

Dokument praktik

Gjasat e konfuzionit
(ndikimi i komponentëve jo-dallues/të dobët)
Arsyet relative të refuzimit

**Enti Shtetëror për Pronësi Industriale
i Republikës së Maqedonisë së Veriut**

Shënim nga Enti Shtetëror i Pronësisë Industriale:

Ky Dokument Praktik është përgatitur në pajtim me Komunikimin e Përbashkët që rezulton nga Praktika e Përbashkët e Markave Tregtare e zhvilluar nga Rrjeti i Pronësisë Intelektuale të Bashkimit Evropian (EUIPN) dhe ka për qëllim të japë udhëzime lidhur me ndikimin e komponentëve jo-dallues/të dobët të markave në fjalë në vlerësimin e gjasave të konfuzionit. Pasi bëhen sipas specifikave të Republikës së Maqedonisë së Veriut, ato do të japin një përmbledhje të standardeve të cilësisë së Entit Shtetëror të Pronësisë Industriale për aplikimet e marra në rrugë elektronike dhe me letër.

Ky Dokument praktike, pasi miratohet në nivel kombëtar, mund të bëhet publik me qëllimin e rritjes së mëtejshme të transparencës, sigurisë ligjore dhe parashikueshmërisë në dobi si të ekzaminuesve, ashtu dhe të përdoruesve.

1. INFORMACION

Kjo praktikë përcakton qasjen lidhur me ndikimin e komponentëve jo dallues/të dobët të markave në fjalë në vlerësimin e gjasave të konfuzionit.

Kjo Praktikë bëhet publike përmes këtij Dokumenti praktike me qëllimin e rritjes së mëtejshme të transparencës, sigurisë ligjore dhe parashikueshmërisë në dobi si të ekzaminuesve, ashtu dhe të përdoruesve.





Çështjet e mëposhtme janë jashtë objektivit të projektit:

- Vlerësimi i dallueshmërisë së zgjeruar dhe/ose dallueshmërisë së fituar përmes përdorimit dhe/ose reputacionit: për qëllime të kësaj praktike, supozohet se nuk ka prova dhe/ose pretendime dhe/ose njohuri të mëparshme se ndonjë nga markat ka reputacion ose ka një dallueshmëri të zgjeruar të fituar përmes përdorimit.
- Faktorët që merren parasysh gjatë vlerësimit të gjasave të konfuzionit. Megjithëse ka shumë faktorë që mund të kenë ndikim në vlerësimin global të gjasave të konfuzionit, siç janë zotërimi, shkalla e vëmendjes së publikut përkatës, bashkëjetesa, situata e tregut, familja e markave etj., nuk është objektivi i praktikës të përcaktojë se cilët janë këta faktorë.
- Ndërvarësitë midis vlerësimit të dallueshmërisë dhe të gjithë faktorëve të tjerë që merren parasysh gjatë vlerësimit të gjasave të konfuzionit. As kriteret për vlerësimin e faktorëve të tjerë që mund të kenë ndikim në vlerësimin global të gjasave të konfuzionit, as ndërvarësia midis tyre nuk janë objektivi i kësaj praktike, e cila nuk merret me vlerësimin e përgjithshëm të gjasave të konfuzionit, por me një nga pjesët thelbësore të tij.
- Çështjet e gjuhës: Për hir të praktikës, konsiderohet se markat që përmbajnë elemente leksikore pa dallueshmëri (ose me dallueshmëri të ulët) në anglisht nuk kanë dallueshmëri (ose kanë një dallueshmëri të ulët) në të gjitha gjuhët.

2. PRAKTIKA

Në thelb, praktika përbëhet nga katër objektiva:

Objektivi 1	<i>Të përcaktohet se cilat marka i nënshtrohen vlerësimit të dallueshmërisë: marka e mëparshme (dhe/ose pjesët e saj) dhe/ose marka e mëvonshme (dhe/ose pjesët e saj)</i>
Praktika	Gjatë vlerësimit të gjasave të konfuzionit: <ul style="list-style-type: none">• Vlerësohet dallueshmëria e markës së mëparshme në tërësi, duke marrë parasysh se duhet pranuar një shkallë e caktuar dallueshmërie.• Vlerësohet gjithashtu dallueshmëria e të gjithë komponentëve të markës së mëparshme dhe të markës së mëvonshme, duke u dhënë përparësi komponentëve që përkojnë.

<p>Objektivi 2</p> <p>Praktika</p>	<p><i>Të përcaktohen kriteret për të vlerësuar dallueshmërinë e markës (dhe/ose pjesëve të saj)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Kur vlerësohet dallueshmëria e markave në baza relative, zbatohen të njëjtat kriteret që përdoren për të përcaktuar dallueshmërinë si në baza absolute. Megjithatë, në baza relative, këto kriteret përdoren jo vetëm për të përcaktuar nëse një prag minimal i dallueshmërisë është arritur, por edhe për të marrë në konsideratë nivelet e ndryshme të dallueshmërisë. 	
<p>Objektivi 3</p> <p>Praktika</p>	<p><i>Të përcaktohet ndikimi në gjasat e konfuzionit ("LOC") kur komponentët e përbashkët kanë një shkallë të ulët të dallueshmërisë</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Kur markat ndajnë një element me një nivel të ulët dallueshmërie, vlerësimi LOC do të përqendrohet në ndikimin e komponentëve mospërkuese në përshtypjen e përgjithshme të markave. Ai do të marrë parasysh ngjashmëritë/dallimet, si edhe dallueshmërinë e komponentëve që nuk përkojnë. Zakonisht, përkimi i një elementi me një nivel të ulët dallueshmërie normalisht nuk mjafton për të shkaktuar LOC. Megjithatë, mund të ketë LOC nëse: <ul style="list-style-type: none"> komponentët e tjerë kanë një nivel më të ulët (ose po aq të ulët) dallueshmërie ose kanë një ndikim pamor të shpërfillshëm dhe përshtypja e përgjithshme e markave është e ngjashme ose përshtypja e përgjithshme e markave është shumë e ngjashme ose identike. 	
<p>Shembuj</p>	<p><i>NUK KA LOC</i></p> <p>MORELUX në krahasim me</p> <p>INLUX (Klasa 44: Trajtime bukurie)</p>	<p><i>LOC</i></p> <p>COSMEGLOW në krahasim me</p> <p>COSMESHOW (Klasa 3: Artikuj kozmetikë)</p>
<p> </p> <p>në krahasim me</p> <p>(Klasa 9: Karta PC)</p>	<p> </p> <p>në krahasim me</p> <p>(Klasa 43: Shërbimet e akomodimit për pushimet)</p>	

<p>Objektivi 4</p> <p>Praktika</p>	<p><i>Të përcaktohet ndikimi në gjasat e konfuzionit ("LOC") kur komponentët e zakonshëm nuk janë të dallueshëm.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Kur markat ndajnë një komponent të padallueshëm, vlerësimi LOC do të përqendrohet në ndikimin e komponentëve mospërkuese në përshtypjen e përgjithshme të markave. Ai do të marrë parasysh ngjashmëritë/dallimet, si edhe dallueshmërinë e komponentëve që nuk përkojnë. • Përkimi vetëm i komponentëve jo-dallues nuk shkakton LOC. • Kur markat përmbajnë edhe elemente të tjera figurative dhe/ose leksikore që janë të ngjashme, do të paraqitet LOC në qoftë se përshtypja e përgjithshme e markave është shumë e ngjashme ose identike. 	
<p>Shembuj</p>	<p style="text-align: center;"><i>NUK KA LOC</i></p> <p style="text-align: center;">BUILDGRO në krahasim me BUILDFLUX</p> <p>(Klasa 19: Materiale ndërtimore Klasa 37: Shërbime ndërtimore)</p>	<p style="text-align: center;"><i>LOC</i></p> <p style="text-align: center;">TRADENERGY në krahasim me TRACENERGY</p> <p>(Klasa 9: Mbledhësit e energjisë diellore për prodhimin e energjisë elektrike)</p>
	<p style="text-align: center;">  </p> <p style="text-align: center;">në krahasim me</p> <p style="text-align: center;">(Klasa 36: Shërbime financiare)</p>	<p style="text-align: center;">  </p> <p style="text-align: center;">në krahasim me</p> <p style="text-align: center;">(Klasa 9: Mbledhësit e energjisë diellore për prodhimin e energjisë elektrike)</p>

PRAKTIKA

**Gjasat e konfuzionit
(ndikimi i komponentëve jo-dallues/të dobët) -
Arsyet relative të refuzimit**

Indeksi

1.	HYRJE	6
2.	OBJEKTIVI I PROJEKTIT	6
3.	PRAKTIKA	8
3.1	Vlerësimi i dallueshmërisë: marka e mëparshme dhe/ose pjesët e saj, dhe/ose marka e mëvonshme dhe/ose pjesët e saj (Objektivi 1)	8
3.2	Kriteret për të vlerësuar dallueshmërinë e markës (dhe/ose pjesëve të saj) (Objektivi 2)	8
3.3	Ndikimi në gjasat e konfuzionit kur komponentët e përbashkët kanë një nivel të ulët dallueshmërie (Objektivi 3)	9
3.4	Ndikimi në gjasat e konfuzionit kur komponentët e përbashkët nuk janë të dallueshëm (Objektivi 4)	11

1. HYRJE

Ky dokument shërben si referencë për zyrat IP, shoqatat e përdoruesve, aplikantët, kundërshtarët dhe përfaqësuesit lidhur me praktikën sa u përket komponentëve jo-dallues/të dobët të markave me qëllim për të vlerësuar gjasat e konfuzionit, duke supozuar se mallrat dhe/ose shërbimet janë identike. Ai do të bëhet gjerësisht i disponueshëm dhe do të jetë lehtësisht i aksesueshëm, duke ofruar një **shpjegim të qartë dhe gjithëpërfshirës të parimeve në të cilat bazohet praktika**. Këto parime do të aplikohen përgjithësisht, dhe synojnë të mbulojnë shumicën e rasteve. Meqenëse mundësia e konfuzionit duhet të vlerësohet rast pas rasti, parimet shërbejnë si udhëzime për të siguruar që zyra të ndryshme të arrijnë në një përfundim të ngjashëm dhe të parashikueshëm kur bëhet fjalë për të njëjtat markat dhe të njëjtat baza.

2. OBJEKTIVI I PROJEKTIT

Objektivi i projektit thotë:

*"Ky projekt do të vendosë praktikën lidhur me **komponentët jo-dallues/të dobët të markave me qëllim për të vlerësuar gjasat e konfuzionit (LOC)**, duke supozuar se **mallrat dhe/ose shërbimet janë identike**. Në veçanti:*

- *Do të përcaktojë **se cilat marka i nënshtrohen vlerësimit të dallueshmërisë: marka e mëparshme (dhe/ose pjesët e saj) dhe/ose marka e mëvonshme (dhe/ose pjesët e saj)**;*
- *Do të përcaktojë **kriteret për të vlerësuar dallueshmërinë e markës (dhe/ose pjesëve të saj)**;*
- *Do të përcaktojë ndikimin në LOC kur komponentët e përbashkët **kanë një nivel të ulët të dallueshmërisë***
- *Do të përcaktojë ndikimin në LOC kur **komponentët epërbashkëtnuk janë të dallueshëm.***

Preambula e njëmbëdhjetë e Direktivës 2008/95/KE të Parlamentit Evropian dhe të Këshillit të 22 tetorit 2008, për të përafuar ligjet e Shteteve Anëtare lidhur me markat tregtare ("Direktiva"), thotë se vlerësimi i gjasave të konfuzionit varet nga elemente të shumta dhe, siç ka pohuar në mënyrë të përsëritur jurisprudenca, kjo duhet të vlerësohet **në nivel global**, duke marrë parasysh të gjithë faktorët relevantë për rrethanat e rastit (p.sh. Shih, Gjykimet [C-251/95](#) 'Sabel' parag.22 dhe [C-342/97](#), 'Lloyd Schuhfabrik Meyer', parag. 18).

Në Aktgjykimin [C-251/95](#), 'Sabel', Gjykata thotë se:

"Vlerësimi global i ngjashmërisë pamore, dëgjimore ose konceptuale të markave në fjalë duhet të bazohet në përshtypjen e përgjithshme që e prodhojnë markat, duke pasur parasysh, në veçanti, komponentët e tyre dallues dhe zotërues."

Siç është përmendur më parë, projekti analizon **ndikimin e komponentëve jo-dallues/të dobët të markave në fjalë si një nga faktorët që duhet të merren parasysh për vlerësimin e gjasave të konfuzionit**.

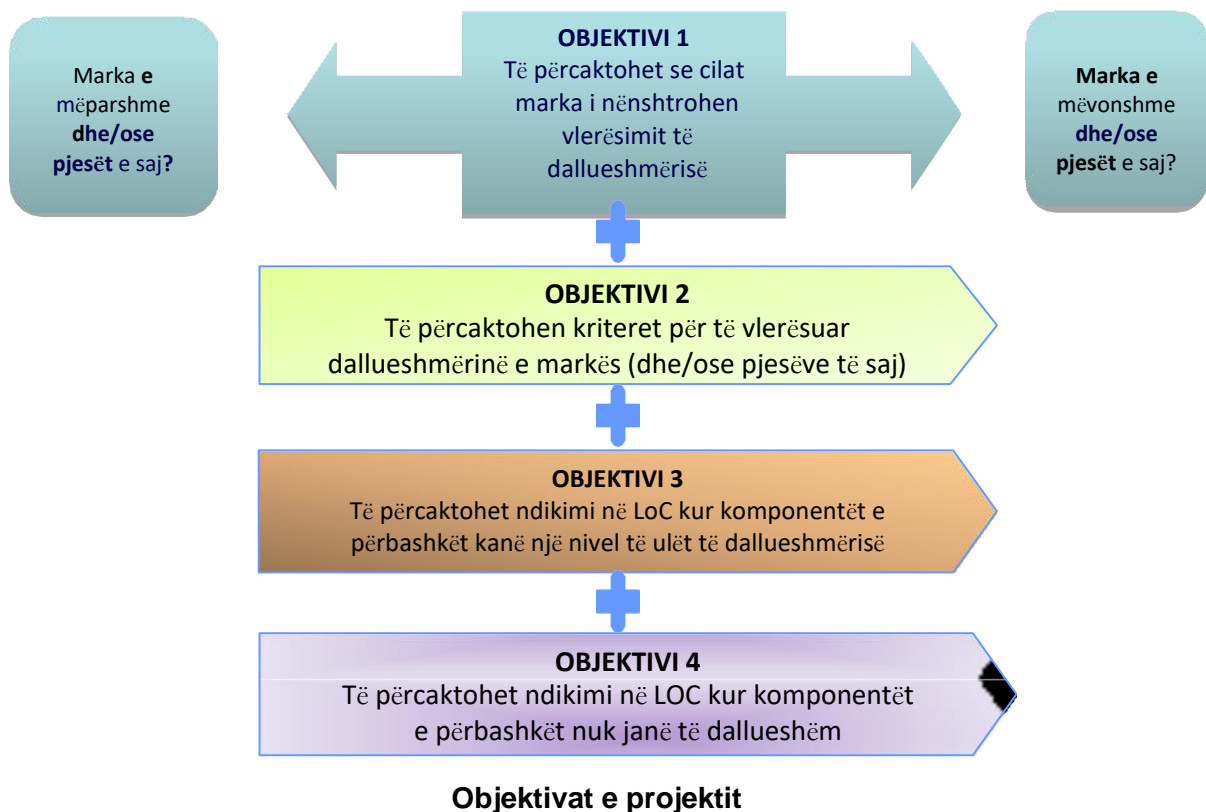
Megjithëse **ka shumë faktorë** që mund të kenë ndikim në **vlerësimin global të gjasave të konfuzionit**, siç janë komponentët zotërues, niveli i vëmendjes së publikut, bashkëjetesa, situata

e tregut, familja e markave etj., nuk është objektivi i këtij projekti të përcaktojë se cilët janë të gjithë faktorët dhe të gjitha kriteret për vlerësimin e tyre, as për ndërvarësinë midis tyre. Rrjedhimisht, projekti nuk merret me vlerësimin e përgjithshëm të gjasave të konfuzionit, por me një nga pjesët thelbësore të tyre.

Çështjet e mëposhtme janë jashtë objektivit të projektit:

- *Vlerësimi i dallueshmërisë së zgjeruar dhe/ose dallueshmërisë së fituar përmes përdorimit dhe/ose reputacionit: për qëllime të këtij projekti, supozohet se nuk ka prova dhe/ose pretendime dhe/ose njohuri të mëparshme se ndonjë nga markat ka reputacion ose ka një dallueshmëri të zgjeruar të fituar përmes përdorimit.*
- *Faktorët që merren parasysh gjatë vlerësimit të gjasave të konfuzionit.*
- *Ndërvarësitë midis vlerësimit të dallueshmërisë dhe të gjithë faktorëve të tjerë që merren parasysh gjatë vlerësimit të gjasave të konfuzionit.*
- *Çështjet e gjuhës: Për hir të këtij projekti, konsiderohet se markat që përmbajnë elemente leksikore pa dallueshmëri (ose me dallueshmëri të ulët) në anglisht nuk kanë dallueshmëri (ose kanë një dallueshmëri të ulët) në të gjitha gjuhët.*

Mund të identifikohen katër objektiva të ndryshëm, të cilët tregohen në figurën e mëposhtme:



Për të shqyrtuar gjasat e konfuzionit, ndiqen disa qasje, në të cilat dallueshmëria e komponentëve mund të vlerësohet në faza të ndryshme. Pavarësisht nga qasja e kryer, rezultati praktik lidhur me ndikimin e komponentëve jo-dallues/të dobët të markave në fjalë mbetet i paprekur.

3. PRAKTIKA

3.1 Vlerësimi i dallueshmërisë: marka e mëparshme dhe/ose pjesët e saj, dhe/ose marka e mëvonshme dhe/ose pjesët e saj (Objektivi 1)

Gjatë vlerësimit të gjasave të konfuzionit:

- Vlerësohet dallueshmëria e markës së mëparshme në tërësi.
- Vlerësohet gjithashtu dallueshmëria e të gjithë komponentëve të markës **së mëparshme** dhe të markës **së mëvonshme**, duke u dhënë përparësi komponentëve që përkojnë.

Megjithatë, kur vlerësohet dallueshmëria e markës së mëparshme në tërësi, duhet të merret parasysh fakti se në pajtim me Aktgjykimin e Gjykatës [C-196/11P](#), *F1-LIVE*, >, kur vlerësohen gjasat e konfuzionit, vlefshmëria e markave të regjistruara të mëparshme nuk mund të vihet në dyshim (parag.40). Prandaj, "duhet të **pranohet një nivel i caktuar i dallueshmërisë** së një marke kombëtare të mëparshme, në të cilin bazohet kundërshtimi kundër regjistrimit të një marke tregtare të Komunitetit." (parag. 47).

3.2 Kriteret për të vlerësuar dallueshmërinë e markës (dhe/ose pjesëve të saj) (Objektivi 2)

Në interpretimin e dispozitave të përfshira në të dyja nenet 4(1)(b) dhe 5(1)(b) të Direktivës, Gjykata thotë, në Aktgjykimin e saj [C-342/97](#), 'Lloyd Schuhfabrik Meyer', se:

"në përcaktimin e karakterit dallues **të një marke** dhe, në pajtim me këtë, në vlerësimin nëse ajo është shumë dalluese, gjykata kombëtare duhet të bëjë një vlerësim të përgjithshëm të kapacitetit më të madh ose më të vogël të markës për të identifikuar mallrat ose shërbimet, për të cilat ajo është regjistruar, me qëllim për të treguar se ato vijnë nga një ndërmarrje specifike, duke dalluar, në këtë mënyrë, ato mallra ose shërbime nga ato të ndërmarrjeve të tjera" (parag. 22).

Si pasojë dhe për shkak të kapacitetit më të vogël të një marke të dobët për të kryer funksionin e saj thelbësor në treg, fusha e saj e mbrojtjes duhet të jetë e ngushtë, duke marrë parasysh komponentët e saj jo-dallues (ose me dallueshmëri të ulët).

Kur vlerësohet dallueshmëria e markave në baza relative, zbatohen të njëjtat kritere që përdoren për të përcaktuar dallueshmërinë si në baza absolute. Megjithatë, në baza relative, këto kritere përdoren jo vetëm për të përcaktuar nëse një prag minimal i dallueshmërisë është arritur, por edhe për të marrë në konsideratë nivelet e ndryshme të dallueshmërisë.

3.3 Ndikimi në gjasat e konfuzionit kur komponentët e përbashkët kanë një nivel të ulët dallueshmërie (Objektivi 3)

- Kur markat ndajnë një element me dallueshmëri të ulët, vlerësimi LOC do të përqendrohet në ndikimin e komponentëve mospërkuese në përshtypjen e përgjithshme të markave. Ai do të marrë parasysh ngjashmëritë/dallimet, si edhe dallueshmërinë e komponentëve që nuk përkojnë.
- Përkimi i një elementi me një nivel të ulët dallueshmërie normalisht nuk **mjafton** për të shkaktuar LOC.

Megjithatë, mund të ketë LOC nëse:

- Komponentët e tjerë kanë një nivel më të ulët (ose po aq të ulët) dallueshmërie ose kanë një ndikim pamor të shpërfillshëm dhe përshtypja e përgjithshme e markave është e ngjashme







OSE









- Përshtypja e përgjithshme e markave është shumë e ngjashme ose identike.

Shembuj:

*Konsiderohet që të gjithë faktorët e tjerë që mund të jenë të rëndësishëm për vlerësimin global të gjasave të konfuzionit nuk ndikojnë në rezultat. Gjithashtu, konsiderohet se mallrat dhe shërbimet janë identike.

Në të gjithë këta shembuj, konsiderohet që komponenti i përbashkët ka/komponentët e përbashkët kanë një nivel të ulët dallueshmërie.

Marka e mëparshme	Marka e kontestuar	Mallra/shërbi me	Rezultati
MORELUX	INLUX	Klasa 44: Trajtim bukurie	NUK KA LOC
DURALUX	VITALUX	Klasa 44: Trajtim bukurie	NUK KA LOC
		Klasa 32: Lëngje frutash	NUK KA LOC
		Klasa 9: Karta kredie	NUK KA LOC
		Klasa 32: Lëngje frutash	NUK KA LOC

Marka e mëparshme	Marka e kontestuar	Mallra/shërbi me	Rezultati
		Klasa 30: Çaj	NUK KA LOC
		Klasa 9: Karta kredie	NUK KA LOC
COSMEGLOW	COSMESHOW	Klasa 3: Artikuj kozmetikë	LOC
		Klasa 11: Frigoriferë	LOC
		Klasa 43: Shërbimet e akomodimit për pushimet	LOC

3.4 Ndikimi në gjasat e konfuzionit kur komponentët e përbashkët nuk janë të dallueshëm (Objektivi 4)



- Kur markat ndajnë një komponent të padallueshëm, vlerësimi LOC do të përqendrohet në ndikimin e komponentëve mospërkuese në përshtypjen e përgjithshme të markave. Ai do të marrë parasysh ngjashmëritë/dallimet, si edhe dallueshmërinë e komponentëve që nuk përkojnë.
- Përkimi vetëm i komponentëve jo-dallues **nuk shkakton LOC.**
- Kur markat përmbajnë edhe elemente të tjera figurative dhe/ose leksikore që janë të ngjashme, **do të paraqitet LOC,** në qoftë se përshtypja e përgjithshme e markave është shumë e ngjashme ose identike.

Shembuj:

*Konsiderohet që të gjithë faktorët e tjerë që mund të jenë të rëndësishëm për vlerësimin global të gjasave të konfuzionit nuk ndikojnë në rezultat. Gjithashtu, konsiderohet se mallrat dhe shërbimet janë identike.

Në të gjithë këta shembuj, konsiderohet që komponenti i përbashkët nuk është i dallueshëm/komponentët e përbashkët nuk janë të dallueshëm.

Marka e mëparshme	Marka e kontestuar	Mallra/shërbime	Rezultati
REENGRO	GREENFLUX	Klasa 19: Materiale ndërtimore Klasa 37: Shërbime ndërtimore	NUK KA LOC
BUILDGRO	BUILDFLUX	Klasa 19: Materiale ndërtimore Klasa 37: Shërbime	NUK KA LOC
	SMARTPHONES.NET	Klasa 9: Telefona celularë	NUK KA LOC
		Klasa 36: Shërbime financiare	NUK KA LOC
		Klasa 29: Peshk	NUK KA LOC
CRE-ART	PRE-ART	Klasa 41: Shërbimet e galerisë së	LOC

Marka e mëparshme	Marka e kontestuar	Mallra/shërbime	Rezultati
TRADENERGY	TRACENERGY	Klasa 9: Mbledhësit e energjisë	LOC
		Klasa 9: Mbledhësit e energjisë diellore për	LOC

Dokument praktik