatësit
- Emri i markës:
– "NEBU-ALLERG"
- Logoja



- Slogani:
"Press green for go!"
- Emri i domenit
- Materiali reklamues

Këtu jepen disa nga aspektet ku duhet të përqëndroheni.

Diapozitiv 47

Patentat dhe dizajnet (I) (diapozitiv i animuar)

Produkti mjekësor

Studentët mund të sugjerojnë patentimin e përbërësit aktiv. Kjo do të ishte gjëja e saktë për t'u bërë. Ata mund të sugjerojnë dhe patentimin e procesit për të bërë X gjë. Po, por a e mendojnë sekretin tregëtar studentët? Sekretit tregëtar mund të jetë po aq efektiv? Nëse procesi nuk mund të merret me mend bazuar në produktin final, atëherë mbase gjëja më e mirë për t'u bërë është ruajtja si sekret tregëtar. Megjithatë, nëse procesi nuk mund të mbahet lehtë sekret, ose në qoftë se qëllimi fundor është licencimi i tij, atëherë është më mirë që produkti të patentohet.

Studentët mund të sugjerojnë dhe patentimin e formulimit (përzierja e X gjëje në një solucion me materiale të tjera, p.sh. preservues, rregullatorë aciditeti, përziers, etj.). Në rast se një kërkesë për patentë për X produkt hidhet poshtë për shkak të mungesës së risisë, formulimi i saj i ri me materiale të tjera mund të marrë një patentë. Megjithatë, në fushën e teknologjisë shumë formulime janë të zakonshme, kështu që provimi i hapit shpikës mund të jetë i vështirë për t'u realizuar.

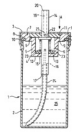
Së fundi, studentët mund të sugjerojnë patentimin e një metode për përdorimin e kimikateve për të trajtuar alergji. Nëse e bëjnë këtë gjë, ata do të kishin patur të drejtë në çdo situatë tjetër, por jo në këtë situatë. Nëse do të bëhej fjalë për një shpikje të një sistemi të ri radar, mund të kërkohej patentimi i vetë pajisjes së radarit, i procesit për bërjen e radarit dhe i metodës për zbulimin e objekteve duke përdorur sistemin e ri të radarëve. Megjithatë, në fushën e mjekësisë, "metodat e trajtimit, diagnozës ose kirurgjisë së aplikuar mbi trupin e njeriut ose të kafshëve" nuk mund të patentohen. Kjo është çështje e politikave publike. Nuk është lënë të jetë në interesin publik të një mjeku parandalimi i kryejes së një operacioni për shpëtimin e jetës së dikujt thjesht sepse ai nuk mund të marrë një licencë për metodën nga i patentuari. Pra, ndërsa barnat, pajisjet mjekësore (skanerat, endoskopët, etj.) dhe protezat (p.sh. nyje artificiale në legen) të gjitha mund të patentohen potencialisht, metodat e diagnostikimit ose trajtimit të artritisë, ose metodat për implantimin kirurgjikal të nyjeve artificiale në legen nuk mund të patentohen.

Patents and designs (I)

Produkti mjekësor

Patenta për

- Përbërësit aktivë?
(“lëndët kimike X”)
- Metoda për bërjen e X?
Më mirë si sekret tregtar?
- Formulimi?
(kombinimi i X me përbërës të tjerë)
- Metoda e përdorimit?
(p.sh. Trajtimi i alergjive duke përdorur X)



Botim për Mësimdhënien e Pronësisë Intelektuale i EPO-s/OHIM-it – Baza e PI-së

47

Së pari, si do e mbronit produktin mjekësor?
Çfarë mendoni rreth procesit të bërjes së X-it?
Po për formulimin?
Çfarë mendoni për metodën e përdorimit të
spërkatjes për të trajtuar alergjitë?

Diapozitiv 48

Patentat dhe dizajnet (II) (diapozitiv i animuar)

Pjesa e futjes në hundë

Nëse dikush sugjeron se kjo pjesë duhet të mbrohet si dizajn i regjistruar, pyetini ata nëse forma e tij e brendshme është "e zakonshme në pamje, kur gjendet në përdorim", - e cila është një kërkesë për mbrojtjen e dizajnit të regjistruar. Përgjigja është jo. (Ky aspekt është trajtuar më hollësisht në modulën e avancuar për dizajnin).

Pastaj pyetni nëse forma e kësaj pjese të aparaturës diktohet nga kriteret estetike ose funksionale. Kjo pjesë është, natyrisht, funksionale, dhe për këtë arsye, edhe e patentueshme (dhe, në fakt, jo me mbrojtje dizajni). Për më tepër, në vendet të cilat kanë një model të shërbimeve të sistemit, ajo mund të përbëjë dhe një model përdorimi. Modeli i përdorimit do të ishte më i shpejtë dhe ndoshta edhe më e lirë, dhe për këtë arsye mbase dhe një alternativë më tërheqëse nëse paratë janë të kufizuara në fazat e hershme të projektit.

Sistemi i pompimit

Vijmë më pas tek sistemi i pompimit, i cili është mjaft i dallueshëm nga pjesa e shpjeguar më sipër. Për këtë mund të depozitohet një kërkesë për patentë dhe, në disa vende, dhe një kërkesë për model përdorimi. A ka ndonjë sugjerim për bashkimin e kësaj pjese dhe pompimit së bashku në një kërkesë për patentë për të kursyer para? Dy pjesët përfaqësojnë dy shpikje mjaft të ndryshme. Në të ardhmen, sistemi i patentimit mund të licencohet për qëllime të tjera në mënyrë të pavarur nga patentimi i pjesës që futet në hundë, dhe anasjelltas.

Kanaça e spërkatjes

Kemi arritur së fundi tek vetë spërkatësi. Forma, plus ngjyra e shishes dhe butoni, janë projektuar për ta bërë atë tërheqës për konsumatorët. Këto karakteristika estetike janë të ndryshme nga karakteristikat funksionale të pjesës që futet në hundë dhe të sistemit të pompimit. Dizajni i spërkatësit mund të mbrohet lehtë me anë të një dizajni të regjistruar (dhe gëzon të drejta të përgjithshme për tre vjet). Studentët ndoshta do të vërejnë dhe mundësinë për ta regjistruar formën si markë tregtare (shih Toblerone-in apo shishen e Coca-Cola-s).

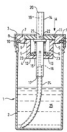
Por kujdes! Kush e projektoi kanaçen e spërkatjes?

Kompania inxhinierike nga seksioni i teknologjisë së universitetit. Pra, ju duhet të kontrolloni kontratat për zhvillimin e kanaçes së spërkatësit për të konstatuar nëse ekipi hulumtues i universitetit ka të drejtë ta regjistrojë PI-në për të, pasi kjo e drejtë mund t'i përkasë kompanisë inxhinierike. Për pasojë, do të ishte e rëndësishme të përcaktohej sa më shpejt të jetë e mundur se e kujt është pronësia.

Vini në dukje se kompania inxhinierike, në thelb një nënkontraktor, mund të jetë burim potencial i rrjedhjeve në lidhje me sekretet teknike ose komerciale (veçanërisht e rrezikshme para dorëzimit të kërkesës për patentë), kështu që mund të jetë me vlerë të mendoni në lidhje me marrëveshjet e konfidencialitetit.

Prototipi i është treguar kompanisë inxhinierike, kështu që edhe në qoftë se janë përdorur patenta apo modele përdorimi për karakteristikat teknike të spërkatësit (pjesës në kontakt me hundën dhe sistemit të pompimit), do të ishte me vend të nënshkruhej një marrëveshje për mos nxjerrjen e informacionit. Në marrëveshje duhet të përcaktohet pronësia e prototipit fillestar nga universiteti dhe detyrimet e konfidencialitetit, ndërsa pronësia e dizajnit mund të mbulohet më mirë në një marrëveshje të veçantë.

Patentat dhe disenjot (II)

Produkti medicinal që futet ne hundë ▪ Patenta ▪ Modeli i përdorimit	Sistemi i pompimit ▪ Patenta ▪ Modeli i përdorimit	  
---	---	---

Kanocja e spërkatësit

- disenjot: të regjistruara dhe të paregjistruara
- Markat tregtare

Po kush e zotëron të gjithë këtë PI?

Botim për Mësimdhënien e Pronësisë Intelektuale i EPO-s/OHIM-it – Baza e PI-së

48

Çfarë mund të thoni për pjesën që futet në hundë?

Po për sistemin e pompimit?

Po për spërkatësin?

Dhe së fundi, por jo nga rëndësia: kush e zotëron këtë PI?

Diapozitiv 49

Markat tregtare, të drejtat e autorit dhe emrat e domain-it (diapozitiv i animuar)

Emri i markës, logoja dhe slogani

A ka ndonjë problem me emrin e markës, logon apo sloganin? Emri i markës është një fjalë e sajuar (si Kodak apo Sony) dhe për këtë arsye ka potencial që të bëhet një markë "e fortë". Edhe një markë që përbëhet vetëm nga një fjalë "e pastër", jo e karakterizuar nga ndonjë lloj i veçantë shkrimi apo stili, ka mbrojtje më të gjerë se sa rasti kur marka është një fjalë e "stilizuar". Në rastin e fundit, mbrojtja ofrohet vetëm kur shkrimi bëhet me stilin e posaçëm.

Slogani nuk është as lavdëruar dhe as përshkruar, dhe as tregues për llojin, sasinë ose llojin, kështu që lidhur me të nuk ka probleme. (Ky aspekt trajtohet më në hollësi në modulën e avancuar të markave tregtare.)

Në kuadrin afatgjatë, markat tregtare të regjistruara (MTR) mund të jenë pasuria më e madhe. Ndryshe nga patentat, modelet e përdorimit dhe të drejtat e dizajnit, nuk skadojnë. Në qoftë se mbrojtja e patentës mund të mbajë larg konkurrencën nga kjo pjesë e tregut, mjaftueshëm gjatë sa për të krijuar një reputacion të markës, atëherë edhe pas skadimit të patentave dhe të PI-ve të tjera, markat tregtare mund të vazhdojnë të kenë një pjesë të konsiderueshme të tregut.

Materialet e reklamimit

Materialet e reklamimit - tekste dhe vepra artistike për postera, fletushka, broshura informative, televizion dhe radio dhe faqet e internetit - mbulohen nga e drejta e autorit.

Por kujdes: kush e zotëron këtë PI? Kontrolloni kontratat me agjencitë e reklamave dhe caktojini të drejtat që mbrojnë PI-në, të tilla si materiale të ndryshme reklamuese. Ju duhet të siguroni mbrojtje dhe kundër agjencisë së reklamave në mënyrë që kjo e fundit të mos bëhet pronare e markave tregtare të regjistruara (në qoftë se ju i lejoni ato që të zhvillojnë marka dhe slogane dhe i lejoni ato të bëjnë kërkesë për marrjen e markave tregtare të regjistruara).

Një sugjerim tjetër do të ishte që të krijoni marrëveshje për konfidencialitetin në vend që të parandaloni rrjedhjen e informacionit të ndjeshëm tregtar (çmimet e produktit, strategjitë e marketimit, datat e prezantimit, të dhëna teknike dhe kështu me radhë).

Emrat e domain-it

Emrat e domain-it janë instrumente të rendësishme marketimi.

Nëse NEBU-ALLERG bëhet një markë tregtare e regjistruar, kjo do të siguronte mbrojtje të fortë kundër mashtruesve kibernetikë, të cilët mund të regjistrohen si "www.nebuallerg.com" (pa vizë ndarëse) ose "www.nebu-allerg.eu" dhe në versione të tjera të mundshme.

Për të fituar dëmshpërblim për mbulimin e humbjeve të shkaktuara nga mashtruesit kibernetik, do t'ju duhet të hapni një process gjyqësor bazuar në ligjin e markave tregtare për të provuar se sjellja e tyre ka qenë një përpjekje për të "ngatërruar ose devijuar" konsumatorët.

Ekipi i marketimit mund të regjistrohet dhe në adresën "www.thegreenbutton.com" në qoftë se pjesëmarrësit e tij mendojnë se konsumatorët mund edhe ta pyesin farmacistin për "atë spërkatësin me butonin e gjelbër" në vend që të përmenden termin NEBU-ALLERG. Emri i domain-it www.thegreenbutton.com në fakt mund të jetë më i vlefshëm. Prandaj, është shumë e këshillueshme që markat tregtare të regjistruara të regjistrohen si emra domain-i.

Marka tregtare, e drejta e autorit dhe emrat e domainit

- Emri i markës: NEBU-ALLERG **Markë tregtare** ® 
- Logoja: **Markë tregtare** ®
- Slogani: "Press green for go!" **Markë tregtare** ®
- Material reklamues: **E drejta e autorit** ©
- Emrat e domaineve:
 - www.nebu-allerg.com
 - www.thegreenbutton.com

Kush e zotëron të gjithë këtë PI?

Botim për Mësimdhënien e Pronësisë Intelektuale i EPO-s/OHIM-it – Baza e PI-së 49

A ka ndonjë problem me emrin e markës, logon apo sloganin?

Për sa u përket materialeve të reklamimit, tekste dhe vepra artistike për postera, fletushka, broshura informative, televizion dhe radio dhe faqet e internetit ato mbulohen nga e drejta e autorit. Por kujdes: kush e zotëron këtë PI? Agjencia e reklamave, kështu që duhet të përpiqeni që t'i transferoni këto të dhëna.

Çfarë mund të thoni për marrëveshjet e konfidencialitetit me agjencinë? Kjo është ide e mirë pasi mbron kundër rrjedhjes së informacionit komercialisht sensitiv, të tillë si çmimet, strategjia e marketimit, datat e prezantimit, të dhënat teknike, etj. Lidhur me emrin e domainit, nëse

"NEBU-ALLERG" bëhet markë tregtare, kjo do të jepte mbrojtje të fortë kundër mashtrusve kibernetikë të cilët mund të regjistroheshin si "www.nebuallerg.com" – pa vizë - ose "www.nebu-allerg.eu", ose në forma të tjera.

Përderisa konsumatorët mund edhe ta pyesin farmacistin për "atë spërkatësin me butonin e gjelbër", do të ishte ide e mirë që të regjistrohej edhe "www.thegreenbutton.com".

Diapozitiv 50

Çfarë ka më tej?

Pra, çfarë ndodh më tej?

Duhet të kontrolloni që nuk keni rishpikur një teknologji që ka ekzistuar më parë dhe që nuk po përdorni një emër marke, e cila nuk është e regjistruar si markë tregtare.

Për këtë gjë mund të kryeni një kërkim fillestar vetë tek bazat e të dhënave që mund të gjeni në internet, të cilat janë pa pagesë:

- Kërkoni në Espacenet, për shembull, për të kontrolluar për informacionin përkatës teknik (a bëhet fjalë për teknologjia ekzistuese, pra a bëhet fjalë për rishpikje?).
- Kërkoni në bazën e të dhënave TMview, për shembull, ose në bazën e të dhënave të rëndësishme kombëtare, për të kontrolluar nëse emri i markës është regjistruar më parë për një markë tregtare.

Nëse keni vetëm një njohuri bazë për PI-në, duhet të kërkoni këshilla profesionale para se të aplikoni për të drejtat e PI-së. Pra, nëse ekipi hulumtues në ushtrimin tonë do të kërkonte të shkonte më tej me zhvillimin e tyre dhe hedhjen e tij në treg, hapi tjetër do të ishte që të konsultoheni me avokatët që merren me patentat dhe markat tregtare për të trajtuar pyetjet e mëposhtme:

- A është e patentueshme ajo çfarë keni zhvilluar ju?
- Po në lidhje me "lirinë për të vepruar"? A çënon teknologjia juaj patentat e vlefshme në vendet në të cilat dëshironi të jeni aktiv?
- A ka ndonjë kompani të cilës mund t'ia licenconi teknologjinë përkatëse ose nga e cila mund ta licenconi teknologjinë përkatëse?
- Kush janë partnerët tuaj potencial, klientët dhe furnizuesit, si dhe konkurrentët?
- Për markat tregtare dhe dizajnet, a ka ndonjë rrezik për shkelje?

Për më shumë informacion në lidhje me kërkimin e informacionit që ka të bëjë me patentat dhe markat tregtare ju lutem drejtohuni informacionit në modulën për mjetet e kërkimit të PI-së.

Çfarë vjen më pas?

- Patentat – kërkimi pa pagesë në faqen e internetit të Espacenet
80+ milion dokumente
- Markat tregtare dhe disenjot – kërkoni pa pagesë në
eSearch plus
- Kërkoni këshillim profesional
 - A është e re, a përmban hap shpikës dhe a është e patentueshme shpikja që keni bërë?
 - A rrezikoni që të shkelni të drejtat e njerëzve të tjerë?
 - Kujt mund t'ia licenconi atë?
 - Nga kush mund ta licenconi atë?
 - Kush janë klientët, furnizuesit dhe konkurruesit tuaj potencialë?

Espacenet



TMview

Botim për Mësimdhënien e Pronësisë Intelektuale i EPO-s/OHIM-it – Baza e PI-së

50

Pra, çfarë ndodh më pas?

Ju duhet të kontrolloni që nuk keni shpikur
sërisht një teknologji që tashmë ekziston dhe
se nuk po përdorni një markë emri që është
regjistruar si markë tregtare.

Ju mund ta kontrolloni këtë duke bërë atë që ne
e quajmë kërkim.

Ju mund të bëni një kërkim fillestar vetë, për
shembull në Espacenet ose TMview, dy nga të
cilat janë burime pa pagesë për t'u përdorur.

Por, duhet të kërkoni dhe këshillim profesional
për t'ju përgjigjur pyetjeve kyçe që jepen më
sipër.

Tekst për ushtrim praktik

Spërkatësi kundër alergjisë dhe spërkatja

Një ekip hulumtues universitar ka zhvilluar një produkt të ri mjekësor, i cili është shumë efektiv për trajtimin e alergjive të caktuara.

Pas studimit të mënyrave të ndryshme të aplikimit të produktit, ekipi arriti në përfundimin se aplikimi në hundë në formën e një mjegulle delikate pëbën mënyrën më të mire të përdorimit. Ekipi projekttoi një pajisje për spërkatje dhe kreu disa teste laboratorike. Kjo pajisje e veçantë, e qujtuar me emrin nebulizer, ka një dizajn të veçantë që lejon shpërndarjen më efektive, duke formuar pikërisht pika të vogla madhësie uniforme dhe shpejtësie për të arritur vendin optimal brenda hundës, duke lejuar thithje më të mirë. Ai përmirëson dhe sistemin e pompimit në mënyrë që ai të sjellë një dozë të caktuar, të saktë të produktit, të mjaftueshme për të trajtuar simptomat për një ditë të tërë. Për këto arsye, ekipi mendon se ky aparat mund të bëhet lider në treg.

Ekipi ia tregoi një prototip të spërkatësit një ndër kompanive inxhinierike nga parku teknologjik i universitetit. Në bashkëpunim me këtë kompani, ekipi arriti në një dizajn atraktiv për enën mbajtëse të përgjithshme të spërkatësit, e cila është e përshtatshme për komercializim. Dizajni është minimal - "i pastër dhe klinik", dhe përbëhet nga një kanaçe e bardhë me një buton të vetëm të gjelbër.

Ekipi e konsideron fushën e produkteve alergjike si treg në rritje, kështu që i kërkuan një agjencie reklamash që të hartojë një strategji që mund t'u dhënë atyre një pjesë të rëndësishme të tregut në dekadat në vijim. Së bashku ata dalin me një markë të re me emrin NEBU-ALLERG dhe me një plan për të krijuar një logo tërheqëse. Ata mendojnë se slogani duhet të theksojë elementin e thjeshtësisë dhe sugjerojnë "Shtypni butonin e gjelbër për rezultate!". Agjencia e reklamave do të hartojë një faqe interneti dhe materiale të tjera për të mbështetur fushatën promovuese.

Çfarë duhet të bëni ju:

- identifikoni elementet e ndryshme të PI-së në këtë projekt;
- sugjeroni mënyrat në të cilat mund të mbrohen këta element;
- identifikoni problemet e mundshme kontraktuale.

Kushtet e përdorimit

Botimet për Mësimdhënien e PI-së janë prodhuar nga Zyra Evropiane e Patentave.

Seksionet mbi bazat e të dhënave, markat tregtare, dizajnet, treguesit gjeografikë, të drejtat topografike të produkteve gjysmëpërçuese dhe të drejtat e autorit janë siguruar nga Zyra për Harmonizimin në Tregun e Brendshëm (Markat Tregtare dhe Dizajnete) (OHIM).

Seksioni për të drejtat e varieteteve të bimëve është siguruar nga Zyra e Varieteteve të Bimëve të Komunitetit

Seksioni mbi PI-në në botën reale (ushtrim praktik) është prodhuar si pjesë e projektit ip4inno nga një konsorcium i krijuar për këtë qëllim dhe i financuar nga Programi i Gjashtë Kuadër i Bashkimit Evropian¹.

Përdoruesit mund t'i modifikojnë ose t'i përkthejnë botimet për mësimdhënien e PI-së dhe ndonjë prej pjesëve të tyre me kusht që të përmendet që EPO-ja është autori i versionit të origjinalit dhe të deklarohet qartë se janë bërë ndryshime në materialin origjinal, se version i modifikuar ose i përkthyer nuk është i autorizuar nga EPO-ja, dhe se EPO-ja nuk mban përgjegjësi për saktësinë e çfarëdo lloj versioni të tillë të modifikuar apo të përkthyer. Çdo referencë tjetër e EPO-s, dhe në veçanti logoja e saj zyrtare duhet të hiqen nga çdo version i tillë.

Përdoruesit do t'i japin EPO-s falas një kopje elektronike të modifikimeve apo përkthimeve, së bashku me të drejtën për shpërndarje të mëtejshme të tyre, në qoftë se ajo dëshiron ta bëjë këtë gjë, si pjesë e Botimeve për Mësimdhënien e PI-së, si version shtesë ose version alternativ në një gjuhë tjetër. Në raste të tilla, EPO-ja duhet të përmendë autorin e modifikimeve apo përkthimeve nëse kërkohet për ta bërë këtë gjë.

Këto tekste dhe secili prej pjesëve të tij, si dhe çdo modifikim ose përkthim i tyre, mund të përdoren vetëm për qëllime mësimdhënieje dhe trajnim jo komercial.

¹Ky konsorcium përbëhet nga Organizata Evropiane e Patentave (EPO), Zyra Hungareze e Patentave, Instituti Kombëtar i Pronësisë Industriale të Portugalisë, Bordi Kombëtar i Patentave dhe Regjistrimit i Finlandës, Zyra e Patentave dhe Markave e Finlandës, Institut National de la Propriété Industrielle (INPI) i Francës, Zyra e Pronësisë Intelektuale Shtetërore e Kroacisë, Instituti i Patentave i Turqisë, Zyra e Patentave dhe Markave e Danimarkës, Rrjeti i Qendrave Evropiane të Biznesit dhe Inovacionit, FUNDITEC, Instituti IWT për Promovimin e Inovacionit nga Shkencës dhe Teknologjisë në Flanders, Fraunhofer-Gesellschaft e.V., the Institut Européen Entreprise et Propriété Intellectuelle, METU-Technopolis, Fundación EOI, Universiteti Teknik i Madridit (UPM), Universiteti i Alicante dhe Qendra e Kërkimit Publik Henri Tudor.

Impressum

Botuar nga:

Zyra Evropiane e Patentave
Mynih
© EPO 2014
ISBN 978-3-89605-125-7

Përgjegjëse për përmbajtjen

Akademia Evropiane e Patentave dhe OHIM

Autorë:

Thomas Bereuter
Falk Giemsa
Eva Hopper
Anu Idicula
Jessica Lewis
Stefan Martin
Clara de Schryver
Gabriele Spina Ali
Anna Yotova

Zyra e Varieteteve të Bimëve e Komunitetit
Muriel Lightbourne

Përkthimi në shqip

Adelina Albrahimi

Redaktimi përfundimtar

Drejtoria e Përgjithshme e Patentave dhe Markave

Konceptimi dhe koordinimi

European Patent Academy

Dizajni

Kopertina Fotolia
EPO Graphic Design Munich

Printimi

Connex

Karda USB

ESMAP S.L.

Botimet për Mësimdhënien e PI-në janë produkt i Akademisë Evropiane të Patentave dhe OHIM

Botimet mund të shkarkohen pa pagesë nga faqja e internetit e EPO-s në adresën: www.epo.org/teaching-kit.

“E Drejta e Autorit dhe Lirimi nga Përgjegjësia:

Ky material është krijuar, përkthyer apo adaptuar nga Drejtoria e Përgjithshme e Patentave dhe Markave (DPPM) me mbështetjen e Zyrës Evropiane të Patentave (EPO). EPO nuk garanton që materiali nuk përmban gabime apo mungesa në të dhe zhvishet nga çdo përgjegjësi që lidhet me besueshmërinë e saj apo me pazotësinë e saj në përdorime dhe dëmtime të tjera të mundshme të kësaj natyre, humbje të informacionit, fitime apo të ardhura. Versioni origjinal mund të jetë i disponueshëm në: www.epo.org”

European Patent Academy
www.epo.org/learning-events

Office for Harmonization in the Internal Market
(Trade Marks and Designs)
www.oami.europa.eu

Botim për Mësimdhënien e Pronësisë Intelektuale
Baza e IP-së