



# Ide Sipërmarrëse

Një Udhëzues mbi Pronësinë Intelektuale për Bizneset e Reja  
(Start-up-et)



## **Ide sipërmarrëse**

Një Udhëzues mbi Pronësinë Intelektuale për Bizneset e Reja  
(Start-up-et)

**Seritë e botimit të “Pronësia Intelektuale për Biznesin”:**

**1. Si të krijosh një Markë:**

Një Hyrje në Markat Tregtare dhe Brand-et për Ndërmarrjet e Vogla dhe të Mesme.

Botim i WIPO-s Nr. 900.1

**2. Të jesh vizualisht tërheqës:**

Një Hyrje në Modelet Industriale për Ndërmarrjet e Vogla dhe të Mesme.

Botim i WIPO-s Nr. 498.1

**3. Të kapësh mundësitë për të krijuar të ardhmen:**

Një Hyrje në Patentat për Ndërmarrjet e Vogla dhe të Mesme

Botim i WIPO-s Nr. 917.1

**4. Shprehje krijuese:**

Një Hyrje në të Drejtën e Autorit dhe të Drejtat e Ndërlidhura për Ndërmarrjet e Vogla dhe të Mesme.

Botim i WIPO-s Nr. 918

**5. Në Shoqëri të Mirë:**

Menaxhimi i Çështjeve të Pronësisë Intelektuale në Franshizë.

Botim i WIPO-s Nr. 1035

**6. Ide Sipërmarrëse:**

Një udhëzues mbi Pronësinë Intelektuale për Bizneset e reja.

Botim i WIPO-s Nr. 961

Të gjitha botimet mund të shkarkohen pa pagesë në faqen: [www.wipo.int/publications](http://www.wipo.int/publications)



# Ide Sipërmarrëse

Një Udhëzues mbi Pronësinë Intelektuale për Bizneset e Reja (Start-up)

**Pronësia Intelektuale për Biznesin**

**Seria e botimit**

**6**

Përdoruesi lejohet të riprodhojë, shpërndajë, përshtatë, përkthejë dhe botojë për publikun këtë botim, përfshirë për qëllime tregtare, pa kërkuar leje, me kusht që përmbajtja të shoqërohet me një njohje të WIPO-s si burim i saj dhe të tregohen qartë ndryshimet e bëra në përmbajtjen origjinale, nëse ka.

Citimi i sugjeruar: WIPO (2021). *Idetë Sipërmarrëse: Një Udhëzues mbi Pronësinë intelektuale për Bizneset e Reja*. Gjenevë: Organizata Botërore e Pronësisë Intelektuale.

Përshtatja/përkthimi/derivatet nuk duhet të mbajnë asnjë emblemë ose logo zyrtare, nëse nuk janë miratuar dhe validuar nga WIPO. Ju lutemi të na kontaktoni për të marrë leje nëpërmjet faqes së internetit të WIPO-s.

Për çdo punë derivat, ju lutemi të përfshini mohimin e mëposhtëm: "Sekretariati i WIPO-s nuk merr asnjë përgjegjësi ose përgjegjshmëri lidhur me transformimin ose përkthimin e përmbajtjes origjinale."

Nëse përmbajtja e publikuar nga WIPO, siç janë imazhet, grafikët, markat tregtare ose logot, i atribuohet një pale të tretë, përdoruesi i kësaj përmbajtjeje është i vetmi përgjegjës për pastrimin e të drejtave me zotëruesin (zotëruesit) e së drejtës.

Emërtimet e përdorura dhe paraqitja e materialit në këtë botim nuk nënkuptojnë shprehjen e një opinioni çfarëdo qoftë nga ana e WIPO-s në lidhje me statusin ligjor të kujtado shteti, territori ose zone ose të, autoriteteve të tij, ose në lidhje me përcaktimin e vijave kufitare ose kufijve të tij territorialë.

Ky botim nuk ka për qëllim të pasqyrojë pikëpamjet e Shteteve Anëtare ose Sekretariatit të WIPO-s.

Përmendja e shoqërive ose produkteve të veçanta të prodhuesve nuk nënkupton se ata janë miratuar ose rekomanduar nga WIPO si të preferuar përkundrajt të tjerëve me një natyrë të ngjashme që nuk janë përmendur.

Për të parë një kopje të kësaj licence, ju lutemi vizitoni

<https://creativecommons.org/licenses/by/3/go/.©WIPO,2021>

Botuar për herë të parë më 2021

World Intellectual Property Organization 34, chemindes Colombettes

P.O.Box 18

CH-1211 Gjeneva 20 Zvicër

ISBN:978-92-805-3265-4 d.4320

Atributi 3.0 IGO (CCBY3.0IGO)

ges/ metamorworks, Taste Nawaratandteekid

Shtypur në Zvicër

## Tabela e Përmbajtjes

Mirënjohje.....	7
Akronimet.....	8
<b>Hyrje.....</b>	<b>10</b>
Qëllimi i këtij udhëzuesi.....	10
Çfarë është "Pronësia Intelektuale"?.....	11
PI gjeneruese e biznesit të ri kundrejt PI konsumuese e biznesit të ri.....	14
Kuptimi i nivelit të gatishmërisë të teknologjisë (TRL) .....	15
Modeli i biznesit kundrejt planit të biznesit.....	19
<b>Mbrojtja e inovacionit tuaj.....</b>	<b>22</b>
Marrja e të drejtave të patentës.....	23
Garanton mbrojtjen e sekreteve tregtare.....	30
Mbrojtje të së Drejtës së Autorit.....	32
<b>Të dallosh produktin tënd në treg.....</b>	<b>35</b>
Marrja e së drejtës së markës tregtare.....	38
Emrat e Domeneve.....	49
Marrja e një të drejte disenjoje.....	50
<b>Hyrja në tregun ndërkombëtar.....</b>	<b>57</b>
Depozitimi i kërkesës për të marrë të drejtat e patentës në shtete të tjera.....	59
Depozitimi i kërkesës për të marrëtë drejtat e disenjosh industriale në shtete të tjera .....	67
Marrja e mbrojtjes për të drejtën e autorit në shtete të tjera.....	71
<b>Mënyra të tjera strategjike për të shfrytëzuar PI .....</b>	<b>73</b>
Licencimi.....	73
Caktimi/dhënia e së drejtës.....	80
Akses në financë.....	81
Rrit vlerën e biznesit të ri.....	86
Tërheq partnerë dhe bashkëpunëtorë.....	91

<b>Menaxhimi i rreziqeve.....</b>	<b>93</b>
Sqaron të drejtat e pronësisë dhe përdorimit.....	94
Parandalon çështjet gjyqësore .....	96
Shmang humbjen e kohës dhe burimeve .....	100
<b>Përdorimi i bazave të të dhënave të PI-së.....</b>	<b>102</b>
Baza e të dhënave të patentave.....	103
Markat tregtare dhe bazat e të dhënave të projektimit .....	111
E Drejta e Autorit.....	112
Emrat e domeneve .....	113
<b>Auditimi i PI-së.....</b>	<b>114</b>
<b>Shtojca 1: Ofruesit e shërbimeve.....</b>	<b>120</b>
<b>Shtojca 2: Burimet.....</b>	<b>124</b>

## **Mirënjohje**

Drafti i parë i këtij udhëzuesi është përgatitur nga Omer Hiziroglu, Partner Menaxhues, TLS.IP, Stamboll, Turqi. Personeli i mëposhtëm i WIPO-s rishikoi tekstin ose dha kontributin e shkruar:

Tetyana Badoud, Zyrtar i Lartë Ligjor, Divizioni Ligjor i Madridit; Brian Beckham, Shef, Seksioni i Zgjidhjes së Mosmarrëveshjeve në Internet, Qendra e Arbitrazhit dhe Ndërmjetësimit të WIPO-s;

Matthew Bryan, Drejtor, Divizioni i Marrëdhënieve Ligjore, dhe me Përdoruesin e PCT, Departamenti i Çështjeve Ligjore dhe Ndërkombëtare të PCT;

Andrew Czajkowski, Drejtor, Divizioni i Mbështetjes së Teknologjisë dhe Inovacionit; Irene Kitsara, Zyrtare e Informacionit të Pronësisë Industriale, Divizioni i Mbështetjes së Teknologjisë dhe Inovacionit;

Allison Mages, Shefe, Seksioni i Hedhjes në treg të PI-ve, Divizioni i PI-ve për Biznesin;

Hiroshi Okutomi, Shef, Seksioni Çështjeve Ligjore të Hagës, Regjistri i Hagës; Marie Paule Rizo, Shefe, Seksioni i Këshillimit për Politikën dhe Legjislativin, Departamenti për Markat Tregtare, Disenjat Industriale dhe Emërtuesit Gjeografik; dhe

Michele Woods, Drejtore, Divizioni Ligjor i të Drejtave të Autorit.

Teksti u shqyrtua nga kolegët e: Sydney Young dhe Nathaniel Lipkus, Firma Ligjore e Biznesit Osler, Kanada dhe Shtetet e Bashkuara të Amerikës ([www.osler.com](http://www.osler.com)); Andrea Basso, Drejtor i Teknologjisë, MITO, Technologia, Milano, Itali; dhe Alix Dubes, Prokuror i Patentave Evropiane dhe Zvicëre, ADIPSE Sarl, Zgjidhje të Pronësisë Intelektuale, Zvicër.

Tamara Nanayakkara, Këshilltare, Divizioni i PI-së për Biznesin, konceptoi udhëzuesin, koordinoi dhe rishikoi të dhënat, kontribuoi në tekst, dhe menaxhoi përfundimin e tij.

Për përgatitjen e versionit shqip të këtij manuali sipas realitetit në Shqipëri punoi eksperti i pronësisë intelektuale dhe njëkohësisht Profesor për lëndët e PI-së në Universitete, Dr. Altin Maliqi, duke bashkëpunuar ngushtësisht me Zj Sonila Meka, Përgjegjëse pranë Sektorit të Koordinimit, Analizës dhe Raportimeve pranë DPPI-së.

Ky botim e ka origjinën nga Komiteti mbi Zhvillimin dhe Pronësinë Intelektuale të WIPO-s, e cila miratoi në maj 2018 një projekt të Agjendës së Zhvillimit mbi "Rritjen e Rolit të Grave në Inovacion dhe Sipërmarrje, Inkurajimi i Grave në Vendet në Zhvillim për të Përdorur Sistemin e Pronësisë Intelektuale". Për përpilimin e këtij udhëzuesi për bizneset e reja, ne kemi shkëputur nga ky projekt një numër shembujsh me vlerë të sipërmarrëseve gra të suksesshme nga mbarë bota, duke ilustruar mënyrën e përdorimit prej tyre të sistemit të PI-së për të ngritur me sukses bizneset e tyre.



## Ide sipërmarrëse

## Të mbrosh inovacionin tënd

API	Ndërfaqja e Programimit të Aplikacioneve	TISC	Qendra e Mbështetjes të Teknologjisë dhe Inovacionit
ASPI	Akses në Informacion të Specializuar të Patentës	TLD	Domeni i nivelit më të lartë
ARIP	Organizata Rajonale Afrikane	TRL	Niveli i gatishmërisë së teknologjisë
O	e Pronësisë Intelektuale	TTO	Zyra e transferimit të teknologjisë
B2B	Biznes-me-biznes	UDR	Politika e Zgjidhjes së
BOIP	Zyra Benelux për Pronësinë Industriale	P	Mosmarrëveshjeve të Emrit të Domenit Uniform
ccTL	Domeni i nivelit të lartë të kodit të shtetit	VC	Kapitali sipërmarrës
D		WIPO	Organizata Botërore e Pronësisë Intelektuale
CPC	Klasifikimi i Patentës Bashkëpunuese	SDK	Komplet mjetesh për zhvillimin e softuerit
CRM	Menaxhimi i Marrëdhënies me klientin	SHA	Marrëveshje aksionare
EUIP	Zyra e Pronësisë Intelektuale e O		
	Bashkimit Evropian		
FFF	Miqë, familja dhe budallenjtë		
FTO	Liria për të vepruar		
GTL	Domeni gjenerik i nivelit të lartë		
!CAN	Korporata e Internetit për Emrat		
N	dhe Numrat e Caktuar		
PI	Pronësi Intelektuale		
IPC	Klasifikimi Ndërkombëtar i Patentës		
LP	Partner i kufizuar		
NASA	Administrata Kombëtare Aeronautike dhe Hapësinore		
OAPI	Organizata Afrikane e Pronësisë Intelektuale		
OEM	Prodhuesi origjinal i pajisjes		
PCT	Traktati i Bashkëpunimit të Patentave		
R&D	Hulumtim dhe zhvillim		
RUL	Pjesa e mbetur e jetës së dobishme		



# **HYRJE**

## HYRJE

### Qëllimi i këtij udhëzuesi

Lançimi i një shoqërie të suksesshme mund t'i ketë fillimet e saj mbrapa në kohë, në një ide të mirë unike. Kjo ide ndoshta përshkoi një udhëtim të gjatë dhe të ndërlikuar nga laboratorit në treg dhe mbijetoi atëherë kur ide të tjera të mira u refuzuan sepse produkte të ngjashme tashmë ekzistonin, mungonte tërheqja e tregut, ose kostoja e saj ishte më e lartë nga ajo çka tregu do të mund të përballonte. Sistemi i Pronësisë Intelektuale (PI)<sup>1</sup> luan një rol të rëndësishëm gjatë gjithë këtij udhëtimi. PI e një shoqërie duhet pra të integrohet plotësisht dhe të mbështesë strategjinë e biznesit të shoqërisë.

Sistemi i PI-së lejon novatorët që të kontrollojnë fatin e inovacioneve të tyre. Të drejtat PI i ndihmojnë shoqëritë të mbrohen përballë imituesve dhe u mundësojnë shoqërive krijimin e një identiteti dallues për të forcuar praninë e tyre në treg. Praktikant e mira të menaxhimit të PI-së mbeten të përshtatshme gjatë gjithë ciklit të jetës së një biznesi, ndërkohë që biznesi ngrihet, zgjerohet, kërkon për investitorë, angazhohet me partnerë dhe bashkëpunëtorë, dhe punëson punonjës. PI është e përshtatshme edhe për bizneset e reja (start-up) kur ato blihen nga kompani të tjera ose fatkeqësisht shkojnë drejt falimentit. Sistemi i PI-së është gjithashtu një burim i inteligjencës teknike jetësore të biznesit e cila është e paçmueshme për marrjen e vendimeve të informuara përgjatë ciklit të biznesit të një shoqërie.

Bizneset e reja (start-up) duhet të jenë njësoj të vetëdijshme se, përveç forcimit të aftësisë konkurruese të tyre, sistemi i PI-së mund t'i ndihmojë ata në menaxhimin e riskut. Një biznes i ri që injoron PI-në mund të çënojë të drejtat e PI-së të tjerëve, mund të bllokohet që të hyjë në domene të zëna tashmë nga të tjerë, ose të humbasë aset kryesorë përballë shoqërive të tjera që depozitojnë të parët kërkesën për mbrojtje. Gabime të tilla mund të jenë fatale.

Ky botim ofron udhëzime mbi mënyrën se si bizneset e reja (start-up) mund ta përdorin sistemin e PI-së për të qëndruar konkurrues dhe kuptuar rreziqet që mund të lindin nëse sistemi i PI-së shpërfilllet. Ai përqëndrohet në një biznes të ri (start-up) që po përpiqet të sjellë një zgjidhje teknologjike novatore për tregun, por parimet duhet t'u vijnë po aq në ndihmë edhe bizneseve të reja (start-up-eve) që nuk bazohen në teknologji, por kanë ide të reja marketingu, kujdesen për një treg të ngrohtë ose ofrojnë një shërbim novator. Sistemi i PI-së ofron diçka për të gjitha bizneset e reja (start-up), edhe pse për disa më shumë se të tjerët.

### **Çfarë është "pronësia intelektuale"?**

PI-ja, e kuptuar gjerësisht, i referohet krijimeve të mendjes. Këto krijime njihen me ligj si prona që mund të jenë nën pronësinë e krijuesit, me kusht që të përmbushen kushtet e përcaktuara me ligj. Shtetet kanë rënë gjerësisht dakord mbi këto kushte, në traktatet ndërkombëtare, pavarësisht ndryshimeve mbi mënyrën e interpretimit dhe zbatimit të këtyre të drejtave prej tyre.

Kur ne marrim në konsideratë krijimet e mendjes, i referohemi ideve të produktit të ri, mënyrave të reja të të bërit të gjërave, disenjove tërheqëse, shenjave dalluese të biznesit dhe krijimeve të tilla si muzika, këngët, pikturat dhe skulpturat. Për vetë natyrën e tyre, këto krijime janë unike sepse ne nuk mund ta prekim, mbajmë ose shohim idenë, edhe pse ne mund ta prekim, mbajmë dhe përjetojmë shprehjen e saj. Paprekshmëria e një pronësie të tillë krijon një disavantazh dhe avantazh që janë unike. Për shkak se idetë janë të paprekshme, bëhet e vështirë të parandalosh të tjerët që t'i përvetësojnë dhe riprodhojnë këto ide; në të njëjtën kohë shumë njerëz mund njëherësi t'i përdorin idetë pa i ezauruar ose ulur atyre cilësinë.

Përfytyroni një këngë. Unë mund ta kem të vështirë të ndaloj një person tjetër që të kopjojë një këngë që unë kam shkruar, por shumë të tjerë do të mund t'i gëzohen këngës time. Ligjet e PI-së i bëjnë të prekshme këto ide duke u mundësuar krijuesve të tyre që të zotërojnë idetë e tyre novatore dhe rezultatit e tyre krijues, me kusht që përmbushen kriteret ligjore.

Kur një ide arrin në pikën kur pritet të bëhet baza e një produkti ose shërbimi me potencial tregtar, është e rëndësishme të merret parasysh, sa më shpejt që të jetë e mundur, mbi mënyrën se si PI-ja mund ta lehtësojë udhëtimin e saj në treg. Mjetet përkatëse të PI-së përshkruhen shkurtimisht më poshtë.

### **Patentat**

Një patentë është një e drejtë ekskluzive e dhënë nga një qeveri për një shpikje që është e re, përfshin një hap shpikës, dhe është e aftë të aplikohet në mënyrë industriale. Ajo i mundëson pronarit të saj të drejta ligjore për të përjashtuar ose parandaluar të tjerët që të krijojnë, përdorin, ofrojnë për shitje, shesin ose importojnë një produkt ose proces të bazuar në shpikjen e patentuar.

Një patentë jepet nga zyra kombëtare e patentave, ose zyra rajonale e patentave që përfaqëson një grup shtetesh. Ajo është e vlefshme për një periudhë të caktuar kohe, në përgjithësi për jo më shumë se 20 vite nga data e depozitimit, me kusht që pronari i patentës të paguajë menjëherë tarifën që kërkohen për të ruajtur të drejtën e patentës në fuqi.

Një patentë është një e drejtë territoriale e kufizuar në kufijtë gjeografikë të shtetit ose rajonit përkatës. Në këmbim të caktimit/dhënies së një të drejte patente, aplikuesve të patentës u kërkohet të sigurojnë një përshkrim me shkrim, të detajuar e të saktë për shpikjen e tyre<sup>2</sup>.

Dokumentet e patentës (aplikimet për patentë dhe/ose patentat e miratuara) publikohen nga zyrat e patentave në të gjithë botën dhe formojnë burimin e parë të informacionit të patentave. Si rezultat, koleksioni publik i patentave dhe baza e të dhënave tregtare të patentave janë një burim thelbësor dhe shpesh unik i informacionit teknik, pasi shumë shpikje të lidhura nuk botohen në literaturën shkencore.

### **Sekreti tregtar**

Një sekret tregtar është çdo informacion i vlefshëm nga ana tregtare për një biznes deri në masën kur ky informacion ruhet sekret. Në përgjithësi, çdo informacion mund të konsiderohet një sekret tregtar, duke filluar nga ana e njohurisë teknike dhe listave të klientëve e deri tek informacioni financiar dhe strategjitë e marketingut, etj. Sekretet tregtare janë përshkruar shpesh si ajsbergë nga të cilat patentat janë majat e dukshme. Një biznes i ri (start-up) mund të mbajë një rezervë të stërmadhe informacioni konfidencial, disa prej të cilave me potencial për t'u patentuar dhe të cilat së bashku, nëse mbahen sekret, mund të kualifikohen dhe mbrohen si sekrete tregtare. Një biznes i ri (start-up) mund të vendosë për arsye strategjike që të mbajë sekret informacionin e tij të patentueshëm, sepse për të aplikuar për një patentë do t'i kërkohet ta bëjë këtë informacion publik. Informacioni që zbulohet, gjatë një aplikimi për patentë ose për arsye të tjera, nuk kualifikohet më si një sekret tregtar.

### **E drejta e autorit**

E drejta e autorit i jep të drejtën, autorëve, kompozitorëve, programuesve të kompjuterëve, projektuesve të uebeve dhe krijuesve të tjerë, mbrojtjen ligjore për krijimet e tyre letrare, artistike, dramatike ose të formave të tjera, të cilave u referohen zakonisht si “vepra”.

Ligji i së drejtës së autorit mbron një larmi të madhe veprash origjinale, duke përfshirë librat, revistat, gazetatat, muzikën, pikturat, fotografitë, skulpturat, arkitekturën, filmat, programet kompjuterike, video lojërat dhe bazat e të dhënave origjinale.

Megjithatë, ligji mbron vetëm shprehjen e një ideje; nuk mbron idenë themelore ose konceptin. Ky është një dallim i rëndësishëm. Nëse një ide shprehet në një mënyrë të ndryshme, nuk ka gjasa që ideja të çenojë të drejtat e një autori.

Ligji i të drejtave të autorit i jep një autori ose krijuesit të një vepre një gamë të drejtash ekskluzive mbi punën e tij ose të saj për periudha kohore të përcaktuara në ligjet kombëtare. Në shumicën e shteteve e drejta e autorit shtrihet gjatë gjithë jetës së autorit plus 50 vite; në disa shtete, përfshirë Shtetet e Bashkuaratë Amerikës dhe Evropën, e drejta e autorit zgjat më shumë.

Në Shqipëri e drejta e autorit zgjat deri në 70 vite pas vdekjes së autorit ose të autorit të fundit për veprat me bashkëautorësi. Këto të drejta i mundësojnë një autori të kontrollojë përdorimin ekonomik të veprës së tij ose saj në një sërë mënyrash dhe të marrë pagesa<sup>1</sup>.

Ligji i të drejtës së autorit siguron gjithashtu "të drejta morale", të cilat mbrojnë, ndër të tjera, reputacionin dhe integritetin e një autori. Në përgjithësi, një autor nuk mund t'i caktojë këto të drejta tek dikush tjetër<sup>3</sup>.

## **Markat tregtare**

Çdo shenjë që është e aftë të dallojë mallrat ose shërbimet (përfshirë fjalët, emrat, shkronjat, numrat, vizatimet, fotografitë, format, ngjyrat, etiketat, ose çdo kombinim tjetër të shërbimit) mund të përdoret si një markë tregtare. Në shumicën e shteteve, etiketat, reklamat, sloganet reklamuese dhe titujt mund gjithashtu të përbëjnë markë tregtare.

Mbrojtja ligjore e një marke tregtare merret nëpërmjet regjistrimit të kësaj marke dhe, në disa shtete, me anë të përdorimit të saj. Për të bërë një regjistrim të markës tregtare, hapi i parë është depozitimi i formularit të duhur të aplikimit pranë zyrës kombëtare ose rajonale të markave tregtare, e cila shqyrton aplikimet në përputhje me ligjin e aplikuar në vend dhe e cila jep të drejtën ose refuzon regjistrimin e markës tregtare.

Ndonëse periudha kohore e mbrojtjes mund të ndryshojë, në shumë shtete markat e regjistruara tregtare mbrohen për 10 vite. Regjistrimi mund të rinovohet pafundësisht (zakonisht për periudha 10 vjeçare të njëpasnjëshme) me kusht që tarifa e ripërtëritjes të paguhet në afatin e përcaktuar kohor, (6 gjashtë muaj sipas ligjit në Shqipëri<sup>2</sup>) para mbarimit të regjistrimit.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Ligji Për të Drejtat e Autorit dhe të Drejtat e tjera të lidhura me to

<sup>2</sup> Ligji për Pronësinë Industriale

## Disenjat industriale

Termi "disenjo industriale" i referohet aspekteve zbukuruese ose estetike të një produkti. Një produkt mund të mbrohet si disenjo industriale nëse përmbushen disa kushte. Mbrojtja nuk mbulon aspektet teknike ose funksionale të një produkti. Për të regjistruar një disenjo industriale, një aplikant duhet të depozitojë një aplikim kombëtar ose rajonal pranë zyrës kombëtare ose rajonale përkatëse të PI-së. Mbrojtja e një disenjoje industriale ndryshon nga një shtet në tjetrin por zgjat për të paktën 10 vite.<sup>5</sup>

### Të drejta të tjera të pronësisë intelektuale<sup>6</sup>

Modelet e shërbimeve publike (utiliteteve) njihen gjithashtu si "patenta afatshkurtra", "patenta të vogla/imëta" ose "patenta të novacionit". Në shumë shtete, disa lloje shpikjesh, përfshirë përshtatjet e vogla të produkteve ekzistuese, mbrohen si modele të shërbimeve publike (utiliteteve).

Varietet e reja të bimëve. Në shumë shtete, mbarështuesit e varieteteve të reja të bimëve mund të marrin mbrojtje përmes "të drejtave të mbarështuesit të bimës".

Disajni i paraqitjes (ose topografia) e qarqeve të integruara. Një paraqitje ose disajn origjinal i një qarku të integruar mund të mbrohet kundër kopjimit.

Ndërsa të drejtat PI janë paraqitur këtu si të drejta të ndara, në praktikë ato përdoren së bashku për të mbrojtur dhe tregtuar produktin si një e tërë. Merrni për shembull një telefon të zgjuar (smart). Patentat mbrojnë funksionet e tij, duke filluar nga procesimi e deri tek teknologjia e kamerës; markat tregtare mbrojnë logon dhe identitetin e tij; disenjat industriale mbrojnë formën dhe pamjen e tij të përgjithshme; e drejta e autorit mbron kodin e burimit të softuerit me anë të së cilit funksionon pajisja; dhe sekretet tregtare mbrojnë strategjitë e marketingut të përdorura për të hedhur pajisjen në treg në nivel global.

### PI gjeneruese e bizneseve të reja kundrejt PI konsumuese e bizneseve të reja

Në kontekstin e këtij udhëzuesi, mund të jetë e dobishme të bëjmë dallimin midis bizneseve të reja që gjenerojnë PI dhe bizneseve të reja që konsumojnë PI. Një "biznes i rikonsumentes i PI-së" është një biznes i ri, ideja e së cilit ka nevojë për teknologji që të ekzistojë. Një "biznes i ri gjenerues i PI-së" është një biznes i ri i cili rrotullohet rreth një PI-je kryesore që ka nevojë për një ide biznesi që të lulëzojë.

Në mënyrë tipike, një biznes i rikonsumues i PI-së përfshin shumë pak ose aspak kërkime dhe zhvillime dhe nuk gjeneron shumë ose ndonjë përbajtje pronësie ose softuer. Këto kompani priren të jenë biznese të reja në Internet, kompani zhvilluese të aplikacioneve, ose tregje të Internetit. Shembuj të tyre janë Airbnb ose Uber. Në kontrast, një biznes i ri gjenerues i PI-së e ndërton një ide biznesi rreth një zgjidhjeje teknike të mbrojtur nga një e drejtë PI-je. Një shembull tipik do të ishte një teknologji në një fazë të hershme, e mbrojtur shpesh nga një patentë që biznesi i ri (start-up-i) ka zhvilluar ose është licencuar nga një universitet ose institucion kërkimor.

Në realitet, bizneset e reja novatore nuk mund të ndahen me aq mjeshtëri. Shumica e bizneseve të reja novatore qëndrojnë së bashku në vazhdimësi: Bizneset e reja konsumuese të PI-së gjenerojnë disa PI, dhe bizneset e reja gjeneruese të PI-së konsumojnë disa PI. Për të lançuar idenë e tyre të biznesit, shumë prej bizneseve të reja konsumuese të PI-së do të licencojnë ose blejnë teknologjinë e mbrojtur nga PI-ja dhe në pronësi të palëve të treta.

Shumica prej tyre ka gjithashtu të ngjarë të nënkontrakttojë palë të treta për të zhvilluar zgjidhje për modelin e tyre të biznesit. Sapo të fillojnë të fitojnë një tërheqje, ata në mënyrë ideale do të fillojnë të zhvillojnë zgjidhje dhe të krijojnë të drejta të mundshme PI-je me seriozitet. Këto të drejta PI-je priren të jenë marka tregtare, mundësisht disa algoritme dhe të drejta themelore të autorit në ndërfaqet e përdoruesve, etj. Ndërsa përparojnë, bizneset e reja (start-up) mund të krijojnë PI të re ndërkohë që përmirësojnë softuerin që licencuan, mund të krijojnë softuerin e tyre ose shtojnë veçori të reja në ofertën e tyre. Me kalimin e kohës, bizneset e reja (start-up) do të gjenerojnë gjithashtu informacione konfidenciale të biznesit. Bizneset e reja konsumuese të PI-së të cilat janë më të suksesshmet, të tilla si Airbnb, Uber dhe Alibaba, gjenerojnë gjithnjë e më shumë PI, dhe shpesh fillojnë të blejnë PI të palëve të treta dhe të zgjerojnë portofolin e patentave për të ruajtur ose rritur avantazhin e tyre konkurrues.

Sapo të lançohet, bizneset e reja gjeneruese të PI-së të financuara në mënyrën e duhur do të vazhdojnë në mënyrë tipike të investojnë në kërkime dhe zhvillime dhe të krijojnë PI të reja.

### **Kuptimi i nivelit të gatishmërisë së teknologjisë (TRL)**

Niveli i gatishmërisë teknologjike është një teknikë e përdorur për të vlerësuar se sa pranë një teknologji ose produkt është drejt hedhjes në treg (shih Figurën 1). Duke u bazuar në një metodologji të krijuar nga Administrata Kombëtare Aeronautike Hapësinore (NASA) në Shtetet e Bashkuara të Amerikës për të vlerësuar pjekurinë e teknologjive hapësinore, kjo teknikë është duke u përdorur gjerësisht tanimë në fusha të ndryshme të industrisë, megjithëse disa ekspertë pohojnë se ky mjet nuk është i përshtatshëm për të gjitha llojet e teknologjisë.



Komisioni Evropian dhe sektori publik i Mbretërisë së Bashkuar janë ndër disa prej institucioneve që kanë përshtatur modelin TRL. Çdo projekt teknologjik vlerësohet përkundrejt parametrave të caktuara dhe i jepet një vlerësim TRL. Në një shkallë prej nëntë nivelesh, një produkt i vlerësuar me TRL 1 e ka gatishmërinë më të ulët, ndërsa një produkt i vlerësuar me TRL 9 është plotësisht i shkallëzuar.<sup>7</sup>

## Argjendari Pirro

Pirro Ruço

Datëlindja : 27 .10 .1959

Vendlindja : Ersekë

Adresa: ARGJENDARI PIRRO, PJETER BOGDANI, PALLATI 3, NJESIA 5, Tirana 1001.

068 206 9119

<https://www.pirro.al>

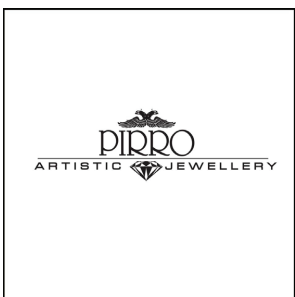
"Argjendari Pirro" filloi aktivitetin në vitet 86' – 87, nëpërmjet një projekti me vlerë për të realizuar stemën e Kongresit të 9-të, me anë një makinerie të personalizuar pantograf për punime në miniaturë, duke shënuar dhe fillimet e suksesit të kësaj kompanie.

Investimi në vitet '94-95, për të ndërtuar projektin e tij të madh dhe vizionar, për blërjen e setit teknologjik të laboratorit të parë të arit në Shqipëri, shenon dhe hapjen e aktivitetit.

Fillimet e punimeve të para në bizhuteri për individë ishin kryesisht në argjend dhe ar, ndërkohë që vula e cilësise në vitet '96-97 qëndron në medaljet për presidencën; punime artistike të cilat emërtuan një tjetër epokë të krijimtarisë dhe modernizimit të imazhit të institucioneve shtetërore.

Aktualisht, kjo kompani përvec markës tregtare, ka të regjistruar pranë Drejtorisë së

Përgjithshme të Pronësisë Industriale 13 Disenjo Industriale, duke përfshirë portrete të punuara në formë statuje deri tek motivet e dekorit të cilat përdoren në bizhuteri.



1998

PIRRO vazhdoi të ishte avangard dhe i përkushtuar në modelimin sa me cilësor estetik të produkteve, ndaj dhe prej vitesh mbajnë cilësinë ndër vite me rradhë të kurorës së çmuar të Miss Shqipëria, qysh prej vitit 1998. Një formulë suksesi e cila krijoi aureolen e prestigjit në dizajn dhe gurët e çmuar.

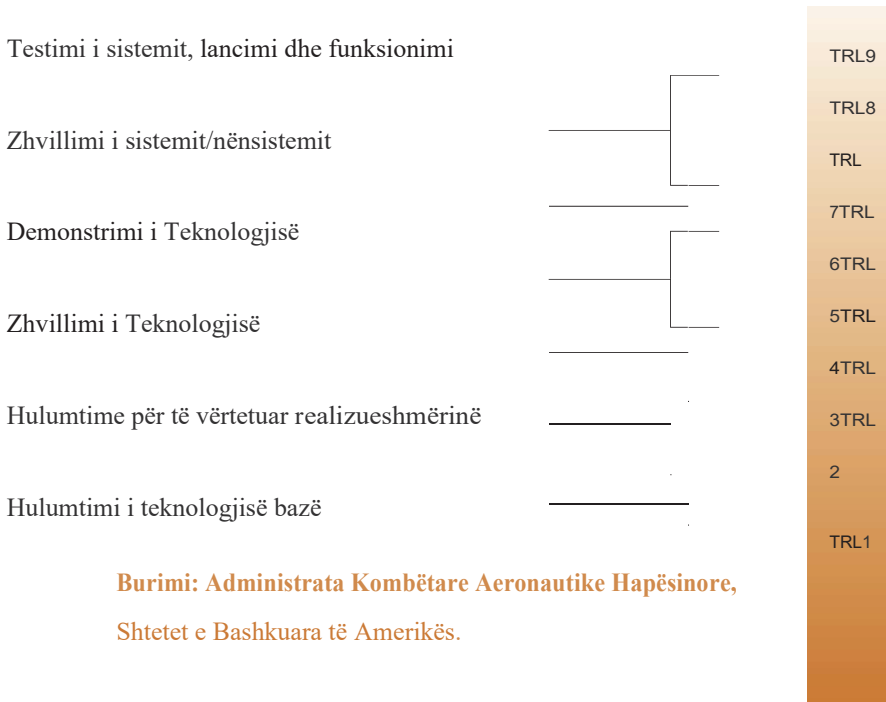
Argjendari PIRRO gjithashtu ka dizenuar brenda produkteve që ai prodhon edhe kupa festivalesh të ndryshme muzikore të zhanreve të ndryshme, në Shqipëri, të cilat i përkasin aseteve të tij të regjistruara dhe të mrojtura.



Të gjitha sukseset e Argjendari PIRRO janë tashmë meritë e mbrojtjes së aseteve të tij të pronës Intelektuale, duke dëshmuar se ato janë të mbrojtura dhe identifikojnë vlerat dhe rëndësinë e mrojtjes ligjore të pronësisë intelektuale.

Caktimi/dhënia e një TRL-je për një teknologji ose projekt i mundëson një shoqërie pozicionimin e saj përgjatë një zinxhiri novator. Në mënyrë tipike, një projekti që i jepet një TRL e ulët do të kërkojë një kohë zhvillimi të konsiderueshme në mënyrë që ai të jetë gati për treg. Kjo u mundëson sipërmarrësve të faktorizojnë investimet e ardhshme për zhvillim. Opsionet e financimit dhe mundësitë për licencimin e teknologjisë do të varen gjithashtu nga TRL-ja. Në thelb, shkalla e TRL-së është vetëm një tregues. Ajo mund t'i ndihmojë kompanitë të marrin financime dhe vendime të tjera, por koha e kërkuar për të sjellënjë teknologji në treg do të ndikohet nga një gamë faktorësh.

**Figura1. Niveli i gatishmërisë së teknologjisë**



### Modeli i biznesit përkundrejt planit të biznesit

Një biznes i suksesshëm u mundëson klientëve një produktose shërbime të vlerësuara prej tyre. Në modelin e tij të biznesit, një biznes i ringre një strukturë për të identifikuar, krijuar dhe shpërndarë vlera, propozimin e tij për të gjeneruar të ardhura, dhe një përshkrim të konkurrencës së tij aktuale dhe të ardhshme, tregjet e synuar prej tij, etj.<sup>9</sup> Duke marrë parasysh elementët financiarë dhe operacional, një plan biznesi përcakton në detaje mënyrën se si një biznes do të zbatojë modelin e tij të biznesit sepse plani i biznesit është një dokument strategjik thelbësor që parashikon të

ardhmen e një biznesi të ri (start-up). Një plan biznesi gjithëpërfshirës kërkon që sipërmarrësi të bëjë parashikime të detajuara. Shumica e sipërmarrësve në fazat e para nuk kanë të dhëna të mjaftueshme për të parashikuar me saktësi elementet vendimtare që nevojitet të trajtojë një plan biznesi.

Në faza shumë të hershme të krijimit të biznesit të ri, është e këshillueshme në këtë mënyrë që të përdoren modele më fleksibile biznesi për të identifikuar propozimin e vlerës që biznesi i ri (start-up-i) do të përpiqet të provojë. Sipërmarrësit duhet megjithatë të marrin kohën e nevojshme për të krijuar një plan biznesi sapo të jenë validuar elementet themelore të modelit të biznesit dhe biznesi i ri (start-up) të ketë mbledhur mjaftueshëm informacion dhe të dhëna mbi tregun për të bërë parashikime të arsyeshme.

Strategjia e PI-së së shoqërisë duhet të integrohet me planin e biznesit, i cili duhet të demonstrojë mënyrën se si PI-ja do të mbështesë zbatimin e suksesshëm të modelit të biznesit.

## Shënime

Termi "sistemi i pronësisë intelektuale" i referohet: të drejtave të pronësisë intelektuale; procesit të dhënies së tyre; sistemeve kombëtare, rajonale dhe ndërkombëtare që ekzistojnë për të procesuar, dhënë dhe regjistruar këto të drejta; dhe bazave të të dhënave që përmbajnë informacion të pronësisë intelektuale.

Shihni WIPO (2018). Të kapësh mundësitë për të krijuar të Ardhmen: Hyrje në Patentat e Ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme. Nr. 3 i Serive të Pronësisë Intelektuale për Biznesin. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_917\\_1.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_917_1.pdf).

Shih WIPO (2006). Shprehje Krijuese- Një Hyrje në të Drejtat e Autorit dhe të Drejtat e Përafërta për Ndërmarrjet e vogla dhe të mesme. Nr. 4 i serive të Pronësisë intelektuale për Biznesin [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/sme/918/wipo\\_pub\\_918.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/sme/918/wipo_pub_918.pdf)

Shih WIPO (2017).

Krijimi i një Marke - Një Hyrje në Markat tregtare dhe Brandet për Ndërmarrjet e vogla dhe të mesme. Nr. 1 i serisë së Pronësisë Intelektuale për Biznesin

[www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wpo\\_wipo\\_900\\_1.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wpo_wipo_900_1.pdf)

Shih WIPO (2019). Të jesh vizualisht tërheqës

Një Hyrje në disenjt për Ndërmarrjet e vogla dhe të mesme. Seria nr. 2 e Pronësisë Intelektuale për Biznesin [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_498\\_1.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_498_1.pdf).

WIPO (2018). Të shpikësh të ardhmen, fq 12

[www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_917\\_1.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_917_1.pdf)

Shih <https://web.archive.org/web/20051206035043/https://as.nasa.gov/aboutus/trl-introduction.html>

Shih [https://en.wikipedia.org/wiki/Turkish\\_coffee](https://en.wikipedia.org/wiki/Turkish_coffee).

Një model biznesi mund të krijohet duke përdorur një model të gatshëm biznesi në canvas. Këto përfaqësojnë vizualisht elementet që janë të nevojshme për të identifikuar vlerën e propozimit të një produkti ose kompanie. Shihni, për shembull, [www.strategyzer.com/canvas/business-model-canvas](http://www.strategyzer.com/canvas/business-model-canvas).



# **TË MBROSH INOVACIONIN TËND**

Produkti ose procesi novator i krijuar nga një biznes i ri (start-up) mund të jetë i ri në treg, mund të përmirësojë performancën e një produkti ose shërbimi ekzistues, ose mund të zvogëlojë kohën ose koston e prodhimit. Në të gjitha rastet, biznesi i ri duhet të zhvillojë sa më shpejt që të jetë e mundur një strategji PI-je të përshtatshme që përputhet dhe mbështet planin e tij të biznesit. Një biznes i ri me portofolin e duhur të PI-së do të jetë i aftë të mbrojë hapësirën konkurruese të kompanisë, duke vonuar në këtë mënyrë hyrjen e konkurrentëve dhe do të ndihmojë në ngritjen e bazave të saj në treg.

### **Marrja e të drejtave të patentës**

Një biznes i ri që ka zhvilluar një zgjidhje teknike për një problem mund të konsiderojë marrjen e një të drejte patente për këtë zgjidhje. Në mënyrë që të kualifikohet për një patentë, zgjidhja duhet të jetë e re, krijuese dhe e dobishme. Nëse të tjerë kanë aplikuar tashmë për mbrojtjen e patentës për të njëjtën ose një zgjidhje të ngjashme, ideja ose produkti i biznesit të ri (start-up) mund të mos konsiderohet e re, duke e përjashtuar nga mbrojtja e patentave. Prandaj është e rëndësishme të kryhet një hulumtim i bazave të të dhënave ekzistuese të patentave për të përcaktuar nëse zgjidhje të ngjashme janë zhvilluar tashmë.

Për më tepër, veprimet e një biznesi të ri (start-up) mund të dëmtojnë aftësinë e tij për të siguruar patentat. Një shpikje që zbulohet përpara aplikimit për patentë nuk do të konsiderohet i ri dhe aplikimi do të konsiderohet i paaftë për të përmbushur kërkesën për risi. Zbulimi pa dashje mund të ndodhë për shembull në evente tregtare, artikujt e revistave tregtare, ose gjatë një diskutimi jo konfidencial me palë të treta. Prandaj, përpara depozitimit të një aplikimi për patentë, është jetike që shpikjet të mbahen sekrete. Nëse zbulimi është i nevojshëm, për shembull për të bërë biznes me furnitorët dhe klientët e mundshëm, kjo duhet të bëhet nën mbrojtjen e marrëveshjeve të konfidencialitetit.

Një biznes i ri (start-up) i cili konsideron depozitimin e aplikimit për një patentë duhet të përpiqet ta bëjë këtë në mundësinë më të parë të mundshme. Kjo ndodh kur biznesi i ri (start-up) pranon se mund të ketë një zgjidhje teknike ndaj një problemi teknik me fjalë të tjera, kur ai ka realizuar një shpikje dhe të dhëna të mjaftueshme tregojnë se shpikja është efektive. Për të mbrojtur në mënyrën e duhur të gjitha risitë dhe funksionet e saj të ndryshme, një produkt i propozuar mund të kërkojë depozitimin e shumë aplikimeve për patentë.



Disa biznese të reja prirën të presin derisa versioni përfundimtar i një produkti të jetë gati para se të depozitohen aplikimin e tyre për një patentë. Kjo është një strategji e rrezikshme. Kompanitë nuk janë të detyruara të nxjerrin një produkt në treg përpara se të kenë siguruar mbrojtje për të. Përkundrazi, pritja deri në fazat përfundimtare të hedhjes në treg mund të mbyllë opsione të rëndësishme mbrojtjeje.

Konkurrentët ose palët e tjera të treta mund të jenë në pikën e zhvillimit të zgjidhjeve të njëjta ose të ngjashme teknike. Është e rëndësishme të siguroheni që një aplikim për patentë hartohet siç duhet, dhe pretendimet (të cilat përcaktojnë qëllimin e mbrojtjes) të mbulojnë elementet kritike të shpikjes.

Gjatë përgatitjes së një aplikimi, një biznes i ri (start-up) duhet të marrë parasysh mënyrën se si ai vetë do ta vërë teknologjinë në funksionim dhe gjithashtu se si mund ta përdorin konkurrentët e mundshëm. Kur depozitoni një aplikim për mbrojtje patente, bizneset e reja (start-up) duhet të marrin gjithashtu parasysh mënyrat e ndryshme të prodhimit ose përdorimit të një shpikjeje. Zbulimi i informacionit të përgjithshëm në aplikimin për patentë mund të krijojë hapësira për manovrim ndërkohë që tregu zhvillohet. Ndërkohë që një aplikim për patentë është në pritje, produkti mund të përmirësohet ose asete shtesë mund të depozitohen bazuar në zbulimin fillestar megjithatë, përmasa e informacionit të zbuluar në aplikimin fillestar duhet të jetë e ekuilibruar përkundrejt vlerës të ruajtjes sekret të informacionit. Mund të ketë përfitime tregtare për të dyja përqsjet.

Një aplikim për patentë duhet të dorëzohet pranë zyrës përkatëse kombëtare ose rajonale të patentave. Për të lundruar në çështjet teknike dhe zhvilluar një strategji efektive PI-je, një biznes i ri (start-up) duhet të marrë parasysh të angazhojë një ekspert komëtar për patentën i cili do të merret me përgatitjen dhe kalimin e aplikimit të tij përgjatë procesit të marrjes së të drejtës .

Në Shqipëri aplikimi për lëshimin e një patente bëhet nëpërmjet formularit të aplikimit të paraqitur nga DPPI, i cili nënshkruhet nga aplikanti ose përfaqësuesi i tij dhe depozitohet pranë protokollit të DPPI, si edhe prej një viti bëhet edhe online përmes platformës kombëtare e-albania e cila ka përfshirë në ofrimin e shërbimeve të saj të gjitha shërimet dhe praktikatat që zhvillon në veprimtarinë e saj DPPI-ja.

Nëse aplikanti zgjedh që të aplikojë me dorëzim të dokumentacionit fizik, atëherë, formulari mund t'i dërgohet DPPI-së edhe me postë ose me faks nga paraqitësi i kërkesës ose përfaqësuesi i tij (eksperti). Në rastin e dërgimit me faks, aplikanti duhet që brenda një muaji nga data e dërgimit të faksit, të depozitohet pranë DPPI kërkesën në formën e saj origjinale, në të kundërt, kërkesa

konsiderohet si e paparaqitur.

Kërkesa për patentë bëhet për një shpikje të vetme ose për një grup shpikjesh, të lidhura në një mënyrë të tillë sa që formojnë së bashku një koncept shpikës të vetëm e të përgjithshëm.

Një aplikim për patentë përmban një sërë komponentësh. Kjo përfshin një përshkrim të shpikjes, vizatime, dhe një përmbledhje të njohur si abstrakt. Megjithatë, janë kërkesat e aplikimit ato që përcaktojnë fushën e mbrojtjes. Më poshtë gjeni një përmbledhje të përgjithshme<sup>1</sup> të procesit të aplikimit; kini parasysh që shtetet ndryshojnë në mënyrën se si e menaxhojnë këtë proces<sup>3</sup>.

**1. Ekzaminimi zyrtar.** Zyra e patentave merr në shqyrtim aplikimin duke u siguruar që ai të jetë në përputhje me kërkesat ose formalitetet administrative. (Për shembull, nëse është përfshirë i gjithë dokumentacioni përkatës? A janë paguar tarifatat? Aplikimet e depozituara ekzaminohen sipas numrit të tyre rendor.

DPPI shqyrton brenda një periudhe 3 mujore nga data e paraqitjes së aplikimit.

Data e depozitimit të një aplikimi për regjistrimin e një patente është data kur DPPI-ja merr në dorëzim kërkesën e plotësuar sipas kërkesave të ligjit. Nëse kërkesa nuk është e plotë, aplikanti njoftohet t'i plotësojë ato brenda një periudhe tremujore nga data e njoftimit. Nëse aplikanti nuk i kryen plotësimet dhe korrigjimet e kërkuara brenda afatit kërkesa refuzohet të depozitohet. Brenda një periudhe 3 mujore nga data e lëshimit të dëshmisë së depozitimit, DPPI vazhdon ekzaminimin e mëtejshëm të aplikimit për patentë.

Nëse gjatë egzaminimit aplikimi paraqet mangësi, DPPI njofton aplikantin për të bërë plotësimet brenda afatit të caktuar nga data e njoftimit. DPPI ka të drejtë t'i kërkojë aplikantit depozitimin e dokumentave shtesë të nevojshme për ekzaminimin e aplikimit, nëpërmjet një njoftimi me shkrim si dhe të caktojë afatin për depozitimin e tyre kur e çmon të nevojshme.

Nëse aplikanti nuk i plotëson të metat brenda afatit të caktuar, DPPI e refuzon aplikimin për patentë dhe njofton aplikantin për refuzimin. Aplikanti mund të kërkojë që afati kohor i caktuar për plotësim dokumentacioni të zgjatet deri në një muaj shtesë, duke paraqitur një kërkesë me shkrim bazuar në shkaqe të arsyeshme dhe kundrejt pagesës së tarifës përkatëse.

Në përfundim të ekzaminimit të bërë, DPPI merr vendim për lëshimin ose jo të patentës dhe njofton menjëherë aplikantin për vendimin e marrë, si edhe për kryerjen e pagesës së tarifës për

---

<sup>3</sup> <https://e-albania.al/Default.aspx>

lëshimin e patentës<sup>4</sup>.

**2. Hulumtimi.** Në shumë vende zyra e patentave kryen një hulumtim për të përcaktuar nëse një shpikje është e re. Gjatë ekzaminimit përmbajtësor (shih më poshtë), zyra mbështetet në patentat, aplikimet për patenta dhe informacione të tjera publike<sup>2</sup> që shfaqen gjatë kërkimit.

Në praktikën e DPPI-së hulumtimi është një proces i cili inkorporohet në fazën e ekzaminimit por nuk supozohet se ka një program special që realizon këtë proces, duke shfrytëzuar ndonjë databazë ndërkomëtare me qëllim zbulimin e patentave ekzistuese në marë botën.

**3. Ekzaminimi thelbësor.** Zyra e patentës përcakton nëse aplikimi i plotëson kriteret për një patentë. Jo të gjitha zyrat e patentave bëjnë ekzaminime thelbësore, dhe disa zyra i bëjnë këto ekzaminime vetëm nëse ata marrin kërkesa brenda një kohe të caktuar; dështimi për të kërkuar mund të sjellë braktisjen e një aplikimi. Rezultati i ekzaminimit i dërgohet me shkrim aplikuesit ose përfaqësuesit të aplikuesit. Në shumë shtete, aplikantit i jepet një mundësi për t'iu përgjigjur çdo kundërshtimi të ngritur gjatë ekzaminimit, ose për të ndryshuar aplikimin. Kjo shpesh sjell një rënie të qëllimit të aplikimeve për patentë.

DPPI-ja nuk kryen ekzaminim thelbësor të shpikjes, pasi në përputhje me nenet 5, 6, 7, 9 e 10 të ligjit, Patenta e dhënë nga DPPI-ja ka efekte ligjore, sipas pikës 1, të nenit 40 të ligjit, vetëm nëse, para mbarimit të periudhës 10-vjeçare nga data e depozitimit, pronari i patentës depoziton prova shkresore për patentueshmërinë e shpikjes. Prova shkresore mund të jetë rezultat i ekzaminimit thelbësor të kryer mbi të njëjtën patentë nga ZEP-i, nga një zyrë kombëtare, e cila gëzon statusin e Autoritetit Ndërkombëtar për Ekzaminim Paraprak, ku sipas nenit 32, të Traktatit të Bashkëpunimit për Patentat ose nga zyra kombëtare, e cila ka marrëveshje bashkëpunimi me DPPI-në, si dhe një patentë e dhënë për të njëjtën shpikje nga një prej këtyre zyrave. Në rast se nuk paraqiten prova shkresore të patentueshmërisë, të përmendura më sipër, patenta nuk do të ketë më efekt pas kalimit të periudhës 10-vjeçare<sup>5</sup>.

**4. Publikimi i aplikimit.** Në shumë shtete, një kërkesë për patentë publikohet 18 muaj pas datës së parë të depozitimit.

DPPI publikon në Buletinin e Pronësisë Industriale çdo aplikim të depozituar, menjëherë pas

---

<sup>4</sup> Rregullorja e Patentave, DPPI

<sup>5</sup> Neni 32 i Ligjit nr. 9947 dt. 07.07.2008 mbi Pronësinë Industriale, i ndryshuar.

përfundimit të një periudhe prej 18 muajsh nga data e depozitimit ose, kur kërkohet prioritet, nga data e prioritetit. Nëse aplikanti kërkon me shkrim, përpara plotësimin të afatit prej 18 muajsh, që aplikimi të publikohet para kohe, dhe paguan tarifën përkatëse, DPPI e publikon atë menjëherë.

**5. Dhënia e së drejtës.** Nëse rezultati i shqyrtimit të aplikimit është pozitiv, zyra e patentave jep të drejtën e patentës dhe lëshon një certifikatë për dhënien e kësaj të drejte. Zyrat e patentave në përgjithësi bëjnë edhe publikimin e patentës në këtë kohë. Në përfundim të ekzaminimit të bërë, DPPI merr vendim për lëshimin e patentës dhe njofton menjëherë aplikantin për vendimin e marrë, si edhe për kryerjen e pagesës së tarifës për lëshimin e patentës. Gjithashtu, DPPI regjistron në Regjistrin Kombëtar të Patentave dhe boton në Buletinin e Pronësisë Industriale çdo patentë të lëshuar.

## 6. Kundërshtimi.

Shumë zyra të patentave sigurojnë një periudhë gjatë së cilës palë të treta mund të kundërshtojnë dhënien e një patente, për shembull mbi bazën se shpikja e pretenduar nuk është e re. Në varësi të juridiksionit, proceset e kundërshtimit mund të zhvillohen para ose pas dhënies së një patente. Pas ezaurimit të periudhës së lejuar për kundërshtim, palët e treta mund të jenë ende në gjendje të aplikojnë për të anuluar një patentë.

Kundërshtimi ndaj dhënies së një patente, mund të paraqitet pranë DPPI brenda një periudhe nëntë mujore nga data e publikimit të dhënies së patentës. Bazuar në Ligjin shqiptar, çdo person ka të drejtë, brenda nëntë muajve nga data e publikimit, të depozitojë një kundërshtim për dhënien e patentës në bordin e apelimit të DPPI-së, pasi të ketë bërë pagesën e tarifës së caktuar. Kundërshtimi për dhënien e një patente mund të bëhet kur patenta është dhënë në kundërshtim me kërkesat e neneve 13, 17, 18, 19, 20, 21, 22 e 24 të ligjit.

Sipas pikës 1 të këtij neni, një kopje e kundërshtimit i dërgohet pronarit të patentës, i cili ka të drejtë të paraqesë argumentet e veta, brenda tri muajve nga data e marrjes së njoftimit. Bordi i apelimit vlerëson kërkesën e kundërshtimit. Çdo palë ka të drejtë të marrë pjesë në procedurën e kundërshtimit dhe të paraqesë argumentet e veta, me gojë ose me shkrim, brenda një periudhe kohe të përcaktuar nga bordi i apelimit. Gjithashtu, Bordi i apelimit, në përputhje me rezultatet e vlerësimit, merr vendim për shfuqizimin e patentës ose për refuzimin e kërkesës së kundërshtimit. Çdo palë, kundër vendimit të bordit të apelimit, mund të bëjë ankim në gjykatë brenda 30 ditëve nga data e marrjes së vendimit.

## Fiordi Pernaska Fiordi Përnaska

Datëlindja :14.09.1992

Vendlindja: Paris - Banues në qytetin e Tiranës.

Është një sipërmarrës serial, shpikës dhe novator i qëndrueshëm.



Ai shërben aktualisht si CEO i KING KONG ndërtimit, një kompani inovative e ndërtimit të qëndrueshëm, me buton që transmeton dritë si produkt i theksuar.

Kompanitë e tij janë pionierë në aplikimin e proceseve të prodhimit të aditivëve në realizimin e produkteve finale të qëndrueshme, kryesisht në art, modë, dizajn dhe ndërtim, duke mbajtur disa patenta shpikjesh në këtë drejtim.

Ai është bashkëthemeluesi dhe CEO i VIP TIE, një markë e modës që ofron aksesorë luksozë unikë, plotësisht të personalizuar dhe të qëndrueshëm të printuar 3D dhe të punuar me dorë. Ai është gjithashtu një partner menaxhues në GODCROWN Milano, një markë e qëndrueshme italiane e veshjeve të kokës luksoze.

Gjithashtu, Fiordi shërben si Kryetar i markës së modës ONUS, e cila u krijua nga stërgjyshi i tij në vitin 1927 në Tiranë, ku ai e ka përmirësuar kompaninë në procese të qëndrueshme prodhimi.

Ai është gjithashtu bashkë-themelues i ON Outsource, një kompani globale e outsourcing.

Ai ka studiuar Menaxhim dhe Financë për Ekonomi Ndërkombëtare dhe Financë në Universitetin Bocconi në Milano, Itali me një drejtim në Shkenca Ekonomike dhe gjithashtu ka studiuar Fakultetin Juridik në Universitetin e Tiranës, Shqipëri si diplomë e dytë.

Fiordi është një folës i shpeshtë në konferenca ndërkombëtare, me fokus në inovacionin e qëndrueshëm dhe prodhimin e aditivëve.

Ai është pjesë e seminareve të ndryshme ndërkombëtare të teknologjisë së lartë në lidhje me industrinë, duke u përfshirë në zgjerimin e teknologjive të prodhimit inovativ të qëndrueshëm të prodhimit të aditivëve, duke ofruar personalizim të pakufizuar dhe zgjidhje të qëndrueshme për kompanitë dhe individët.

Fjordi Përnaska gjithashtu është një i ri i apasionuar pas modës dhe inovacionit.

Ai ka krijuar kompaninë e tij KING KONG dhe shpikur pas një periudhe të zgjatur kërkimi dhe zhvillimi prej disa vitesh produktin CONCRUS.

Ky produkt transmeton beton me porosi 3D i printuar dhe i punuar me dorë deri në detajet më të vogla me elementë të qëndrueshëm.

Si një pikë kryesore e teknologjisë së lartë, CONCORUS ripërcakton dizajnin e brendshëm dhe të jashtëm, nëpërmjet personalizimit

të pakufizuar të arritur me teknologjinë më të avancuar të printimit 3D, duke e bërë çdo projekt unik. Kjo rezulton në një transparencë drite pasi betoni që transmeton dritën shkëlqen nga brenda.

Materialet e qëndrueshme të ndërtimit, dizajni i qëndrueshëm, zgjidhjet e energjisë së rinovueshme, këshillimi i energjisë dhe auditimi i efikasitetit të energjisë për të ndihmuar njerëzit ta bëjnë jetën e tyre të gjelbër dhe të dobët, duke ulur konsumin, duke ulur kostot dhe për të kontribuar në një mjedis më të shëndetshëm.

<https://we.tl/t-n5XM99l6Q>

Vëmendje e veçantë duhet të kushtohet kur aplikoni për mbrojtje të PI-së që do të krijonte të drejta me pronësi të përbashkët. Në raste të tilla, palët shpesh gabimisht supozojnë se ata do ta ndajnë PI-në, zakonisht në pjesë të barabarta. Në fakt, pronësia e përbashkët i jep secilës palë të drejta të plota mbi pronësinë e PI-së.<sup>3</sup> Aplikimi për pronësi të përbashkët duket të jetë një zgjidhje e drejtpërdrejtë kur palët nuk mund të bien dakord se kush duhet ta zotërojë një PI. Në praktikë, menaxhimi dhe shfrytëzimi i PI-së me pronësi të përbashkët mund të jetë i vështirë, veçanërisht në kontekstin e patentave, dhe të drejtat e secilës palë duhet të adresohen në një marrëveshje të veçantë të pronësisë së përbashkët. Nëse pronarët e pronësisë së përbashkët nuk hartojnë një marrëveshje të shëndoshë pronësie, ata mund të zbulojnë se interesat e tyre janë në konflikt, ndoshta duke çuar në pretendime për shkelje të kontratës. Një avokat me përvojë PI duhet të konsultohet para se të pranohet që të depozitohet një aplikim për pronësi të përbashkët për mbrojtjen e PI-së.

### **Sigurimi mbrojtjes së sekreteve tregtare**

Informacioni konfidencial, duke përfshirë strategjitë e tregut, metodat e prodhimit dhe listat e klientëve, ka të ngjarë të jenë asetet më të vlefshme që një biznes i ri (start-up) zotëron, veçanërisht në fillimet e tij. Prandaj, mbrojtja<sup>4</sup> e këtyre aseteve përmes sekreteve tregtare është thelbësore për të patur sukses. Sa më shpejt që të jetë e mundur, start-up-et duhet të vendosin se si do të identifikojnë dhe ruajnë sekretet e tyre.

Nuk ka asnjë proces regjistrimi formal për mbrojtjen e sekreteve tregtare. Megjithatë, masa të arsyeshme për t'u kualifikuar për mbrojtjeduhet të vendosen.

Këto mund të përfshijnë sa vijon:

Kufizoni aksesin në informacion për ata që "duhet të dinë."

Kufizoni fizikisht aksesin e palëve të treta nëinformacion. Për shembull, kontrolloni aksesin e pronës se kompanisë dhe të zonave me informacion sensitiv siç janë laboratorët.

Krijoni procedura për të parandaluar rrjedhjen e informacionit sensitiv nga vendi i punës, duke ditur veçanërisht lehtësinë me të cilën informacioni mund të bartet tani në mënyrë dixhitale.

Kontrolloni aksesin në skedarët dhe serverët e kompjuterit, duke përdorur mbrojtjen me fjalëkalim dhe mure mbrojtëse (firewalls).

Adoptoni marrëveshje të mospublikimit të informacionit me punonjësit, furnitorët dhe partnerët.

Ndaloni personat që marrin informacione konfidenciale që të mos i bëjnë publike ose t'i përdorin në mënyrë të paautorizuar këto informacione.

Trajnioni punonjësit mbi politikat e sekretit tregtar dhe implementoni masa praktike për të mbrojtur

sekretet tregtare të kompanisë.

Jini të vetëdijshëm se mbrojtja e sekretit tregtar ndryshon shumë nga shteti në shtet, në lidhje me atë që mbrohet dhe mënyrën se si zbatohen sekretet tregtare.

Në Shqipëri aktualisht janë përcaktuar sipas direktivave të BE-së, aspektet ligjore formale që legjitimojnë dhe përkufizojnë sekretin tregtar dhe format e mbrojtjes të tij, por ende nuk ka një standard për regjistrimin e tyre.

Sipas këtyre përcaktimeve “Sekreti tregtar” është informacioni që përmbush kërkesat e mëposhtme: a) është sekret në kuptimin që në tërësinë e tij ose për sa i përket konfigurimit të saktë dhe kombinimit të pjesëve përbërëse të tij, nuk është gjerësisht i njohur ose lehtësisht i aksesueshëm për personat që përgjithësisht merren me llojin e informacionit në fjalë; b) ka vlerë tregtare, sepse është sekret; c) u është nënshtruar hapave të arsyeshëm për ruajtjen e informacionit, sipas rrethanave.

Me informacion dhe hapa të arsyeshëm për ruajtjen e informacionit do të kuptojmë: a) informacioni i referuar ndër të tjera, në njohuritë teknike, informacionet për shoqërinë tregtare dhe informacionet teknologjike; b) informacioni që ka vlerë tregtare, ndër të tjera, në ato raste kur përvetësimi, përdorimi ose bërja publike e paligjshme e sekretit tregtar ka mundësi të dëmtojë interesat e personit që kontrollon në mënyrë të ligjshme këtë sekret tregtar, duke cenuar potencialin e shkencor dhe teknik, interesat financiare të shoqërisë tregtare, pozicionet strategjike ose mundësinë për të konkurruar; c) hapat e arsyeshëm që përfshijnë përgatitjen e një akti të brendshëm për administrimin e një sekretit tregtar dhe grupin përkatës të personave, që është përgjegjës për administrimin e tij apo masat për mbrojtjen fizike ose virtuale në aksesin e administrimin e sekretit tregtar.

“Mbajtës i sekretit tregtar” është çdo person fizik ose juridik që zotëron në mënyrë të ligjshme një sekret tregtar. Sipas Ligjit, “Shkelës” është çdo person fizik ose juridik që ka përvetësuar, përdorur ose ka bërë publik në mënyrë të kundërligjshme një sekret tregtar. “Mallra në shkelje” janë mallrat, disenjimi, karakteristikat, funksionimi, procesi i prodhimit ose tregtimi i të cilave sjell në mënyrë të dukshme përfitime nga sekretet tregtare e të përvetësuara, të përdorura ose të bëra publike në mënyrë paligjshme. Objekt i mbrojtjes sipas këtij Ligji është përcaktimi i rregullave për mbrojtjen kundrejt përvetësimit, përdorimit dhe bërjes publike në mënyrë të paligjshme të sekretit tregtar.

Mbajtësi i sekretit tregtar ka të drejtë të kërkojë zbatimin e masave, të procedurave dhe të mjeteve mbrojtëse të parashikuara në ligj, me qëllim parandalimin ose shpërblimin e dëmit në rastin e përvetësimit, përdorimit ose bërjes publike në mënyrë të paligjshme të sekretit tregtar. Përvetësimi i



sekretit tregtar pa miratimin e mbajtësit të sekretit tregtar do të konsiderohet i paligjshëm në çdo rast që ai kryhet nëpërmjet: a) aksesit të paautorizuar, përvetësimit ose kopjimit të çdo dokumenti, objekti, materiali, substance ose dosjeje elektronike që ndodhet në mënyrë të ligjshme në zotërim të mbajtësit të sekretit tregtar dhe përmban sekretin tregtar ose prej nga mund të nxirret sekreti tregtar; b) çdo lloj sjelljeje tjetër që sipas rrethanave do të konsiderohet në kundërshtim me praktikën e ndershme tregtare.

Përdorimi ose bërja publike e sekretit tregtar do të konsiderohet e paligjshme në të gjitha ato raste që kryhet pa miratimin e mbajtësit të sekretit tregtar nga një person, i cili rezulton se plotëson një nga kushtet e mëposhtme: a) ka përvetësuar në mënyrë të paligjshme sekretin tregtar; b) është në shkelje të marrëveshjes së konfidencialitetit ose të çdo detyrimi tjetër për të mos bërë publik sekretin tregtar; c) është në shkelje të një detyrimi kontraktual ose çdo detyrimi tjetër që përcakton kufizimin për përdorimin e sekretit tregtar.

Përvetësimi, përdorimi ose bërja publike e sekretit tregtar do të konsiderohen gjithashtu të paligjshme në çdo rast që një person në kohën e përvetësimit, përdorimit ose bërjes publike të sekretit tregtar ishte në dijeni ose, sipas rrethanave, duhet të ishte në dijeni të faktit që sekreti tregtar është përfituar në mënyrë të drejtpërdrejtë ose indirekte nga një person tjetër, i cili ishte duke përdorur apo duke bërë publik sekretin tregtar në mënyrë të paligjshme.

Prodhimi, ofrimi, vendosja në treg e mallrave në shkelje ose importimi, eksportimi ose magazinimi i mallrave në shkelje për këto qëllime konsiderohen gjithashtu një përdorim i paligjshëm i sekretit tregtar, kur personi që kryen veprimtari të tilla e dinte ose, sipas rrethanave, duhet të ishte në dijeni që sekretin tregtar ishte përdorur në mënyrë të paligjshme<sup>6</sup>.

### **Mbrojtja e të drejtës së autorit**

Ndryshe nga markat tregtare, të drejtave të disenjave dhe patentave, krijuesve nuk u kërkohet të regjistrohen për të marrë të drejtën e autorit dhe të depozitojnë një njoftim zyrtar të së drejtës së autorit për të pretenduar mbrojtje. E drejta e autorit konsiderohet se ekziston qysh në momentin e krijimit të një veprë të mbrojtur. Megjithatë është praktikë e mirë që të regjistrohen elementët kryesorë, të cilat e kualifikojnë për mbrojtje të së drejtës së autorit pranë zyrave kombëtare të të drejtave të autorit në shtetet që e ofrojnë këtë lehtësi (për shembull, Shtetet e Bashkuara të

---

<sup>6</sup> Ligj nr. 96/2021 Për disa ndryshime dhe shtesa në ligjin nr. 9947, datë 7.7.2008, "për Pronësinë Industriale", të ndryshuar. Për Sekretin Tregtar.

Amerikës).

Regjistrimi përcakton një datë të supozuar të krijimit dhe pronësisë së të drejtës së autorit, duke ndihmuar kështu krijuesit që të zbatojnë të drejtat e autorit dhe mbrojnë veten kundrejt pretendimeve për shkelje të së drejtës së autorit. Bizneset e reja (start-up) duhet të përpiqen të shënojnë me një shenjë të gjitha veprat dhe dokumentet me një njoftim për të drejtën e autorit (©), ose një informacion të ngjashëm, për të ndërgjegjësuar palët e treta se është pretenduar e drejta e autorit dhe për të lehtësuar pagesën kur aplikohet. Për veprat dixhitale, është e arsyeshme të përfshini informacione mbi të drejtën e autorit (dhe të drejtat e lidhura) në të dhënat metadata, dhe të përdorin formatet standarde të industrisë dhe identifikuesve, aty ku janë të disponueshëm, për të lehtësuar rrjedhën e honorareve dhe formave të tjera të pagesës.

Sipas ligjit shqiptar "Për të Drejtat e Autorit dhe të Drejtave të tjera të lidhura me to", marrja e një certifikate mbi autorësinë e krijimtarisë që gëzon mbrojtje nga legjislacioni është si vijon:

Lista e dokumenteve për regjistrim-certifikim të drejtë Autori.

1. Kërkesë me objekt "regjistrim-certifikim" të drejtë autori, drejtuar Ministrisë së Kulturës, Drejtorisë për të Drejtat e Autorit dhe të Drejtave të tjera të lidhura me to. Kjo kërkesë bëhet nga autori i veprës ose përfaqësuesi i autorit, në këtë rast e shoqëruar me autorizimin e përfaqësimit, kërkesa duhet të përmbaj objektin, datën, emër - mbiemër dhe nënshkrimin e kërkesës.
2. Deklaratë përpara specialistit të Regjistrimit, përmbajtja e së cilës të theksojë qartazi se deklaruesi është autori i veprës/ve të regjistruara.
3. Formulari i DDA-së, sipas klasës i plotësuar, (LDA, Objekti), bashkëlidhur formularët të cilët mund të shkarkohen online nga faqja zyrtare e DDA-së.
4. Depozitimi i një kopje të veprës në formë të shkruar ose elektronike.
5. Fotokopje Pasaporte ose Letërnjoftimi.
6. Mandat-pagesë, për llogari të Ministrisë së Kulturës, (për të bërë pagesën më parë duhet të pajiseni me një faturë arkëtimi pranë zyrës së Drejtorisë për të Drejtat e Autorit dhe të Drejtave të tjera të lidhura me to, kryerja e pagesës bëhet pranë "Raiffeisen Bank").

## Shënim

1. Shih WIPO (2018). Të kapësh mundësitë për të krijuar të ardhmen, fq. 25-26. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_917\\_1.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_917_1.pdf).
2. "Arti paraprak" i rëndësishëm për çështjen e patentueshmërisë potenciale të shpikjes.
3. Shih Kim, S., V. Lipton (2012). "Pronësia e përbashkët e PI-së në të gjithë botën". Në LES Nouvel/es. Licencimi i Ekzekutivëve të Shoqërisë Ndërkombëtare.
4. "Njohuria praktike" ("Know-how") mund ose nuk mund të jetë një sekret tregtar. Termi në përgjithësi i referohet një grupi më të gjerë të njohurive dhe aftësive të brendshme të biznesit që do të përbënin një sekret tregtar nëse kushtet për t'u kualifikuar si sekret tregtar do të përmbusheshin.



**Të dallosh produktin tënd në treg**

Nuk mjafton të zhvilloni një produkt ose shërbim që zgjidh një problem ose përmirëson zgjidhjet ekzistuese dhe ta mbron këtë produkt ose shërbim nëpërmjet të drejtave të PI-së. Një biznes i ri (start-up) duhet gjithashtu të tërheqë konsumatorët dhe të konkurrojë në mënyrë efektive në treg. Konsumatorët duan të jenë në gjendje të gjejnë produktet që u duhen lehtë dhe të krijojnë një marrëdhënie besimi me start-up-et. Kur gjejnë dhe pëlqejnë produktet, konsumatorëte ndjejnë veten të lidhur me start-up-et dhe me gjasa do t'i blejnë këto produkte përsëri.

Prandaj është e rëndësishme që një biznes i ri (start-up) të marrë parasysh sa më herët të jetë e mundur se si do të krijojë një identitet dallues për produktin e tij. Si e tillë, biznesi duhet të vendosë për një emër, logo ose shenjë tjetër të përshtatshme që do t'u mundësojë konsumatorëve ta identifikojnë dhe ta mbajnë mend lehtë produktin. Gjithashtu biznesi i ri mund të marrë në konsideratë disenjimin e pamjes së jashtme të produktit në një trajtë ose formë të caktuar në mënyrë që ta bëjë atë tërheqës për konsumatorët. Këta elementë mund të mbrohen nga markat tregtare, të drejtat e disenjës dhe të drejtat e autorit të cilat janë komponentë të rëndësishëm të marketingut efektiv.

Përpara se të vendosë për një emër joshës ose të krijojë një disajn tërheqës, biznesi i ri (start-up) duhet të kontrollojë që të tjerët të mos e kenë regjistruar të njëjtin ose një emër të ngjashëm për produkte të ngjashme dhe që nuk janë duke aplikuar për një dizajn të njëjtë ose të ngjashëm. Baza e të dhënave të markave tregtare dhe disenjës të cilat janë lirisht të disponueshme u mundësojnë bizneseve të reja (start-up) të përcaktojnë nëse e njëjta markë tregtare ose disajn i ngjashëm është tashmë i regjistruar. Verifikimi mundëson që biznesi i ri (start-up) të mos humbë kohë duke zhvilluar një strategji marketingu për një emër dhe model që nuk mund ta përdorin.

Për më tepër, verifikimi i mbron bizneset e reja (start-up) nga rreziku që palë të treta të mund të ndërmarrin hapa për të parandaluar biznesin e ri (start-up) që të përdorë këtë emër ose disajn nëse ata e konsiderojnë se emri ose modeli i tyre është kopjuar. Gabimet mund të jenë të kushtueshme. Biznesi i ri (start-up) mund të detyrohet të ridisajnojë produktin e tij ose të krijojë një strategji të re marketingu, në disa raste edhe nëse marka tregtare ose disajno nuk është e regjistruar por përdoret thjesht në treg. Realizimi i një kërkimi të kujdesshëm në internet rekomandohet shumë në fazën fillestare. Kërkimi duhet të mbulojë tregje vendase por edhe të huaja që biznesi i ri (start-up) synon të ketë në objektiv. Një kërkim i parë mund të bëhet përmes bazave kombëtare të të dhënave dhe bazave të të dhënave të WIPO-s<sup>1</sup>; informacione më specifike mund të sigurohen nga ofruesit privatë të shërbimeve. (Shihni seksionin Përdorimi i Bazave të të dhënave PI në faqen 59.)

Ndër bazat kombëtare të të dhënave që operojnë aktualisht në Shqipëri janë: Portali qeveritar e-albania, Regjistri kombëtar të bazave të të dhënave shtetërore; Regjistri kombëtar i shërbimeve

elektronike; Klasat dhe masat e sigurisë; Auditimin e bazave të të dhënave shtetërore.

## **BAZA E TË DHËNAVE**

Baza e të dhënave Mbrohet nga drejta e autorit baza e të dhënave, e cila, në kuptim të ligjit për të drejtat e autorit, është një mbledhje e krijimeve të pavarura dhe e të dhënave ose materialeve të renditura, në mënyrë sistematike ose metodike dhe që janë të aksesueshme me anë të mjeteve elektronike ose mjeteve të tjera dhe që bën krijim intelektual. Baza e të dhënave nuk shtrihet për përmbajtjen e materialeve që përbëjnë bazën e të dhënave dhe nuk cenon të drejtat ekzistuese mbi to. Mbrojtja e një veprë bazë të dhënash nuk zbatohet për programet kompjuterike të përdorura në përgatitjen ose përdorimin e bazës së të dhënave, të cilat janë të arritshme nga mjetet elektronike.

## **PËRDORIMI I BAZËS SË TË DHËNAVE**

Një përdorues i ligjshëm i një baze të dhënash apo i një kopjeje të saj lejohet të veprojë me të gjitha llojet e përdorimit, nëse kjo është e nevojshme për aksesin në përmbajtjen e bazave të të dhënave dhe përdorimin e saj normal.

Nëse një përdorues është i autorizuar vetëm për një pjesë të bazës së të dhënave, ai lejohet të riprodhojë dhe të ndryshojë vetëm atë pjesë.

Çdo dispozitë kontraktuale në kundërshtim me dispozitat e këtij neni është e pavlefshme.

Mbrojtja e bazës së të dhënave, sipas kësaj pjese, zbatohet:

- a) ndaj tërë përmbajtjes së bazës së të dhënave;
- b) për çdo pjesë cilësore ose sasiore të konsiderueshme të përmbajtjes së saj;
- c) për pjesët cilësore dhe/ose sasiore jothelbësore të një baze të dhënash, kur këto pjesë janë përdorur në mënyrë të përsëritur dhe sistematike, gjë që bie ndesh me shfrytëzimin normal të asaj baze të dhënash ose në mënyrë të paarsyeshme cenohen të drejtat legjitime të prodhuesit të bazës të të dhënave.

Mbrojtja, sipas këtyre pikave, nuk zbatohet për programet kompjuterike të përdorura në bërjen ose funksionimin e bazave të të dhënave elektronike.

Përsa i përket ofruesve privatë të shërimeve në Shqipëri nuk ka ndonjë ofrues të mirfilltë por gjithsesi mund të konsiderojmë deri-diku ofrues shërbimesh, Axhendsitë e Administrimit Kolektiv

që operojnë në monitorimin e të Drejtave të Autorit dhe të Drejtave të tjera të lidhura me to, ose studiot ligjore komëtare të cilat ofrojnë vetëm shërbime të fushës së Pronësisë Intelektuale, të cilat ofrojnë deri-diku të dhëna dhe informacione të pjesshme për start-up-et lidhur me asetet pronësore të PI<sup>7</sup>.

### **Marrja e një marke tregtare**

Të drejtat e markës tregtare mund të merren duke aplikuar për një të drejtë të regjistruar të markës tregtare. Në disa shtete, është e mundur të mbrohen markat e paregjistruara tregtare që përdoren vetëm në tregti. Megjithatë, pasja e një marke të regjistruar ofron mbrojtjen më të mirë dhe regjistrimi është mënyra më e sigurt për të ngritur një imazh të markës, besimin e konsumatorit dhe vullnetin e mirë.

Referuar të drejtave që burojnë nga regjistrimi i një marke tregtare në Shqipëri, në mënyrë që pronari i markës tregtare të regjistruar të gëzojë një mbrojtje ligjore të tillë duhet që domosdoshmërisht të plotësohen në të njëjtën kohë dy kushte:

- 1) marka tregtare e regjistruar të gëzojë një reputacion në Republikën e Shqipërisë (reputacioni i markës tregtare duhet provuar në çdo rast përpara gjykatës duke paraqitur prova të tilla si: anketime, sondazhe, etj.);
- 2) Përdorimi i shenjës së njëjtë apo të ngjashme me markën tregtare të regjistruar, pa shkak të arsyeshëm, duhet të sjellë një përfitim të padrejtë ose të dëmtojë natyrën dalluese apo emrin e mirë të markës së regjistruar. Në vijim për sa më sipër, ligji nr. 9947, datë 07.07.2008 “Për pronësinë industriale” (i ndryshuar) i garanton një mbrojtje ligjore të gjerë dhe rigoroze pronarit të një marke tregtare të regjistruar duke ndaluar gjithashtu: – vendosjen e shenjës te mallrat ose ambalazhet e tyre; – hedhjen e mallrave në treg, ofrimin e tyre për shitje, duke përdorur këtë shenjë, ose krijimin dhe mbajtjen e rezervave për këto qëllime; – ofrimin e shërbimeve duke përdorur këtë shenjë; – importimin ose eksportimin e mallrave duke përdorur këtë shenjë; dhe – përdorimin e shenjës në veprimtarinë tregtare, reklamime ose publicitete.

Çdo përdorim, kufizim, imitim ose bashkëshoqërim i paautorizuar i markës tregtare të regjistruar përbën shkelje të të drejtave të pronësisë industriale të pronarit të markës, i cili në këtë rast gëzon të drejtën për të ngritur padi në gjykatë për shkelje të të drejtave. Theksojmë këtu: që të gjitha të

---

<sup>7</sup> <https://e-albania.al/Default.aspx>

drejtat e mësipërme që i njihen pronarit të një marke tregtare të regjistruar, i njihen në të njëjtën mënyrë edhe pronarit të një marke tregtare të mirënjohur në Republikën e Shqipërisë, pavarësisht faktit nëse kjo markë është apo jo e regjistruar pranë Drejtorisë së Përgjithshme të Pronësisë Industriale, por në procese gjyqësore pronari i markës duhet të faktojë datën e saktë që posedon në treg markën.

Një biznes i ri (start-up) duhet të marrë në përgjithësi, në konsideratë depozitimin e një aplikimi për markë tregtare Drejtorisë së Përgjithshme të Pronësisë Industriale ([www.dppi.gov.al](http://www.dppi.gov.al)), përpara lançimit të produktit për të shmangur çdo kosto të mundshme të vendosjes së një marke të re nëse aplikimi për markën tregtare rezulton i pasuksesshëm. Më poshtë është një përmbledhje bazë e procesit të aplikimit, i cili natyrisht mund të ndryshojë nga shteti në shtet.<sup>2</sup>

Biznesi i ri (start-up) mund të vendosë të angazhojë një përfaqësues të autorizuar (regjistri i përfaqësueve të autorizuar gjendet në faqen zyrtare të DPPI-së – <http://dppi.gov.al/e-sherbime/regjistri-i-perfaqesueseve-te-autorizuar/>) për të ndjekur të gjithë procedurën e aplikimit të tij dhe procesin e regjistrimit. Në Shqipëri zakonisht përfaqësuesit e autorizuar të Markave Tregtare janë persona të autorizuar dhe të licensuar nga DPPI, të cilët përfaqësojnë ligjërisht subjektin në aplikimin për Regjistrim dhe mbrojtjen e markave tregtare për llogari të mbajtësve të të drejtave.

## 1. Formulari i Aplikimit.

Si fillim, aplikuesi duhet të dorëzojë një formular aplikimi për markat tregtare të plotësuar në mënyrë të rregullt. Kjo do të përfshijë detajet e kontaktit të biznesit, një ilustrim grafik të markës tregtare (mund të kërkohet një format specifik), dhe një tregues të mallrave dhe shërbimeve për të cilat po bëhet aplikimi për markën tregtare. (Produktet klasifikohen zakonisht në përputhje me Klasifikimin Ndërkombëtar të Mallrave dhe Shërbimeve.) Tarifa të kërkuara duhet gjithashtu të paguhet. Formularët janë të disponueshëm në zyrën e markave tregtare ose online; në shumë shtete i gjithë aplikimi mund të bëhet online.

Disa zyra të markave tregtare mund të kërkojnë gjithashtu dëshmi përdorimi ose një deklaratë nga ana e biznesit i cili synon të përdorë markën tregtare.

**Aplikimi për regjistrimin e markës përmban: Formularin e aplikimit për regjistrimin kombëtar të markës, që i bashkëlidhet kësaj rregulloreje, me të dhënat e mëposhtme:**

1. Emrin dhe adresën e aplikantit, sipas nenit 62 të rregullores;
2. Emrin dhe adresën e përfaqësuesit të autorizuar, sipas nenit 62 të rregullores, nëse kërkesa



depozitohet nga një përfaqësues;

3. Listën e mallrave dhe/ose shërbimeve, sipas nenit 13 të rregullores;
4. Të dhëna në lidhje me prioritetin, në rast se aplikanti pretendon për prioritet, në përputhje me nenet 147 e 148 të ligjit;
5. Përfaqësimin (pamja) e markës që kërkohet të regjistrohet, në përputhje me nenet 4, 5, 6, 7, 8, 9 e 10 të rregullores;
6. Deklaratën për përjashtimin nga mbrojtja të elementeve të markës që nuk mund të mbrohen sipas nenit 142, të ligjit nr. 9947;
7. Një tregues që përcakton llojin e markës që kërkohet të regjistrohet: markën fjalë, markën figurë, markën e pozicionit, markë me elemente përsëritëse, markë formë, markë ngjyrë ose një lloj marke tjetër;
8. Konvertimin e shkronjave dhe/ose numrave të markës, nëse marka përmban elemente të shkruara në karaktere të ndryshme nga shkronjat latine ose numra të ndryshëm nga ata arabë ose romakë;
9. Një tregues që përcakton kategorinë e markës që kërkohet të regjistrohet: markën individuale, markën kolektive ose markën certifikuese;
10. Përshkrimin e markës, kur kjo nuk është markë fjalë dhe përkthimin e markës në shqip, kur ajo është në gjuhë të huaj dhe ka një kuptim të caktuar.
11. Nënshkrimin e aplikantit ose të përfaqësuesit të tij.

**Pagesën e tarifës së aplikimit;**

1. Autorizimin e përfaqësimit, nëse aplikimi depozitohet nga përfaqësuesi.
2. Rregulloren e përdorimit të markës kolektive ose certifikuese, në përputhje me pikën 4, të nenit 165 dhe pikën 3, të nenit 166 të ligjit, kur kërkohet regjistrimi i një marke kolektive apo certifikuese.

3. Gjithashtu duhet të përmushen të gjitha të dhënat në aplikim sipas llojit të markave, p.sh. marka fjalë, marka figurë, marka formë, marka e pozicionit, markat me elemente përsëritës, markat që konsistojnë në një ngjyrë apo kombinim ngjyrash, lloje të tjera të markave, korrigjimi i llojit të markës, kërkesa të tjera në lidhje me riprodhimin e markës, lista e mallrave dhe shërbimeve, kufizimi i listës së mallrave dhe shërbimeve, ndalimi i palikimit fillestar të një marke, përjashtimet nga mrojtja, dorëheqja nga aplikimi<sup>8</sup>.

**2. Ekzaminimi zyrtar.** Zyra shqyrton aplikimin për t'u siguruar që ai është në përputhje me kërkesat administrative. (Për shembull, A është plotësuar saktë formulari i aplikimit? A është paguar tarifa e aplikimit?)

DPPI ekzaminon nëse aplikimi për markë përmbush kushtet e parashikuara në pikën 4, të nenit 145 të ligjit. Nëse një aplikim për markë i plotëson këto kushte, zyra lëshon dëshminë e depozitimit për aplikimin dhe si datë depozitimi caktohet data e paraqitjes së aplikimit.

Kur aplikimi për markë nuk i plotëson kushtet e pikës 4, të nenit 145 të ligjit, zyra i kërkon aplikantit të plotësojë të metat brenda dy muajve nga data e marrjes së njoftimit.

Nëse aplikimi i plotëson këto kushte brenda afatit të caktuar në paragrafin e mëparshëm, zyra lëshon dëshminë e depozitimit dhe cakton si datë depozitimi për aplikimin datën kur përgjigjja për plotësimin e të metave paraqitet në zyrë.

Nëse të metat nuk plotësohen brenda afatit 2-mujor, DPPI refuzon aplikimin dhe njofton aplikantin për vendimin e refuzimit. Vendimi i refuzimit mund të apelohej në Dhomën për Shfuqizim/Zhvlerësim brenda një muaji nga data e marrjes së vendimit.

**3. Ekzaminimi substancial (thelbësor).** Në disa shtete, zyra e markave tregtare kryen vetëm një shqyrtim të pjesshëm thelbësor, për të verifikuar nëse marka tregtare e propozuar duhet të refuzohet në baza absolute. (Termi "bazë absolute" përcakton kategoritë e shenjave që nuk mund të regjistrohen sipas dispozitave të ligjit për markat tregtare në shtetin në fjalë.) Një ekzaminim i plotë thelbësor do të marrë në konsideratë edhe arsyet përkatëse, që do të thotë se zyra do të kontrollojë nëse marka e propozuar tregtare bie ndesh me një markë tregtare ekzistuese e regjistruar në klasën (klasat) përkatëse.

---

<sup>8</sup> Rregullorja për Markat Tregtare

1. Në Shqipëri DPPI ekzaminon aplikimin për markë për shkaqe absolute, sipas nenit 142 të ligjit.

2. Kur konstaton se aplikimi për markë nuk është në përputhje me nenet 140 e 142 të ligjit ose kur konstaton se aplikimi nuk është në përputhje me këto nene vetëm për një pjesë të mallrave dhe/ose shërbimeve, DPPI njofton aplikantin, duke dhënë argumente konkrete për refuzimin pjesërisht ose tërësisht të aplikimit për shkaqe absolute dhe e fton atë të paraqesë shpjegime dhe/ose dokumente shtesë në lidhje me njoftimin e zyrës ose të japë dorëheqjen nga aplikimi brenda 2 muajve nga data e marrjes së njoftimit. Ky afat mund të zgjatet me dy muaj, nëse aplikuesi paraqet brenda këtij afati dymujor një kërkesë me shkrim për zgjatje afati dhe paguan tarifën përkatëse.

3. Pas marrjes së përgjigjes nga aplikanti brenda afatit të caktuar në pikën 2 të këtij neni, ekzaminuesi e shqyrton përgjigjen brenda 1 (një) muaji nga paraqitja e saj.

Nëse aplikanti nuk i paraqet shpjegimet dhe/ose dokumentet brenda afatit dymujor ose DPPI nuk i konsideron të mjaftueshme ose të bazuara shpjegimet/dokumentet e paraqitura, zyra refuzon, sipas rastit, pjesërisht apo tërësisht, aplikimin dhe i njofton aplikantit vendimin e refuzimit.

4. Nëse një element konsiderohet nga zyra si jodallues, element i cili zë pjesën më të madhe ose kryesore të përfaqësimit (pamjes) të markës, zyra e refuzon regjistrimin e aplikimit edhe kur aplikanti kërkon përjashtimin nga mbrojtja të këtij elementi.

5. Nëse pas njoftimit të zyrës aplikanti nuk kërkon përjashtimin e një ose disa elementeve jodalluese të markës, zyra refuzon mbrojtjen e këtyre elementeve dhe i njofton aplikantit vendimin e marrë, i cili mund të ankimohet në Dhomën e Shqyrtimit të Kundërshtimeve brenda (1) një muaji nga data e marrjes së vendimit nga aplikanti.

6. Marka nuk mund të regjistrohet nëse është identike me një markë të mëparshme dhe mallrat dhe/ose shërbimet e tyre janë të njëjta apo të ngjashme, si edhe në rastet kur mallrat dhe/ose shërbimet e njëjës lidhen ngushtësisht me ato të tjetrës.

7. Markat do të konsiderohen identike kur në pamje të parë ato nuk dallojnë ose ndryshojnë vetëm në aspekte të parëndësishme nga njëra-tjetra.

8. Nëse zyra konstaton se një aplikim për markë në shqyrtim është identik me një markë të mëparshme, zyra njofton aplikantin me shkrim për këtë fakt.

9. Nëse aplikanti i një marke të mëvonshme kërkon pezullimin e ekzaminimit të aplikimit, pasi ka filluar të negociojë me aplikantin ose pronarin e një marke të mëparshme për zgjidhjen e konfliktit me këtë të fundit, zyra e pranon kërkesën për pezullim, nëse është e mbështetur në prova shkresore që tregojnë fillimin ose ekzistencën e negociatave midis palëve dhe vendos pezullimin e ekzaminimit për aplikimin e markës së mëvonshme deri në përfundimin e negociatave.

10. Zyra ka të drejtë, sa herë që e konsideron të nevojshme, të kërkojë informacion nga aplikanti i markës së mëvonshme për ecurinë e negociatave midis palëve. Në rast se aplikanti i markës së mëvonshme nuk paraqet prova shkresore në lidhje me negociatat brenda një muaji nga data e marrjes së njoftimit të zyrës, kjo e fundit shfuqizon vendimin e pezullimit dhe vazhdon procedurat.

11. Nëse aplikimi i markës së mëparshme refuzohet me vendim të formës së prerë, DPPI vazhdon ekzaminimin e aplikimit të markës së mëvonshme.

12. Kur DPPI konstaton se një markë e aplikuar më vonë për regjistrim është identike me një markë të mëparshme të regjistruar, për të cilën afati 10- vjeçar i ripërtëritjes ka përfunduar, por është ende brenda afatit 6-mujor shtesë të parashikuar në pikën 2 të nenit 164 të ligjit, zyra e pezullon procedurën e regjistrimit të markës së mëvonshme, deri në përfundim të këtij afati.

13. Nëse nuk paraqitet kërkesa për ripërtëritjen e markës së mëparshme, sipas pikës 13 të këtij neni, pezullimi përfundon dhe DPPI vijon procedurën e ekzaminimit të aplikimit të markës së mëvonshme.

14. Nëse marka e mëparshme ripërtërihet brenda afatit 6-mujor shtesë, sipas pikës 13 të këtij neni, pezullimi përfundon dhe DPPI vepron sipas pikës 9 të këtij neni.

15. Nëse e gjykon të nevojshme, DPPI ka të drejtë të kërkojë dokumente ose deklarata nga një aplikant që ka paraqitur një aplikim për markë gjatë shqyrtimit të aplikimit për baza absolute.

16. Mbi bazën e një observimi të depozituar nga një palë e tretë, sipas nenit 151/a të ligjit, DPPI shqyrtton observimin me anën e Dhomës për Shqyrtimin e Kundërshtimeve dhe, kur

është e përshtatshme, mund të riçelë me iniciativën e saj procedurën e ekzaminimit për shkaqe absolute në çdo kohë, deri para regjistrimit të markës. Nëse DPPI vendos të riçelë procedurën e ekzaminimit, ajo vijon më tej sipas pikave 3, 4 e 5, të nenit 151/a, të ligjit<sup>9</sup>.

**4. Publikimi dhe kundërshtimi.** Në shumë vende, markat tregtare të kandidatëve publikohen në një fletore dhe kundërshtuesve u jepet një periudhë e caktuar kohe për të dhënë argumentet e tyre kundër miratimit. Në vende të tjera, markat e reja tregtare publikohen pasi janë regjistruar dhe kundërshtuesve u jepet kohë për të bërë petition për të anuluar regjistrimin.

Sipas DPPI-së, 1. Zyra publikon në buletin zyrtar të dhënat e mëposhtme për një aplikim për markë:

- 1.1 Numrin e aplikimit;
- 1.2 Datën e depozitimit të aplikimit;
- 1.3 Emrin dhe adresën e aplikantit;
- 1.4 Emrin dhe adresën e përfaqësuesit të autorizuar, nëse aplikanti ka caktuar një të tillë;
- 1.5 Listën e mallrave dhe/ose të shërbimeve;
- 1.6 Të dhënat për prioritetin (datën e ekspozimit të mallrave dhe/ose të shërbimeve në ekspozitë ose në panair, llojin e ekspozitës ose të panairit, vendin e organizimit ose datën e depozitimit dhe numrin i aplikimit të mëparshëm dhe vendin e depozitimit);
- 1.7 Përfaqësimin (pamjen) e markës;
- 1.8 Elementet në pamjen e markës që përjashtohen nga mbrojtja;
- 1.9 Emrat e ngjyrave që pretendohen kur marka kërkohet të regjistrohet ose të mbrohet në një ngjyrë ose kombinim ngjyrash. Ngjyra ose kombinimi i ngjyrave që kërkohet të mbrohet dhe emrat e ngjyrës ose ngjyrave të pretenduara si dalluese të markës;
- 1.10 Një tregues që përcakton llojin e markës që kërkohet të regjistrohet: markë fjalë, markë figurë, markë e pozicionit, markë me elemente përsëritëse, markë formë, markë ngjyrë ose një lloj tjetër marke;
- 1.11 Një tregues që përcakton kategorinë e markës që kërkohet të regjistrohet: markë individuale, markë kolektive ose markë certifikuese.

2. Të dhënat e referuara në pikën 1 të këtij neni duhet të prezantohen nëpërmjet kodeve INID të vendosura nga OBPI-ja (WIPO) (standardet e OBPI-së, ST.60 dhe ST. 3), duke identifikuar

---

<sup>9</sup> Ligji Për Pronësinë Industriale dhe Rregullorja Për Markat Tregtare.

të dhënat bibliografike lidhur me markat.

3. Në buletin zyrtar publikohet si aplikimi për regjistrimin e një marke, ashtu dhe të dhënat korresponduese që referohen në pikën 1 të këtij neni. Në buletin publikohen gjithashtu edhe:

- 3.1 Ndryshimet në lidhje me aplikimin, që regjistrohen në regjistër;
- 3.2 Ndryshimet e aplikimit, sipas nenit 37 të kësaj rregulloreje;
- 3.3 Ndarja e aplikimit fillestar.

4. Në rastin kur një aplikim refuzohet, vendimi i refuzimit të aplikimit publikohet vetëm pasi të marrë formë të prerë.

5. Kur publikimi i një aplikimi përmban një gabim të bërë nga zyra ose nga aplikanti, zyra e korrigjon gabimin me iniciativën e vet ose me kërkesë të aplikantit dhe e publikon korrigjimin nëse aplikimi është publikuar më parë.

#### **Të dhënat që publikohen në buletin zyrtar për një markë të regjistruar**

1. Të dhënat që publikohen në buletin zyrtar për një markë të regjistruar janë:

- 1.1 Numri i aplikimit dhe i regjistrimit të markës;
- 1.2 Data e depozitimit të aplikimit;
- 1.3 Të dhëna në lidhje me aplikantin dhe pronarin e markës, siç janë paraqitur në regjistër;
- 1.4 Të dhëna në lidhje me përfaqësuesin e autorizuar, nëse është caktuar një i tillë;
- 1.5 Lista e mallrave dhe/ose shërbimeve;
- 1.6 Të dhëna për prioritetin (data e prioritetit nga ekspozita/panairi ose data dhe numri i aplikimit të mëparshëm, si dhe shteti ku është depozituar);
- 1.7 Përfaqësimi (pamja) i markës;
- 1.8 Elemente të pamjes së markës që përjashtohen nga mbrojtja;
- 1.9 Lloji i markës (markë fjalë, markë figurë, markë e pozicionit; markë me elemente përsëritëse, markë formë, markë ngjyrë ose një lloj marke tjetër);
- 1.10 Ngjyra ose kombinimi i ngjyrave për një markë, që tregon se marka kërkohet të mbrohet në një ngjyrë ose kombinim ngjyrash;
- 1.11 Një tregues që përcakton kategorinë e markës që kërkohet të regjistrohet: markë individuale, markë kolektive ose markë certifikuese;
- 1.12 Data e mbarimit të mbrojtjes së markës.

2. Të dhënat e referuara në pikën 1 të këtij neni duhet të paraqiten nëpërmjet kodeve INID.
3. Të dhënat e referuara në pikën 1 të këtij neni duhet të publikohen në buletin zyrtar, ku publikohet gjithashtu çdo ndryshim që ka të bëjë me regjistrimin në regjistër të ndryshimeve në lidhje me një markë të regjistruar.

**5. Regjistrimi.** Marka tregtare regjistrohet nëse nuk gjenden arsye për refuzim. Aplikanti merr një certifikatë regjistrimi që është përgjithësisht e vlefshme për 10 vjet.

DPPI-ja njofton aplikuesin të paguajë tarifën e regjistrimit pas kalimit të afatit 3-mujor nga data e publikimit të markës, nëse nuk janë depozituar kundërshtime apo kundërshtimet janë refuzuar. Aplikuesi paguan tarifën e regjistrimit brenda një muaji nga data e njoftimit nga DPPI-ja. DPPI-ja regjistron markën në regjistrin e markave dhe lëshon certifikatën e regjistrimit brenda tre muajve nga kryerja e pagesës nga aplikuesi.

DPPI-ja refuzon aplikimin nëse aplikuesi nuk e paguan tarifën e regjistrimit brenda afatit të caktuar në pikën 1 të këtij neni.

Marka e regjistruar publikohet në buletin e DPPI-së.

Të dhënat për certifikatën e regjistrimit dhe për publikimin e markës parashikohen në rregulloren përkatëse.

Paraqitja e kundërshtimit ndaj regjistrimit të një marke

1. Kërkesa për kundërshtimin e regjistrimit të markës së publikuar në Dhomën për Shqyrtimin e Kundërshtimeve depozitohet brenda tre muajve nga data e publikimit të aplikimit në buletin zyrtar. Kërkesa mund të paraqitet nga personat e parashikuar në pikën 1 të nenit 152 të ligjit.
2. Për kundërshtimin e regjistrimit të një marke të publikuar depozitohet në zyrë një kërkesë e veçantë, e cila paraqitet në dy kopje të njëjta.
3. Kërkesa për kundërshtimin e regjistrimit të markës së publikuar në Dhomën për Shqyrtimin e Kundërshtimeve përmban:

3.1 Formularin për kundërshtimin e regjistrimit të markës së publikuar në Dhomën për Shqyrtimin e Kundërshtimeve, që i bashkëngjitet kësaj rregulloreje, me të dhënat e mëposhtme:

3.1.1 Numrin e aplikimit për regjistrimin e markës për të cilën është depozituar kërkesa për kundërshtim;

3.1.2 Emrin dhe adresën e aplikantit ndaj aplikimit të të cilit është depozituar kërkesa për kundërshtim;

3.1.3 Emrin dhe adresën e kundërshtuesit, në përputhje me nenin 62 të kësaj rregulloreje;

3.1.4 Emrin dhe adresën e përfaqësuesit të autorizuar, nëse kundërshtuesi ka caktuar një të tillë, në përputhje me nenin 62 të kësaj rregulloreje;

- 3.1.5 Listën e mallrave dhe/ose shërbimeve për të cilat është depozituar kërkesa për kundërshtim;
- 3.1.6 Nënshkrimin e kundërshtuesit ose të përfaqësuesit të tij;
- 3.2 Bazën ligjore të kundërshtimit, sipas nenit 143 të ligjit;
- 3.3 Provat në lidhje me bazën ligjore të kërkesës për kundërshtim;
- 3.4 Argumentet e kërkesës për kundërshtim;
- 3.5 Pagesën e tarifës përkatëse.
- 3.6 Autorizimin e përfaqësimit, nëse kërkesa depozitohet nga përfaqësuesi i kundërshtuesit.

**6. Ripërtëritja.** Një markë tregtare mund të rinovohet pafundësisht duke paguar tarifat e kërkuara të ripërtëritjes, por regjistrimi mund të anulohet plotësisht për mallra ose shërbime të caktuara nëse një markë tregtare nuk përdoret për një periudhë të caktuar kohe (siç specifikohet në ligjin përkatës të markave tregtare).

Marka e regjistruar mbrohet për një afat 10-vjeçar duke filluar nga data e depozitimit.

Marka mund të ripërtërihet pafundësisht për periudha dhjetëvjeçare, pasi pronari depoziton një kërkesë për këtë qëllim në DPPI dhe paguan tarifën përkatëse, në një periudhë jo më vonë se gjashtë muaj nga data e përfundimit të periudhës dhjetëvjeçare të regjistrimit. (sipas nenit 164 të ligjit).

Periudha e re e mbrojtjes së markës fillon në datën e mbarimit të periudhës së mëparshme dhjetëvjeçare.

Nëse pronari i markës nuk depoziton kërkesën për ripërtëritjen e saj ose nuk paguan tarifën përkatëse, sipas kërkesës së përcaktuar në pikën 2 të nenit 164, marka në fjalë bëhet e pavlefshme.

Të dhënat që jepen në kërkesën për ripërtëritjen e një marke dhe procedura përkatëse për ripërtëritjen parashikohen në rregulloren e përkatëse.

Ndërsa rekomandohet depozitimi sa më i shpejtë për mbrojtjen e markës tregtare, bizneset e reja (start-up) duhet të jenë të vetëdijshme se shumë juridiksione zbatojnë një kërkesë “përdorimi në tregti”. Kjo e detyron një kompani që të fillojë të përdorë markën e saj tregtare në tregti, në klasën për të cilën aplikoi, brenda një periudhe të caktuar kohore pas datës së



aplikimit. Nëse kompania "dështon të përdorë" markën tregtare brenda kohës së caktuar, ose pushon së përdoruri atë, kompania mund të humbasë mbrojtjen e saj për markën tregtare sepse marka tregtare do të konsiderohet e braktisur.

Kërkesa e "përdorimit në tregti" është një sfidë e veçantë kur një pronar i markës tregtare pret të zgjerohet në nivel ndërkombëtar, pasi një kompani mund të humbasë mbrojtjen e markës tregtare në një treg të veçantë nëse ai depoziton gjithashtu një aplikim të hershëm ndërkombëtar dhe është i paafët të hyjë në treg përpara përfundimit të afatit të "përdorimit në tregti".

Mbani mend "pro-të dhe kundrat" në vijim për përdorimin e duhur të markës tregtare.<sup>3</sup>

### **Pro**

- Përdorni simbolin ® për të treguar një markë tregtare të regjistruar.
- Dalloni markën tregtare nga teksti rrethues duke përdorur shkronja të mëdha, shkronja të theksuara ose të pjerrëta, ose duke e vendosur markën tregtare në thonjëza.
- Përdorni vazhdimisht markën tregtare. Nëse është regjistruar me një drejtshkrim, disenjo, ngjyrë ose një lloj shkrimi të caktuar, sigurohuni që të përdoret gjithmonë saktësisht siç është regjistruar.
- Krijoni praktika dhe udhëzime më të mira dhe të qarta për përdorimin e markave tregtare.
- Udhëzoni të licencuarit, punonjësit, furnitorët, shpërndarësit dhe konsumatorët se si t'i përdorin ato.
- Sigurohuni që të gjithë aktorët përkatës të ndjekin politikat dhe udhëzimet në mënyrë të vazhduar.

### **Kundra**

- Mos e modifikoni markën tregtare. Shmangni vizatimin, kombinimin ose shkurtimin (për shembull, "stilolaps MONTBLAN®C" nuk duhet të shfaqet si "Mont Blanc")
- Mos e përdorni markën tregtare si emër, vetëm si mbiemër. (Thuaj "Blloqe lodrash LEGO®", jo "Legot".)
- Mos e përdorni markën tregtare si folje. (Thuaj "modifikuar nga programi ADOBE® PHOTOSHO®P", jo "bërë photoshop.")
- Mos e përdorni markën tregtare në shumës. (Thuaj "kamele TIC TAC®", jo "tic tac-et.".)

- Pjesa më e madhe e këtyre pikave pro dhe kundër sigurojnë ruajtjen e një marke tregtare dhe parandalojnë që ajo të bëhet e paqartë ose e përgjithshme.

### Emrat e domeneve

Në botën e sotme të ndërlikuar, bizneset janë pak a shumë të detyruar të jenë të pranishëm në internet, pavarësisht nëse tregtojnë mallra fizikë ose dixhital. Emrat e domeneve, të cilët identifikojnë adresën e faqes së internetit të një biznesi, janë bërë identifikues të rëndësishëm të biznesit më vete, sepse klientët i përdorin ato për të gjetur dhe rishikuar bizneset dhe produktet në Internet. Prandaj, bizneset e reja (start-up) duhet t'i kushtojnë vëmendje të kujdesshme pranisë së tyre në internet dhe emrit të domenit.

Korporata e Internetit për Emrat dhe Numrat e Caktuar (ICANN) është përgjegjëse për menaxhimin teknik të sistemit të emrave të domenit. Informacioni mbi regjistrimin e emrave të domenit mund të gjendet në faqen e saj të internetit:<sup>4</sup>

Markat tregtare u paraprinë emrave të domeneve si identifikues të biznesit me qindra vjet. Siç e kemi parë, ato ofrojnë një të drejtë të rëndësishme të PI-së të mbrojtur nga ligjet kombëtare dhe traktatet ndërkombëtare. Në kontrast, emrat e domeneve janë një fenomen relativisht i ri, i krijuar në përgjigje të nevojës për identifikues në internet dhe asnjë sistem ligjor i krahasueshëm për regjistrim nuk rregullon përdorimin e tyre.

Politika Uniforme e Zgjidhjes së Mosmarrëveshjeve për Emrat e Domenit (UDRP), e krijuar nga WIPO për të adresuar regjistrimin dhe përdorimin e keq të emrave të domenit, diskutohet të jetë e ulët. Ndërsa markat tregtare janë të vlefshme në shtetet ose rajonet që ato janë regjistruar, emrat e domeneve nuk kanë kufij ose kufizime territoriale sepse edhe Interneti nuk ka kufizime të tilla. Si rezultat, pronarët e markave tregtare mund të zbulojnë emra domeni në internet që ngjajnë ose janë identikë me markat e tyre tregtare, ose më keq, bizneset që i përdorin ato mund të shesin mallra të njëjta ose të ngjashme, ose false. Edhe nëse emri i domenit nuk po përdoret, ai po pengon pronarin e markës tregtare të përdorë këtë emër domeni.

Prandaj, bizneset e reja (start-up) duhet të regjistrojnë një emër domeni sa më shpejt të jetë e mundur. Për ta bërë këtë, hapi i parë është të zgjidhni atë që quhet domeni i nivelit të lartë (TLD). TLD i referohet karakteristikave pas pikës së fundit të emrit të domenit (për shembull, ".int" në www.wipo.int). TLD-të e përgjithshme (gTLD) përfshijnë ".com", ".org" dhe ".net". gTLD-të më të reja përfshijnë ".online", ".life" dhe ".app". Domenet me nivel të lartë të kodit të vendit (ccTLD) tregojnë shtetet: shembuj përfshijnë ".ch" për Zvicrën dhe ".us" për Shtetet e

Bashkuara të Amerikës. Në Shqipëri domeni me nivel të lartë të kodit vendor është: **e-Albania** - <https://e-albania.al>; domene pulbrike që mbarojnë me ".org" në fund, ".al .gov" etj.

Pjesa e emrit që i paraprin pikës quhet domen i nivelit të dytë. Kjo pjesë identifikon biznesin dhe duhet të jetë e dukshme në mënyrë që konsumatorët të kujtojnë me lehtësi faqen e internetit. Preferenca e parë e një kompanie për një emër domeni ka të ngjarë të jetë marka e saj tregtare. Megjithatë, ky emër mund të jetë marrë tashmë nga dikush tjetër, në këtë rast emri i domenit të preferuar mund të ketë nevojë të modifikohet. (Për ta ilustruar, imagjinoni një kompani prodhuese e rubinetave të quajtur Delta që zbulon se "delta.com" është tashmë e regjistruar. Në vend të këtij emri kompania mund të regjistrohet si "rubinetadelta.com", ose, nëse plotëson kriteret përkatëse për këto TLD, si "delta.ch" ose "elta.online"<sup>5</sup>).

Aty ku një biznes i ri (start-up) nuk ka regjistruar tashmë një markë tregtare, është e arsyeshme të zgjidhet një emër tregtar i cili është gjithashtu në dispozicion si një emër domeni (në të njëjtën formë ekzaktësisht ose një variant i pranueshëm) dhe të regjistrohen të dy.

"Cybersquatting" është praktika e regjistrimit të një emri domeni që është ose përfshin një markë të regjistruar tregtare, e cila ka për qëllim të bllokojë përdorimin e markës së regjistruar tregtare nga mbajtësi i markës tregtare, t'i zhvasë para mbajtësit të markës tregtare ose të dëmtojë markën. Një biznes i ri (start-up) që është vënë në shënjestër në këtë mënyrë mund të depozitojë një ankesë sipas UDRP. Nëse konstatohet se emri i domenit është regjistruar me keqbesim, mund të merret një urdhër për anulimin ose transferimin e saj. Globalisht, WIPO është ofruesi kryesor i shërbimit i akredituar nga ICANN për të zgjidhur mosmarrëveshjet e emrave të domeneve.<sup>6</sup>

### **Marrja e një të drejte për disenjo**

Siç u tha më lart, produktet dhe paketimet e disenjuara në mënyrë tërheqëse janë edhe më pëlqyeshme dhe më të dukshme në treg. Shumë produkte të ngjashme nga ana funksionale konkurrojnë sot në bazë të joshjes së tyre vizuale dhe një kombinim i markës tregtare dhe disajnit shpesh mbështet besnikërinë ndaj markës. Kur bizneset e reja (start-up-et) nxjerrin një produkt në treg, ato duhet të synojnë të arrijnë dhe mbrojnë një disajn unik dhe tërheqës.

Për t'u kualifikuar për mbrojtje, një dizajn duhet të jetë përgjithësisht i ri ose origjinal. Është e rëndësishme të siguroheni që disenjt të mos zbulohen para se të jetë depozituar një kërkesë për regjistrim.

Sipas ligjit shqiptar kushtet për të fituar mbrojtje, një disenjo duhet të jetë e re dhe të ketë karakter individual. Një disenjo e ndërthurrur ose e aplikuar në një produkt, që është pjesë përbërëse e një produkti kompleks, mund të vlerësohet e re dhe të ketë karakter individual në

qoftë se:

a) Pjesa përbërëse, pasi ndërthuret me produktin kompleks, mbetet e dukshme gjatë përdorimit normal të këtij të fundit.

“Përdorim normal” do të thotë përdorimi nga konsumatorët, përjashtuar mirëmbajtjen, shërbimet ose punët riparuese.

b) Në masën, që këto tipare të dukshme të pjesës përbërëse i përmbushin, në vetvete, kërkesat e risisë dhe karakterin individual.

E drejta për disenjo nuk fitohet në rast se tiparet e shfaqjes së jashtme të një produkti:

a) Diktohen vetëm nga funksionimi i tij teknik;

b) Duhet të riprodhohen domosdoshmërisht në formën dhe përmasat e tyre të sakta, për të bërë të mundur që produkti, me të cilin është ndërthurrur disenjoja, ose tek i cili disenjoja është aplikuar, të jetë i lidhur mekanikisht apo i vendosur në, përreth apo përkundrejt një produkti tjetër, në mënyrë që secili produkt të mund të kryejë funksionin e vet.

Pavarësisht nga sa parashikohet në shkronjën “b” të pikës 3 të këtij neni, e drejta për disenjo, sipas kushteve të përcaktuara në nenin 113 të këtij ligji, mund të fitohet kur disenjoja i shërben qëllimit, për të lejuar bashkimin e shumëfishtë ose lidhjen e produkteve, që alternohen në mënyrë të ndërsjellë në një sistem modular.

Zbulimi i mëparshëm mund të skualifikojë një dizajn nga mbrojtja me arsyetimin se ai nuk është më i ri. Disa shtete ofrojnë një periudhë faljeje para aplikimit, gjatë së cilës një aplikant mund të zbulojë një disenjo pa humbur të drejtën për mbrojtje.

Megjithatë, është gjithmonë më e sigurt të shmangen zbulime të disenjos përpara depozitimit të një aplikimi. Bizneset e reja (start-up) në përgjithësi duhet të ndërmarrin hapat si më poshtë për të marrë të drejtat e një disenjo industriale.<sup>7</sup>

1. Formulari i aplikimit. Formularët e aplikimit merren pranë Drejtorisë së përgjithshme të Pronësisë Industriale. Në Shqipëri formularët merren pranë Drejtorisë të Përgjithshme të Pronësisë Industriale, (DPPI) fizikisht ose shkarkohen online. Aplikantët do të duhet të japin emrin e tyre dhe detajet e kontaktit dhe të një përfaqësuesi ligjor (aty ku është e nevojshme).

Shumica e shteteve kërkojnë nga aplikantët që të përfshijnë një riprodhim të disenjës në aplikimin e tyre; ato zakonisht specifikojnë formatet dhe dimensionet. Kërkesat e tjera varen nga juridiksioni. Për shembull, disa shtete kërkojnë një përshkrim me shkrim të disenjës ose ofrojnë mundësinë për të depozituar një të tillë. Në disa shtete, krijuesit mund t'i kërkojë të deklarojë zyrtarisht saktësinë e aplikimit.

Data e depozitimit dhe kërkesat formale për aplikim.

Data e depozitimit të aplikimit për regjistrimin e një disenjeje vlerësohet data kur DPPI-ja merr në dorëzim aplikimin, e cila përmban elementet e mëposhtme:

- a) kërkesën për regjistrim;
- b) identitetin e aplikuesit;
- c) përfaqësimin e disenjës së përshtatshme për riprodhim;
- ç) vërtetimin të pagesës së tarifës së depozitimit.

Dy ose më shumë disenjo mund të jenë objekt i të njëjtit aplikim, me kusht që ato t'i përkasin së njëjtës klasë edhe nën klasë, në përputhje me klasifikimin ndërkombëtar të Locarnos.

Aplikimi për regjistrimin e një disenjeje përmban edhe këto elemente:

- a) emrin dhe adresën e aplikuesit;
- b) emrin dhe adresën e përfaqësuesit, si dhe autorizimin e përfaqësimit;
- c) treguesin e produktit, në të cilin disenjoja është e përfshirë ose mbi të cilin do të aplikohet; ç) përshkrimin e disenjës;
- d) kopje të përfaqësimit të disenjës, në përputhje me kërkesat e rregullores përkatëse;
- dh) klasifikimin e produkteve, në të cilat disenjoja është e përfshirë ose mbi të cilat do të aplikohet, sipas klasifikimit të Locarnos;
- e) identitetin e krijuesit ose të krijuesve të disenjës dhe një deklaratë që autorizon aplikuesin ta regjistrojë disenjon kur aplikuesi nuk është krijuesi;
- ë) nënshkrimin e aplikuesit ose të përfaqësuesit të tij;
- f) kërkesa të tjera të përcaktuara në rregulloren përkatëse

Aplikimi për regjistrimin e një disenjeje, i depozituar pranë DPPI-së, mund të përmbajë një deklaratë, ku pretendohet për prioritet dhe të gëzojë një të drejtë prioriteti, kur ai është i njëjtë me një aplikim të mëparshëm e të rregullt kombëtar, të depozituar nga aplikanti ose zëvendësuesi i tij ligjor: a) në bazë të legjislacionit kombëtar të njërit prej shteteve anëtare të Konventës së Parisit; b) në bazë të legjislacionit

kombëtar të njërit prej shteteve anëtare të Organizatës Botërore të Tregtisë.

Aplikimi i depozituar pranë DPPI-së gëzon të drejtën e prioritetit nga data e 60 depozitimit të aplikimit të mëparshëm, me kusht që kërkesa pranë DPPI-së të bëhet brenda një periudhe gjashtëmuajore nga data e depozitimit të këtij aplikimi. Aplikim i rregullt kombëtar quhet çdo aplikim, i cili ka plotësuar kërkesat e nevojshme, për të marrë një datë depozitimi, pavarësisht se çfarë ka ndodhur më vonë me të. Për qëllim të nenit 113 e drejta e prioritetit, e fituar si më sipër, sjell pasojë, që data e prioritetit të quhet si datë depozitimi e disenjës së regjistruar pranë DPPI-së.

Paraqitja e aplikimit për regjistrimin e një disenjoje, si dhe të gjitha procedurat e tjera përcaktohen në rregulloren përkatëse, në zbatim të këtij ligji<sup>10</sup>.

## 2. Pagimin e tarifave.

Në aplikim pranë DPPI-së së bashku me dokumentat sipas praktikës standarde paraqitet edhe një vërtetim të pagesës së tarifës së depozitimit të aplikimit. Kur vendimi është në favor të regjistrimit, aplikantit i kërkohet të paguajë tarifën e regjistrimit, pas periudhës tremujore nga data e publikimit.

**3. Përfaqësimi.** Biznesi i ri (start-up) mund të zgjedhë të caktojë një agjent PI për ta përfaqësuar atë ose për ta ndihmuar atë të depozitojë dhe të përfundojë procesin e regjistrimit. Disa shtete kërkojnë që aplikantët të caktojnë një agjent PI. Në të tilla raste, nevojitet të depozitohet një "prokurë" për të caktuar takimin.

Sipas legjislacionit shqiptar, nëse aplikanti apo krijuesi i disenjës aplikon individualisht duhet që të ketë plotësuar siç duhet të gjithë dokumentacionin, në të kundërt krijuesi kontraktin përfaqësuesin e autorizuar i cili nën eksertizën dhe profesionalizmin e njohur nga DPPI, kryen të gjitha procedurat e aplikimit, gjatë shqyrtimit dhe gjithashtu edhe pasi regjistrohet disenjo.

**4. Shqyrtimi.** Zyrat e PI-së zakonisht verifikojnë nëse kërkesat formale të një aplikimi janë përmbushur, për shembull riprodhimi i disenjës të jetë i një cilësie të mjaftueshme dhe nëse tarifat janë paguar. Shumë zyra PI gjithashtu kryejnë një ekzaminim thelbësor për të përcaktuar nëse disenjo përputhet me kërkesat për mbrojtje.

---

<sup>10</sup> Ligji për Pronësinë Industriale, \_disenjo Industriale.

DPPI-ja, brenda tre muajve nga data e marrjes së aplikimit për regjistrimin e një disenjoje, kryen një ekzaminim paraprak të aplikimit, për të parë nëse ai është në përputhje me kërkesat e nenit 119 të ligjit dhe, sipas procedurës përkatëse, vendos, gjithashtu, datën e depozitimit të aplikimit ose datën e prioritetit, në rast se është pretenduar për prioritet.

Kur DPPI-ja vëren se nuk janë përmbushur të gjitha kërkesat e nenit 119 të ligjit, i kërkon aplikantit t'i plotësojë ato brenda tre muajve nga data e njoftimit. Nëse aplikanti nuk e kryen plotësimin e kërkuar, DPPI-ja e refuzon aplikimin dhe njofton për këtë me shkrim aplikantin.

Periudha për paraqitjen e plotësimeve mund të zgjatet deri në një muaj shtesë, nëse aplikanti paraqet me shkrim kërkesën në bazë të shkaqeve të arsyeshme.

**5. Regjistrimi ose dhënia e mbrojtjes.** Në përgjithësi, një disenjo industriale duhet të plotësojë kërkesat e mëposhtme për t'u kualifikuar për mbrojtje. Janë këto kërkesa që merren parasysh gjatë një ekzaminimi thelbësor. Përveç pajtueshmërisë me përkufizimin e një disenjoje sipas ligjit përkatës, disenjo duhet të jetë i ri ose origjinal.

Regjistrimi i disenjës nga DPPI-ja, bëhet duke ndjekur fazat si vijon: Brenda tre muajve nga miratimi i datës së depozitimit, ekzaminon nëse aplikimi është në përputhje me kërkesat e nenit 115 të ligjit.

Gjatë ekzaminimit, DPPI-ja ka të drejtë t'i kërkojë aplikantit materiale dhe dokumente shtesë, të cilat duhet të paraqiten brenda periudhës së përcaktuar në rregulloren përkatëse.

DPPI-ja, në përputhje me rezultatet e ekzaminimit, vendos nëse do ta regjistrojë apo refuzojë disenjon dhe njofton aplikantin. Kur vendimi është në favor të regjistrimit, aplikantit i kërkohet të paguajë tarifën e regjistrimit, pas periudhës tremujore nga data e publikimit.

DPPI-ja refuzon aplikimin për regjistrimin e një disenjoje, nëse nuk përmbushen kërkesat e parashikuara në nenin 115 të ligjit.

Pasi aplikanti paguan tarifën e regjistrimit, brenda periudhës së caktuar, DPPI-ja regjistron disenjon në regjistrin e disenjove dhe lëshon certifikatën e regjistrimit, brenda një periudhe tremujore nga data e kryerjes së pagesës.

Nëse aplikanti nuk e paguan tarifën e regjistrimit brenda periudhës së caktuar, DPPI-ja e refuzon aplikimin për regjistrimin e disenjos.

Disenjoja e regjistruar publikohet në buletin e DPPI-së.

Të dhënat për certifikatën e regjistrimit dhe për publikimin e disenjos parashikohen në rregulloren përkatëse.

E drejta ekskluzive për disenjon, sipas ligji, fitohet me regjistrimin e saj nga DPPI-ja.

**6. Ripërtëritja.** Mbrojtja e modeleve industriale ndryshon në kohëzgjatje nga shteti në shteti, por zgjat për të paktën 10 vjet. Në shumë shtete, afati i mbrojtjes ndahet në periudha ripërtëritëse të njëpasnjëshme.

Kohëzgjatja dhe ripërtëritja e regjistrimit. Regjistrimi i një disenjoje në Republikën e Shqipërisë është i vlefshëm për 5 vjet, duke filluar nga data e depozitimit të aplikimit për regjistrimin e saj.

Regjistrimi mund të ripërtërihet, kundrejt një pagese të caktuar për një periudhë shtesë prej pesë vjetësh, deri në një periudhë prej 25 vjetësh, nga data e depozitimit të aplikimit për regjistrimin e disenjos.

Të dhënat, që duhet të jepen në kërkesën për ripërtëritjen e disenjos dhe procedurat për ripërtëritjen e saj parashikohen në rregulloren përkatëse.



## Shënime

- 1 Shih <https://ipportal.wipo.int>.
- 2 WIPO (2017). Të bësh një Markë, fq.44  
45.WWW.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\_pub\_900\_1.pdf.3Idem.pp.60-61.
- 3 Shih [www.icann.org](http://www.icann.org). Për një përmbledhje të përgjithshme, shih [www.icann.org/en/system/files/files/domain-names-beginners-guide-06dec10-en.pdf](http://www.icann.org/en/system/files/files/domain-names-beginners-guide-06dec10-en.pdf).
- 4 Delta "është marka tregtare e një kompanie që prodhon rubineta për kuzhinën dhe e një linje ajrore. Në mënyrë abstrakte, të dyja mund të pretendojnë në mënyrë legjitime emrin e domenit <delta.com>. Meqenëse emri i domain-it u mbajt nga kompania ajrore, pronari tjetër i markës tregton si <deltafaucet.com>.
- 5 Për më shumë informacion, shih [www.wipo.int/amc/en/domains/index.html](http://www.wipo.int/amc/en/domains/index.html).
- 6 WIPO (2019). Të jesh vizualisht tërheqës, fq. 15-16. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_498\\_1.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_498_1.pdf).



# **TË SYNOSH TREGUN NDËRKOMBËTAR**

Historitë e vërteta të suksesit botëror vijnë nga bizneset e reja (start-up) që mund t'i drejtohen një tregu global. Disa tregje kombëtare janë mjaftueshëm të mëdhenj për të mbështetur bizneset e reja që i drejtohen ekskluzivisht tregut të tyre vendas. Megjithatë, aty ku tregu vendas është shumë i vogël për të mbështetur rritjen e një kompanie, biznesit të ri (start-up) i duhet të mendojë globalisht sa më shpejt që të jetë e mundur.

Një gabim i zakonshëm është se shpesh supozohet se një model biznesi që është i suksesshëm në një shtet do të funksionojë njësoj mirë edhe ndërkombëtarisht. Disa modele, produkte ose shërbime biznesi, mund të jenë joshëse për disa tregje, por jo për disa tregje të tjera. Një biznes i ri (start-up) duhet të marrë parasysh nëse dëshiron të mos hyjë fare në një treg ose nëse duhet të ndryshojë ofertat e tij për t'iu përshtatur më mirë tregut të synuar. Ai gjithashtu duhet të vetsigurohet se ka financimet e duhura për të ndjekur një strategji të rritjes globale.

Në thelb, hyrja në një treg të ri është e ngjashme me lançimin e një biznesi të ri (start-up): shoqëria duhet të vlerësojë kapacitetin e saj, të zhvillojë një model të veçantë biznesi dhe të bëjë parashikime të shëndosha financiare. Ndërsa fillon të depërtojë në tregje të reja, ka të ngjarë të sfidojë shoqëritë vendase dhe të nxisë inovacionin vendas dhe veprimtarinë kopjuese. Mbrojtja e PI-së së saj në tregjet e synuara mund të jetë një kusht i rëndësishëm për të pasur sukses.

Shoqëritë duhet të kenë parasysh se të drejtat e PI-së janë territoriale; ato janë të kufizuara brenda territorit (shtetit ose rajonit) që ka dhënë të drejtën. Nga kjo rrjedh se të drejtat PI që një start-up ka marrë në një shtet ose rajon mund të mos jenë të vlefshme në juridiksionet në të cilat ai dëshiron të zgjerohet.

Ligji për PI-në në shtetin e synuar mund të jetë gjithashtu i ndryshëm nga ligji i shtetit të origjinës së biznesit të ri (start-up). Shoqëria duhet të shqyrtojë me kujdes, sa më shpejt që të jetë e mundur, se në cilat shtete dëshiron të operojë, të eksportojë, ose të marrë burime nga, në mënyrë që të përcaktojë juridiksionet në të cilat do të kërkojë mbrojtje.<sup>1</sup>

Konventa e Parisit krijoi një mekanizëm të rëndësishëm për depozitimin e aplikimeve për patentë, marka tregtare dhe disenjo në disa shtete.<sup>2</sup> Sipas mekanizmit, data në të cilën një aplikim depozitohet për herë të parë në një shtet ose rajon quhet data e prioritetit. Çdo aplikim pasues i paraqitur në shtete të tjera brenda një periudhe të përcaktuar në një kohë të mëvonshme (nga periudha e prioritetit), nga i njëjti aplikant për të njëjtën shpikje, konsiderohet për qëllime të artit paraprak të jetë depozituar në datën e prioritetit. Periudha e prioritetit zgjat

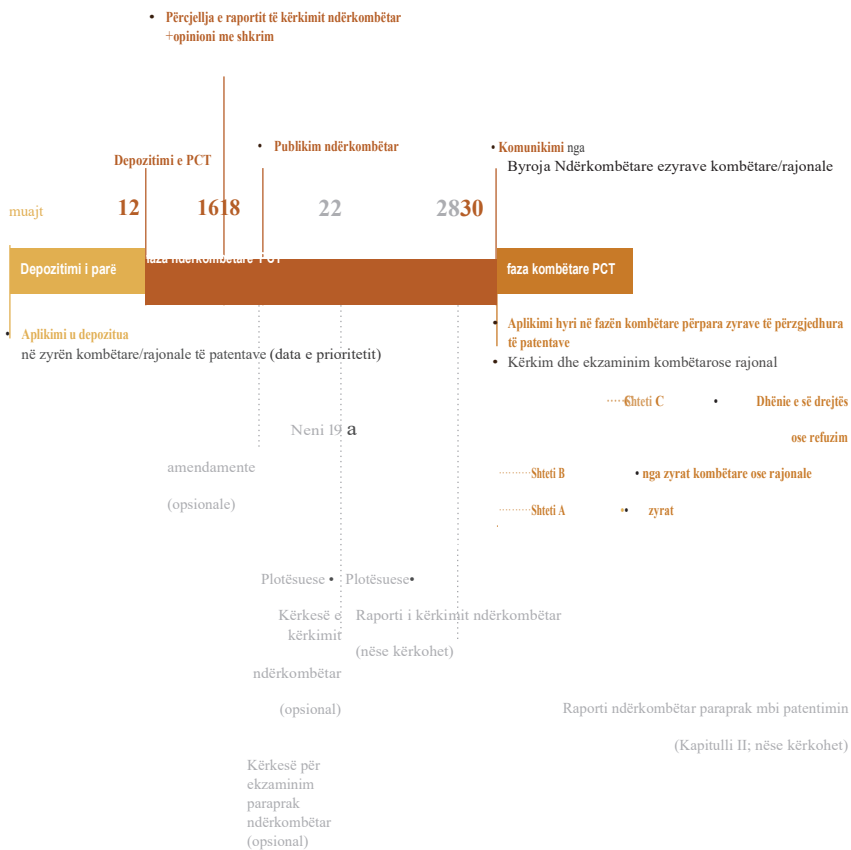
12 muaj në rastin e patentave dhe gjashtë muaj në rastin e markave tregtare dhe disenjove.

**Depozitimi i aplikimit për të marrë të drejtate patentës në shtete të tjera**

Në mënyrë tipike, një biznes i ri (start-up) do të depozitojë një aplikim për patentë kombëtare në shtetin e tij të origjinës. Për të përfituar nga rregullat e Konventës së Parisit, një biznes i ri (start-up) që dëshiron të operojë jashtë vendit duhet më pas të depozitojë aplikime në shtete të tjera me interes brenda 12 muajve (nga periudha e prioritetit).

Traktati i Bashkëpunimit të Patentave (PCT), i menaxhuar nga WIPO, u ofron shoqërive një mënyrë praktike, shpesh me kosto efektive për të marrë mbrojtjen e patentave në disa shtete.<sup>3</sup> PCT bën të mundur kërkimin e mbrojtjes së patentës për një shpikje njëkohësisht në shumë shtete me paraqitjen e një aplikimi të vetëm "ndërkombëtar" për patentë dhe jo një sërë aplikimesh të veçanta për çdo juridiksion apo rajon kombëtar. Zyrat e patentave kombëtare dhe rajonale mbeten përgjegjëse për dhënien e patentave gjatë asaj që quhet në "fazën kombëtare". Traktati i Bashkëpunimit të Patentave (PCT), i menaxhuar nga WIPO, u ofron shoqërive një mënyrë efikase, praktike dhe shpesh me kosto efektive për të marrë mbrojtjen e patentave në disa shtete.<sup>4</sup>

Figura 2. Procedura e Traktatit të Bashkëpunimit të Patentave



**Përfitimet**

- Një aplikim PCT me efekte ligjore në të gjitha Shtetet Kontraktuese CTP
- Kërkesat formale të harmonizuara
- Merrni informacion mbi patentimin për të mbështetur vendimmarrjen strategjike
- Shtyni kostot e konsiderueshme për përpunim kombëtar deri në 18 muaj

Një aplikim PCT mund të depozitohet që në fillim si një aplikim ndërkombëtar ose mund të depozitohet brenda 12 muajve nga aplikimi fillestar kombëtar për patentë.

Në përputhje me itinerarin e PCT (shih Figurën 2):

1. Një aplikim ndërkombëtar depozitohet në fillim në vendin e origjinës; në mënyrë alternative, një shoqëri mund të depozitojë një aplikim ndërkombëtar brenda 12 muajve nga depozitimi i një aplikimi kombëtar ose rajonal.

2. Aplikimi publikohet 18 muaj pas datës së prioritetit, me përjashtim të rasteve kur aplikanti kërkon publikim më të hershëm. Meqenëse publikimi nxjerr informacione mbi shpikjen, ky planifikim kohor tregon se aplikimet do të mbeten sekrete për 18 muaj nga data e prioritetit.

3. Brenda 30 muajve nga data e prioritetit<sup>5</sup>, aplikanti duhet të zgjedhë se në cilat shtete që janë anëtare të PCT-së dëshiron të kërkojë mbrojtje për patentë; aplikimi i tij hyn në "fazën kombëtare" në këto shtete. Një biznes i ri (start-up) duhet të përcaktojë me kujdes shtetet që janë të rëndësishme për biznesin e tij dhe të ndërmarrë hapa për të marrë mbrojtje në këto shtete, sepse suksesi i tij tregtar mund të varet nga fakti nëse shpikja e tij mbrohet në këto tregje. Nga ana tjetër, kjo fazë shpesh kërkon që bizneset e reja (start-up) të bëjnë një investim të konsiderueshëm pasi kostot rriten në proporcion me numrin e shteteve të përzgjedhura për mbrojtjen e patentës. Në çdo vendndodhje, shoqëritë janë përgjegjëse për tarifatat specifike të zyrës, si dhe kostot e përkthimit, avokatët vendas, etj.

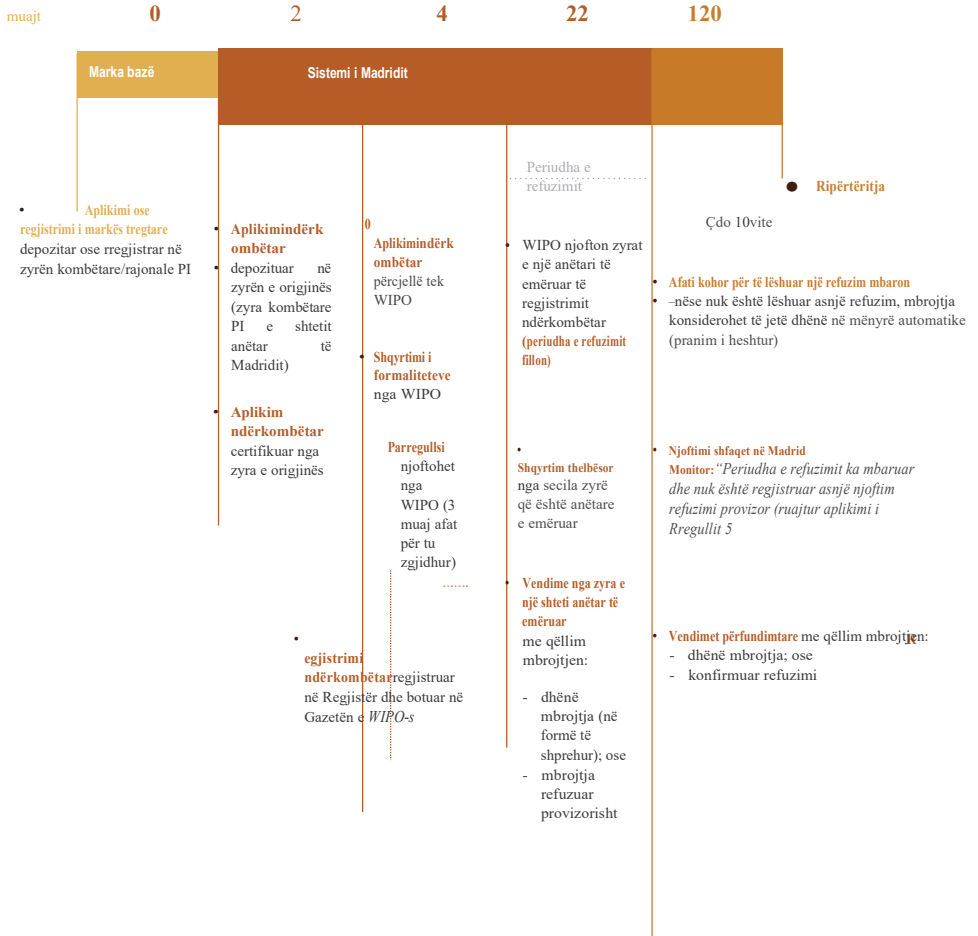
4. Sistemi PCT është një sistem ku bëhet depozitimi dhe përpunimi i aplikimeve për patentë. Nuk ekzistojnë as patentat globale dhe as PCT. Çdo patentë kombëtare ose rajonale duhet kërkuar dhe marrë më vete. Çdo juridiksion vendos nëse do ta japë të drejtën e patentës, bazuar në ligjet e tij kombëtare.

5. Sistemi PCT u mundëson shoqërive më shumë kohë dhe u ofron më shumë informacion sesa sistemi tradicional i patentave i bazuar në Konventën e Parisit.

Sipas itinerarit të Parisit, një biznes i ri (start-up) mund të depozitojë një aplikim në shtetin e tij të origjinës dhe më pas (brenda periudhës së prioritetit) të depozitojë aplikime në shtete të tjera.

Sipas PCT-së, në vend të depozitimit të aplikimeve për secilin nga shtetet kubiznesi i ri (start-up) dëshiron të jetë aktiv, biznesi i ri (start-up) depoziton vetëm një aplikim ndërkombëtar PCT. Biznesi i ri (start-up) merr një raport kërkimi ndërkombëtar dhe i ofrohen opsione për të kërkuar një ekzaminim paraprak ndërkombëtar dhe një kërkim ndërkombëtar plotësues.

Figura 3.Procedura e Sistemit të Madridit



Përfitimet	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aplikoni vetëm një herë për regjistrim në një gjuhë në deri 116 shtete</li> <li>- Paguani një paketë tarifash në një monedhë të vetme</li> <li>- Menaxhoni ripërtëritjet dhe ndryshimet përmes një sistemi të vetëm qendror</li> <li>- Shtriini markën tuaj tregtare në shtete të tjera përmes emërimit të mëvonshëm</li> </ul>
------------	--

Itinerari PCT i lejon shoqëritë të shtyjnë procedurat kombëtare ose rajonale dhe kostot përkatëse deri në 30 muaj.<sup>6</sup>

Kur një biznes i ri (start-up) depoziton aplikime për patentë ndërkombëtare për të mbrojtur novacionet e tij teknike në tregjet ndërkombëtare, ai gjithashtu duhet të marrë parasysh sigurimin e markave të tij tregtare dhe të drejtave të disenjës industriale në këto tregje.

### Depozitimi për të drejta të markës tregtare në shtete të tjera

Për të mbrojtur një markë tregtare jashtë vendit, një biznes i ri (start-up) mund të zgjedhë tre strategji të ndryshme depozitimi, sipas objektivave dhe buxhetit të tij global:

- **Itinerari kombëtar.** Biznesi i ri depoziton një aplikim të veçantë në zyrën kombëtare të markave tregtare në secilin shtet në të cilin kërkon mbrojtje.
- **Itinerari rajonal.** Biznesi i ri aplikon për mbrojtje përmes një sistemi rajonal të regjistrimit të markave tregtare i cili ka efekt juridik në të gjitha shtetet anëtare të tij. Sistemet përkatëse përfshijnë Organizatën Afrikane të Pronësisë Intelektuale (OAPI), Organizatën Rajonale Afrikane të Pronësisë Intelektuale (ARIPO), Zyrën Benelux për Pronësinë Intelektuale (BOIP) dhe Zyrën e Pronësisë Intelektuale të Bashkimit Evropian (EUIPO).
- **Itinerari ndërkombëtar.** Biznesi i ri e depoziton aplikimin përmes Sistemit të Madridit.

**Sistemi i Madridit**, i administruar nga WIPO, është një zgjidhje e përshtatshme dhe me kosto efektive për regjistrimin dhe menaxhimin e markave tregtare në të gjithë botën (shih Figurën 3). Duke bërë një aplikim të vetëm në një gjuhë dhe duke paguar një paketë tarifash, një mbajtës i markës tregtare mund të aplikojë për mbrojtje në tregje të shumta.

Sistemi i Madridit gjithashtu lejon modifikimin, ripërtëritjen ose zgjerimin e një portofoli të markave tregtare globale përmes një sistemi të centralizuar.



Sipas Sistemit të Madridit, një aplikim ndërkombëtar duhet të bazohet në një aplikim ose regjistrim kombëtar ose rajonal, i cili njihet si marka bazë. Marka bazë duhet të regjistrohet, ose të aplikohet, në territorin e një shteti anëtar të Sistemit të Madridit me të cilin aplikanti është i lidhur me vendin e themelimit, vendbanimit ose kombësisë.

Një aplikim ndërkombëtar duhet së pari të dorëzohet në Zyrën e origjinës (zyra e markave tregtare në të cilën është regjistruar ose aplikuar marka bazë). Pasi zyra të ketë certifikuar aplikimin, ajo e dorëzon atë tek WIPO. Pasi WIPO të ketë shqyrtuar aplikimin për pajtueshmëri me kërkesat zyrtare, marka regjistrohet në Regjistrin Ndërkombëtar dhe publikohet në Buletinin e WIPO-s. Njoftohen territoret në të cilat kërkohet mbrojtja e markës tregtare. Ata vendosin nëse do ta pranojnë ose refuzojnë markën.

Sistemi i regjistrimit ndërkombëtar të markave në Shqipëri rregullohet nga dy marrëveshje ndërkombëtare në të cilat Republika e Shqipërisë ka aderuar si shtet anëtar:

1. Marrëveshja e Madridit për Regjistrimin Ndërkombëtar të Markave
2. Protokollin e Marrëveshjes së Madridit.

Sipas këtyre marrëveshjeve dhe praktikave komëtare që ndiqen nga DPPI, pronari i markës së regjistruar ose aplikanti mund të depozitojnë në DPPI një kërkesë, kundrejt pagesës së një tarife të caktuar, për regjistrimin ndërkombëtar të markës, në mbështetje të Marrëveshjes së Madridit dhe/ose të protokollit të kësaj marrëveshjeje.

Dispozitat e këtij ligji janë të zbatueshme për të gjitha çështjet, që nuk janë përfshirë në këto marrëveshje.

Në funksion të regjistrimit ndërkombëtar të markës, sipas Marrëveshjes së Madridit, publikimi i kërkesës, në përputhje me nenin 151 të ligjit, zëvendësohet me publikimin e regjistrimit ndërkombëtar në gazetën zyrtare të Organizatës Botërore të Pronësisë Intelektuale (ONPI).

Afati për depozitim të kundërshtimit ndaj regjistrimit ndërkombëtar të markës në Republikën e Shqipërisë fillon nga data e publikimit të aplikimit të markës në gazetën zyrtare të Organizatës Botërore të Pronësisë Intelektuale.

Kërkesa e përmendur më sipër depozitohet në DPPI, sipas procedurës së parashikuar në rregulloren përkatëse.

Afati për paraqitjen e kundërshtimit nuk mund të zgjatet tej afatit të parashikuar në këtë nen.

Regjistrimet ndërkombëtare në Republikën e Shqipërisë i nënshtrohen shqyrtimit për shkaqet absolute të refuzimit, ashtu siç i nënshtrohen edhe aplikimet kombëtare për regjistrimin e markës tregtare.

Nëse marka ndërkombëtare nuk është në përputhje me kërkesat e neneve 140 dhe 142, DPPI-ja njofton aplikuesin dhe i jep atij mundësinë, brenda katër muajve nga data e publikimit të njoftimit në gazetën zyrtare të Organizatës Botërore të Pronësisë Intelektuale, të paraqesë shpjegimet e tij, si dhe dokumente shtesë, sipas rastit.

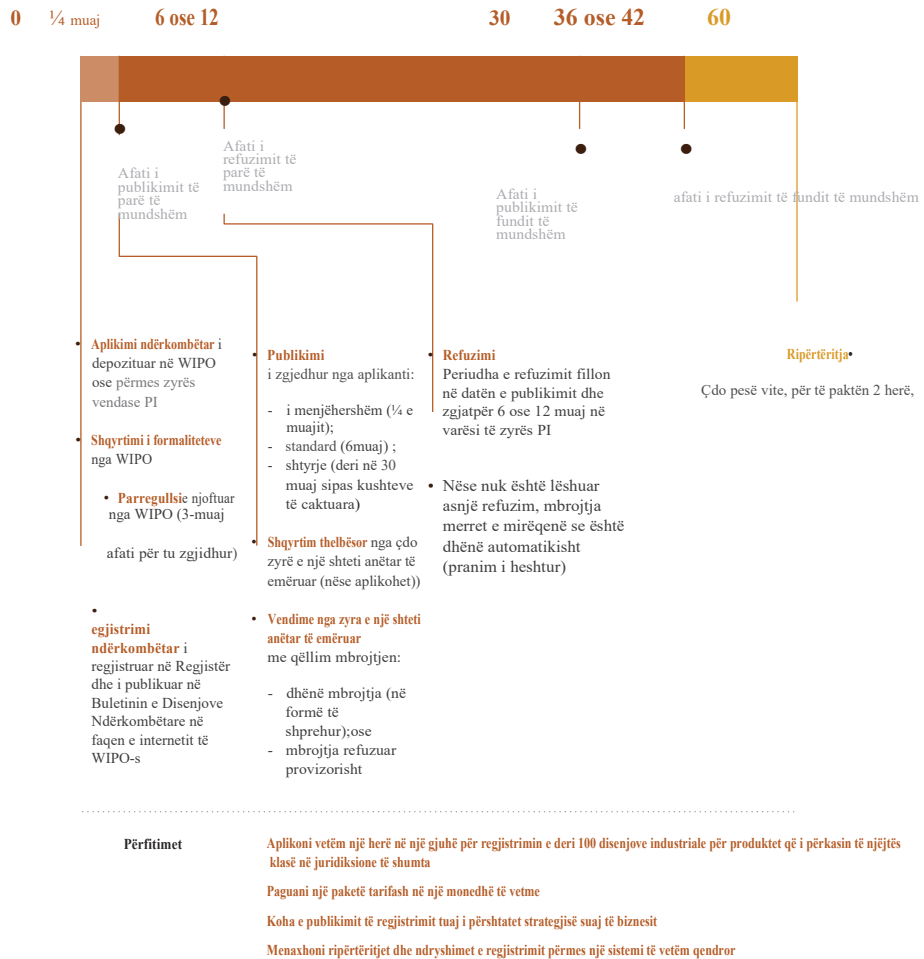
Nëse një start-up depoziton një aplikim ndërkombëtar sipas Sistemit të Madridit brenda gjashtë muajve nga depozitimi i një aplikimi për markën tregtare në një zyrë kombëtare ose rajonale për markat tregtare, ai mund të kërkojë datën fillestare të depozitimit si datën e prioritetit.

Sipas praktikës që ndiqet nga DPPI, e drejta për prioritet i takon: Personit që ka ekspozuar mallrat dhe/ose shërbimet, me një shenjë të caktuar, në një ekspozitë të njohur në Republikën e Shqipërisë ose në një vend tjetër, që është anëtar i Konventës së Parisit, brenda gjashtë muajve mund të aplikojë për regjistrimin e markës, duke kërkuar si datë prioriteti datën e ekspozimit të mallrave dhe/ose shërbimeve në ekspozitë.

Kërkesa e përmendur më sipër shoqërohet me një certifikatë të lëshuar nga autoritetet përkatëse të shtetit anëtar të Konventës së Parisit dhe një dokument, ku përcaktohen lloji i ekspozitës ose i panairit, vendi i organizimit, data e hapjes dhe e mbylljes, si dhe dita e parë e ekspozimit të produkteve dhe/ose shërbimeve, të përcaktuara në kërkesën për regjistrimin e markës.

Kjo do të thotë që, nëse një konkurrent depoziton një aplikim pas kësaj date të prioritetit për një markë të njëjtë ose të ngjashme në një treg me interes për biznesin e ri (start-up), start-up-i mund të pretendojë se aplikimi i tij i ka paraprirë aplikimit të konkurrentit, duke u mbështetur në datën e depozitimit të tij fillestar.

Figura 4. Sistemi i Hagës



R

Nëse biznesi i ri (start-up) e humbet këtë periudhë gjashtë mujore, ai nuk do të jetë në gjendje të pretendojë prioritet në aplikimin ndërkombëtar dhe do të jetë i detyruar të mbështetet në datën e regjistrimit të tij ndërkombëtar. Në këtë situatë, një konkurrent që ka depozituar aplikimin e tij para datës së regjistrimit ndërkombëtar të start-up-it (por pas datës së depozitimit të parë kombëtar ose rajonal të start-up) do të konsiderohet se e ka depozituar i pari aplikimin dhe si rezultat biznesi i ri (start-up) mund të mos marrë të drejtat për mbrojtje.

### Depozitimi për të drejta të disenjës industriale në shtete të tjera

Për të mbrojtur të drejtat e disenjës industriale jashtë vendit, një biznes i ri (start-up) mund të zgjedhë njëren nga tre strategjitë e ndryshme të regjistrimit, sipas objektivave dhe buxhetit të tij global.

- **Itinerari kombëtar.** Ai depoziton një aplikim të veçantë të disenjës industriale në zyrën kombëtare të PI-së të secilit shtet në të cilin kërkon mbrojtje .

**Paraqitja e aplikimeve për regjistrim ndërkombëtar.** Aplikimi ndërkombëtar depozitohet në Drejtorinë e Përgjithshme të Pronësisë Industriale DPPI,, në përputhje me kërkesat e marrëveshjes së Hagës dhe duhet të përmbajë:

1 Formularin e përcaktuar nga Byroja Ndërkombëtare e WIPO-s me specififikimet e mëposhtme:

- 1.1 Emrin dhe adresën e aplikantit;
- 1.2 Emrin dhe adresën e përfaqësuesit të aplikantit;
- 1.3 Numrin e aplikimit ose të regjistrimit të disenjës mbi të cilin bazohet aplikimi për regjistrim ndërkombëtar;
- 1.4 Paraqitjen/pamjen e disenjës, e cila duhet të jetë identike si në aplikimin ose regjistrimin kombëtar;
- 1.5 Të dhëna në lidhje me prioritetin, nëse është pretenduar për prioritet ose kur pretendohet prioritet nga ekspozita ndërkombëtare, të dhënat e ekspozitës zyrtare ndërkombëtare;
- 1.6 Klasa dhe nënklasa sipas klasifikimit të Lokarnos;
- 1.7 Numri i disenjave të përfshira në aplikimin ndërkombëtar në rastin e disenjave të shumëfishta;
- 1.8 Vendet anëtare të Unionit për të cilat kërkohet shtrirja e regjistrimit ndërkombëtar;
- 1.9 Përshkrimi i disenjës, ku do të përshkruhen vetëm karakteristikat e disenjës industriale që shfaqen në riprodhimet e saj. Përveç kësaj, materiali që shfaqet për riprodhim, por për të cilin mbrojtja nuk kërkohet, mund të tregohet në përshkrimin e saj. Në përshkrim mund të tregohet përdorimi i mundshëm i disenjës për sa kohë nuk është teknik. Ky përshkrim nuk mund t'i kalojë 100 fjalë, pasi ka kosto shtesë. Përshkrimi i disenjës duhet të jetë i njëjtë me përshkrimin e bërë në aplikimin apo

regjistrimin kombëtar;

1.10 Identiteti i krijuesit/krijuesve;

1.11 Publikimi i regjistrimit ndërkombëtar, nëse aplikanti për zgjedh një nga opsionet e tjera, përveç atij të përcaktuar tashmë në formularin e aplikimit për regjistrim diseno ndërkombëtare;

1.12 Nënshkrimi dhe/ose vula e aplikantit ose e përfaqësuesit të tij.

2 Mandatet e pagesave të tarifave përkatëse.

3 Formulari i përmendur në pikën 1.1 të këtij neni duhet të paraqitet në 2 (dy) kopje të njëjta.

- **Itinerari rajonal.** Ai aplikon për mbrojtje përmes një sistemi rajonal të regjistrimit të disenjos që ka efekt juridik në të gjitha shtetet anëtare të tij. Kjo aktualisht është e mundur në Organizatën Afrikane të Pronësisë Intelektuale (OAPI), Zyrën Benelux për Pronësinë Intelektuale (BOIP) dhe Zyrën e Pronësisë Intelektuale të Bashkimit Evropian (EUIPO).

- Itinerari ndërkombëtar. Ai depoziton një aplikim ndërkombëtar përmes Sistemit të Hagës.

Sistemi i Hagës i administruar nga WIPO, u mundëson bizneseve të reja (start-up) të fitojnë, ruajnë dhe menaxhojnë të drejtat e disenjos në tregje të shumta në mbarë botën me anë të një aplikimi të vetëm ndërkombëtar të depozituar në WIPO, në një gjuhë, duke paguar një paketë tarifash. Për shkak se ka një sistem të centralizuar, Sistemi i Hagës gjithashtu thjeshton shumë menaxhimin pasues të regjistrimeve ndërkombëtare (shih figurën 4).

Për të pasur të drejtën për të depozituar një aplikim, një aplikant duhet të jetë shtetas i një Pale Kontraktuese (një shteti ose organizate ndërqeveritare që është anëtar i Unionit të Hagës) ose të ketë vendbanim të përhershëm, vend themelimi të biznesit ose rezidencë të rregullt në territorin e një Pale Kontraktuese. Ndryshe nga Sistemi i Madridit, nuk kërkohet aplikim ose regjistrim paraprak kombëtar ose rajonal.

Marrëveshja për antarësim parashikon: Shtetasit e shteteve kontraktuese dhe personat, të cilët pa qenë shtetas të ndonjë shteti kontraktues, kanë vendbanim ose kanë një aktivitet të vërtetë dhe të efektshëm industrial a tregtar në territorin e shtetit kontraktues, mund të depozitojnë diseno në Byronë Ndërkombëtare.

Depozitimi ndërkombëtar në byronë ndërkombëtare mund të bëhet: 1) Drejtpërdrejt; ose 2) Me ndërmjetësimin e zyrës kombëtare të një shteti kontraktues nëse këtë e lejon ligji i atij shteti.

Ligji i brendshëm i një shteti kontraktues mund të kërkojë që depozitat ndërkombëtare, për të cilat ai mendohet se është shteti i origjinës, të bëhen nëpërmjet zyrës së tij kombëtare. Mospërmëshja e kësaj

kërkese nuk cenon efektet e depozitimit ndërkombëtar në shtetet e tjera kontraktuese.

Depozitimi ndërkombëtar përbëhet nga një kërkesë dhe një apo disa fotografi ose paraqitje të disenjës dhe kërkon pagesën e tarifave të parashikuara në rregullore: Kërkesa përmban:

1. Një listë të shteteve kontraktuese ku kërkuesi kërkon të ketë efekt depozitimi ndërkombëtar;
2. Emërtimin e artikullit ose artikujve ku mendohet të trupëzohet dizenoja;
3. Nëse kërkuesi dëshiron të pretendojë prioritetin e parashikuar në nenin 9, përcaktimin e datës, shtetit dhe numrin e depozitimit nga rrjedh e drejta e prioritetit;
4. Hollësi të tjera që mund të parashikohen nga rregulloret.

Përveç kësaj, kërkesa mund të përmbajë: 1. Një përshkrim të shkurtër të tipareve karakteristike të disenjës; 2. Një deklaram në lidhje me krijuesin e vërtetë të disenjës; 3. Një kërkesë për shtyrjen e publikimit të parashikuar nga neni 6 (4).

Kërkesa mund të shoqërohet edhe me mostra ose modele të artikullit apo artikujve që trupëzojnë disenjon.

Një depozitim i shumëfishtë mund të përfshijë disa disenjo, që synohen të trupëzohen në artikujt e përfshirë në të njëjtën kategori të Klasifikimit të Disenjës Ndërkombëtare.

Një aplikim ndërkombëtar depozitohet drejtpërdrejt në WIPO. Me marrjen e aplikimit, WIPO kontrollon për pajtueshmëri me kërkesat zyrtare. Nëse këto kërkesa përmbushen, WIPO e regjistron aplikimin në Regjistrin Ndërkombëtar dhe e publikon atë. Palët Kontraktuese të përcaktuara në aplikim do të vendosin brenda një periudhe të caktuar nëse do të pranojnë ose refuzojnë disenjon, në përputhje me kërkesat thelbësore të ligjeve të tyre.

Sic u shpreh më herët, periudha prioritare për të drejtat e disenjës është gjashtë muaj. Nëse një biznes i ri (start-up) ka depozituar një aplikim në një shtet ose rajon dhe dëshiron të shtrijë mbrojtjen e tij në vende ose rajone të tjera, ai mund ta bëjë këtë duke depozituar një aplikim ndërkombëtar sipas Sistemit të Hagës brenda gjashtë muajve nga aplikimi i tij i parë dhe mund të kërkojë prioritet nga data e depozitimit të aplikimit të parë. Gjatë periudhës së prioritetit, aplikanti ka përparësi mbi këdo tjetër që aplikon për një disenjo të njëjtë ose të ngjashme pas datës së prioritetit të aplikantit. Ashtu si me patentat, pasi kjo periudhë të ketë përfunduar dhe aplikimi i parë të jetë publikuar, disenjo nuk mund të konsiderohet më "e re" dhe mund të mos jetë e pranueshme për mbrojtje në territore të tjera.

## Gjyms'hana fole nga A në Z

Ana Gjymshana Datëlindja : 17.06.1989



Gjyms'hana fole nga A në Z është një sipërmarrje e re e cila merret me interior dizajne, shitje të mobiljeve dhe projekt ide të cilat lidhen me fushën e arkitekturës, krijuar nga Ana Gjymshana.

Aplikimi për mbrojtjen e markës së saj pranë Drejtorisë së Përgjithshme të Pronësisë Industriale erdhi si domosdoshmëri për të dalluar shërbimet apo mallrat nga ato të konkurrentëve të saj.

Sot ajo ka krijuar showroomin e saj ku punon si arkitekthe dhe interior design.

Gjyms'Hana është një kompani që vjen me risinë e ofrimit të çdo gjëje në lidhje me Interior Dizajn në një hapësirë të vetme, duke gjetur në të, edhe shërbimin, edhe produktin, edhe punëtorinë.

Për Anën, regjistrimi i markës është një vlerë e shtuar në të bërit biznes, pasi mundëson njohje, besim, mbrojtje, dhe e bën të dallueshëm nga të tjerët.

Ana tashmë është një ndër start-upet e suksesshme shqiptare që synon që të shpërndajë veprimtarinë e saj në shumë vende të të rajonit, duke qenë e mdrojtur për produktet e saj si dhe duke regjiztruar vazhdimisht asetet e saj që bëjnë ndryshimin në një treg konkurrencial.

Shëimet kryesore të Gjysm'hana janë:

Gjyms'Hana është një kompani që vjen me risinë e ofrimit të çdo gjëje në lidhje me Interior Dizajn në një hapësirë të vetme.

Duke evituar kështu shetitjet nga një vend në tjetrin dhe duke zgjidhur punë në një destinacion.

Ofron shërbim dhe produkt nga A në Z.

Kursejmë kohën.



Tek ne mund të gjeni edhe shërbimin, edhe produktin, edhe punëtorinë.

Gjeni çdo gjë që ju nevojitet duke trokitur vetëm në një derë.

Personalizojmë sipas dëshirës dhe nevojës.

Tel: +355 67 554 9299

## **Marrja e të drejtës së mbrojtjes për të drejtën e autorit në shtete të tjera**

E drejta e autorit është automatike në të gjitha shtetet që janë palë të Konventës së Bernës.<sup>7</sup> Konventa e Bernës imponon disa elemente të përbashkëta, por shumë çështje i lihen secilit shtet palë për të vendosur. Detajet e mbrojtjes mund në këtë mënyrë të ndryshojnë paksa midis juridiksioneve. Për shkak se e drejta e autorit ka natyrë territoriale, mbrojtja e dhënë në çdo shtet do të pasqyrojë ligjin e shtetit në fjalë.

Me qëllimin e mbrojtjes të së drejtës së autorit, termi “veprat artistike dhe letrare” është kuptuar që përfshin çdo vepër origjinale të autorësisë, pavarësisht nga vlerat letrare apo artistike. I detë në një vepër nuk ka nevojë të jenë origjinale, kurse forma e shprehjes duhet të jetë krijim origjinal i autorit. Konventa e Bernës për Mbrojtjen e Veprave Letrare e Artistike (neni 2) thotë: “ Shprehja “vepra letrare e artistike” do të përfshijnë çdo prodhim në fushën letrare, shkencore dhe artistike, çfarëdoqoftë mënyra apo forma e shprehjes së tij”. Konventa vazhdon duke listuar shembujt e mëposhtëm të veprave të tilla:

- librat, pamfletet dhe vepra të tjera;
- leksionet, fjalimet, predikimet;
- veprat dramatike ose dramatiko-muzikore;
- veprat koreografike dhe shfaqja ne spektakël pa fjalë;
- kompozimet muzikore me apo pa fjalë;
- vepra kinematografike tek të cilat janë asimiluar vepra të shprehura në një proces analog me kinematografinë;
- veprat e vizatimit, pikturës, arkitekturës, skulpturës, gravurës, dhe litografi;
- veprat fotografike tek të cilat janë asimiluar vepra të shprehura në një proces analog me fotografinë;



- veprat e artit të aplikuar; ilustrimet, harta, projekte, skica dhe vepra tredimensionale që lidhen me gjeografinë, topografinë, arkitekturën ose shkresën;
- “përkthimet, përshtatjet, arranzhimet e muzikës dhe përshtatjet e tjera të veprave letrare e artistike, të cilat do të mbrohen si vepra origjinale pa çenuar të drejtën e autorit në veprën origjinale”
- përmbledhjet e veprave artistike e letrare si enciklopeditë dhe antologjitë, të cilat për shkak të përzgjedhjes dhe sistemimit të përmbajtjes së tyre, përbëjnë krijim intelektual, do të mbrohen si të tilla, pa çenuar të drejtën e autorit më vete të secilës nga veprave, pjesë përbërëse të përmbledhjeve të tilla”.

Vendet antare të Unionit të Bernës dhe shumë vende të tjera, në ligjet e tyre për të drejtën e autorit, garantojnë mbrojtje për kategoritë e sipër-përmendura të veprave. Megjithatë nuk mund të themi që kjo listë është e plotë. Ligjet e të drejtës së autorit mbrojnë gjithashtu edhe mënyra dhe forma të tjera të shprehjes së veprave në fushat e letërsisë, shkencës dhe atë artistike, të cilat nuk janë të përfshira në këtë listë.

**Programet kompjuterike** janë një shembull i mirë për llojet e veprave të cilat nuk janë të përfshira në listën e Konventës së Bernës, por të cilat padyshim përfshihen në konceptin e prodhimit në fushën artistike, letrare e shkencore në kuptimin e nenit 2.

Në të vërtetë, programet kompjuterike mbrohen në shumë vende si nga ligji i të drejtës së autorit, ashtu edhe nga Traktati i të Drejtës së Autorit i OBPI (1996). Një program kompjuterik është një set instruksionesh, i cili kontrollon veprimet e një kompjuteri dhe bën të mundur realizimin e një pune të caktuar, si ruajtja apo korigjimi i informacionit. Programi kompjuterik është krijuar nga një ose më shumë autorë njerëzorë, por në “formën apo mënyrën e fundit të të shprehurit”, ai mund të kuptohet në mënyrë të drejtpërdrejt vetëm si makineri (kompjuteri), jo si qenie njerëzore. Prodhimet Multimedia janë një shembull tjetër i veprave që nuk janë të listuara në Konventën e Bernës, por të cilat janë pjesë e konceptit të një krijimi në fushën letrare, artistike e shkencore. Ndërsa nuk ka një përcaktim ligjor të pranuar, ekziston konsensusi se kombinimi i tingullit, tekstit dhe imazheve në një format dixhital, i cili është i lejuar nga një program kompjuterik, mbart shprehje origjinale të autorësisë, mjaftueshëm për të justifikuar mbrojtjen e prodhimeve multimedia nën ombrellën e të drejtës së autorit.

**Shënime**

Detaje kontakti për zyrat kombëtarë PI mund

të gjenden në [www.wipo.int/directory/en/urls.jsp](http://www.wipo.int/directory/en/urls.jsp).

2 E administruar nga WIPO, Konventa e Parisit e 1883 ishte marrëveshja e parë e madhe ndërkombëtare për mbrojtjen e të drejtave të pronësisë industriale, duke përfshirë patentat.

3 PCT është një traktat ndërkombëtar me më shumë se 150 Shtete Kontraktuese.

4 PCT është një traktat ndërkombëtar me më shumë se 150 shtete kontraktuese.

5 Ka përjashtime. Më e rëndësishmja, si Zyra Evropiane e Patentave ashtu edhe Zyra Koreane e Pronësisë Intelektuale lejojnë 31 muaj.

6 A ekziston një numër ulje tarifash. Shihni FAQ "A ka ulje tarifash në dispozicion nën PCT?", në [www.wipo.int/pct/en/faqs/faqs.html](http://www.wipo.int/pct/en/faqs/faqs.html).

7 Konventa e Bernës për mbrojtjen e veprave letrare dhe artistike. Shih [www.wipo.int/treaties/en/ip/berne](http://www.wipo.int/treaties/en/ip/berne).

**Mënyra të tjera strategjike**

Kur një biznes i ri (start-up) merr një ose më shumë të drejta PI, ai fiton asete që mund t'i përdorë nga ana strategjike në biznesin e tij. Ai mund ta bëjë këtë duke integruar drejtpërdrejt PI-në në prodhimin ose tregtimin e produkteve dhe shërbimeve të saj, duke rritur konkurrencën e tyre, siç është diskutuar tashmë. Ai gjithashtu mund ta përdorë PI-në për të krijuar fluks shtesë të të ardhurave, siguruar financim, tërhequr partnerë, bashkëpunëtorë dhe punonjës dhe për të rritur vlerën e shoqërisë. Ne do të konsiderojmë mundësitë si më poshtë.

**Licencimi**

Me përdorimin e ose në vend të përdorimit të PI-së në biznesin e tij kryesor, një start-up mund të shfrytëzojë asetet e tij PI duke u dhënë të tjerëve të drejtën për t'i përdorur ato. PI është një aktiv i paprekshëm (jo material) dhe ka avantazhin që, ndryshe nga aktivet e prekshme ose fizike, të jetë i shkallëzueshëm. Ai është një aktiv që mund të shfrytëzohet njëkohësisht nga shumë përdorues pa ndryshuar natyrën apo cilësinë e tij.

Autorizimi i dikujt tjetër për të përdorur PI-në dhe ruajtur pronësinë e të drejtave themelore quhet licencim. Kjo është një marrëveshje kontraktuale (një shkëmbim premtimesh) ku njëra palë (licensuesi) bie dakord të lejojë palën tjetër (të licencuarin) të përdorë një PI në pronësi të licensuesit në këmbim të diçkaje me vlerë, zakonisht pagesa të përsëritura (honorare) <sup>1</sup>

Ky mekanizëm i mundëson një biznesi të ri (start-up) me të drejta PI të krijojë burime shtesë të të ardhurave duke licencuar disa nga asetet e saj të PI-së tek palë të treta (shih Figurën 5). Ai mund të rekrutojë të licensuar në të njëjtën zonë gjeografike ku operon ose në zona të tjera gjeografike ku ofrimi i aksesit në PI nuk do të dëmtojë aftësinë e biznesit të ri (start-up) për të konkurruar. Një biznes i ri (start-up) madje mund ta ketë të favorshme të licencojë teknologjinë e saj për të drejtuar konkurrentët, ose duke kufizuar fushën e përdorimit ose përmes një skeme të licencimit të kryqëzuar, ku start-up-i mund të ketë akses edhe në portofolin PI të konkurrentit të tij. Shumica e shoqërive me intensitet PI do të strukturojnë portofolin e tyre PI për tu identifikuar.

### Figura 5. Klasifikimi i thjeshtuar i një portofoli PI

Në këtë paraqitje të thjeshtuar të portofolit të aseteve PI të një shoqërie:

1. Kritike për shoqërinë: mos e licenconi.
2. Kritike, por me përfitim publik: licencë.
3. Jo kritike: licencë.
4. Jo kritike: heqje dorë ose licenca.

**Kutia 1** përmban asete PI që shoqëria i konsideron si teknologji thelbësore ose strategjike të cilat nuk do t'i licencojë përveç ndaj partnerëve siç janë shitësit dhe furnitorët.

**Kutitë 2, 3 dhe 4** do të vihen në dispozicion për licencimin.

**Kutia 2** mbulon teknologjitë që shoqëria i konsideron thelbësore ose strategjike, por që ka vendosur t'i licencojë si çështje të së mirës publike (për shembull, sepse ata shpëtojnë jetë).

**Kutia 3** përmban asetet e PI-së që nuk janë kritike dhe mund të konsiderohen për licencim.

**Kutia 4** përmban PI që nuk kanë vlerë për kompaninë. Ruajtja e aseteve të PI-së në këtë kategori do të përkthehet si një kosto. Prandaj, shoqëria do të kërkojë të licencojë ose shesë këto asete. Nëse ato nuk hidhen në treg në një kohë të caktuar, të drejtat e PI-së që i bashkëngjiten atyre do të lejohen të përfundojnë.

Asetet e PI-së që start-up-et janë të gatshëm t'i licencojnë, duke i ndarë më vete nga asetet PI që start-up-et i konsiderojnë shumë strategjike për t'u licencuar.

Licencat PI mund të strukturohen në shumë mënyra të ndryshme. Për shembull, PI mund të jepet si licencë tek një palë e vetme, në atë që njihet si licencë ekskluzive. Sipas shumë licencave ekskluzive, pronarët e PI-së rezervojnë të drejta për veten e tyre, të tilla si aftësia për të përfshirë PI-në në ofertat e tyre.

Në mënyrë alternative, të njëjtat të drejta PI mund të licencohen tek palë të shumta, ose jo ekskluzivisht. Marrëveshjet mund të strukturohen që t'i japin të licencuarit të drejtën për të ndarë të drejtat e tyre me palë të tjera; kjo njihet si nën-licencim. Është gjithashtu e zakonshme të limitohen licencat në territore ose aktivitete të caktuara.

Marrëveshjet e licencës janë dokumente fleksibël që mund të përshtaten me nevojat e palëve. Megjithatë, në varësi të objektivave dhe lëndës së tyre, hartimi i një marrëveshjeje të shëndoshë licence është shpesh i vështirë. Në raste të tilla, nevojitet të kërkohen këshilla profesionale. Ndërsa marrëveshjet e licencës mund të jenë shumë të ndryshme, çështje të zakonshme mund të identifikohen.

Shumica e juridiksioneve kërkojnë që marrëveshjet e licencës të jenë në formë të shkruar.

Në Shqipëri marrëveshja e licencimit bëhet me shkrim dhe nënshkruhet nga palët, në të kundërt ajo është e pavlefshme. Objekt i një marrëveshjeje licencimi mund të jetë aplikimi për patentë ose patenta. Licenca regjistrohet në regjistrin e patentave pasi të jetë paguar tarifa përkatëse. Licencuesi ka të drejtë të fillojë një proces gjyqësor në bazë të marrëveshjes së licencimit, vetëm nëse kjo është e regjistruar në regjistrin e patentave. Licencimi i një aplikimi për patentë ose i një patente ka pasoja ndaj palëve të treta, vetëm pas regjistrimit të saj në regjistrin e patentave.

Pavarësisht nga kjo, licencimi ende i paregjistruar ka efekt ndaj palëve të treta, që i kanë fituar nga licenca të drejtat për patentën, pas datës së licencimit, por që ishin në dijeni për licencimin në ditën kur i fituan të drejtat e licencimit. Nëse pronari i një patente nuk paguan tarifën e ripërtëritjes, sipas pikës 1 të nenit 41 të ligjit dhe licenca në favor të një personi të tretë është regjistruar në regjistrin e patentave, DPPI-ja njofton të licencuarin se pagesa nuk është kryer dhe se ai duhet të paguajë tarifën brenda gjashtë muajve nga data e njoftimit, me qëllim që të ruajë vlefshmërinë e licencës së regjistruar. Në rast mosmarrëveshjeje për sigurimin e të drejtave të regjistruara të të licencuarit, gjykata mund të vendosë kalimin e patentës tek i licencuari.

Në një numër shtetesh, marrëveshjet e licencës duhet të regjistrohen në një autoritet kombëtar, si për shembull në një zyrë patentash.

Klauzolat e dhënies së të drejtës së licensës dhe honorareve qëndrojnë në zemër të marrëveshjeve të licencës.<sup>2</sup> Një klauzolë e dhënies së të drejtës adreson se për çfarë jepet e drejta PI dhe çdo kufizim që mund të jetë i zbatueshëm.

Një klauzolë për honorarin adreson vlerën emarrë nga licensuesi në këmbim të dhënies së licencës.

Një marrëveshje që licencën një të drejtë PI nuk mund të jetë kurrë më i gjatë se jeta e PI-së dhënë.<sup>3</sup>

Nëse një marrëveshje licence mbulon juridiksione të shumta, këto juridiksione duhet të adresohen më vete në klauzolën e dhënies së të drejtës ose, nëse është e nevojshme, duhet të jenë subjekt i marrëveshjeve të veçanta. Është e qartë se të gjitha të drejtat e PI-së që janë objekt i një marrëveshjeje licencimi duhet të jenë marrë tashmë në shtetet në fjalë.

Kur një markë tregtare është duke u licencuar, licencuesi duhet të vendosë rregulla të qarta për të kontrolluar përdorimin e saktë të markës tregtare të licencuar dhe cilësinë e produktit të cilit do t'i bashkangjitet marka tregtare, për të siguruar që ajo i plotëson pritshmëritë e konsumatorëve për produktet që mbajnë atë markë.

Kur i licencuari nevojitet t'i japë palëve të treta akses në të drejtat PI të licencuesit, i licencuari duhet të ketë marrë të drejtën për të dhënë nënlicencë në marrëveshjen e licencimit, ku i licencuari bëhet licencuesi i nënlicencuarit.

Duhet të theksohet se disa nga detyrimet e palëve ndaj njëra-tjetrës do të vazhdojnë të ekzistojnë edhe pas ndërprerjes së marrëveshjes. Të drejtat që do të vazhdojnë të ekzistojnë do të ndryshojnë në përputhje me lëndën e licencuar dhe përmbajtjen e marrëveshjes. Megjithatë, një marrëveshje e hartuar mirë do të përmbajë dispozita që: lejojnë licencuesin të mbledhë honoraret e papaguara; të shesë produkte të licencuara ende në inventar; të përfshijë detyrimet e konfidencialitetit reciprok dhe të mospublikimit të informacionit; dhe sigurojnë të drejtën për të ndërmarrë një kontroll të limituar pas ndërprerjes, etj. Kur PI është në pronësi të përbashkët, aftësia për të licencuar mund të varet nga juridiksioni dhe nga marrëveshjet midis palëve. Duhet pasur kujdes të vlerësoni nëse një licencues i vetëm ka të drejtë të licencojë të drejta për të tjerët në mënyrë të njëanshme. Në shumë raste, bashkëpronarët duhet të njoftojnë ose të marrin leje nga bashkëpronarët. Shpesh, licencat me konkurrentët e një pronari të përbashkët mund të kufizohen me marrëveshje.

### Strategjia e licencimit të Arçelik

Arçelik A.Ş. krijon teknologjinë e tij në fushën e pajisjeve shtëpiake dhe elektronike konsumatore dhe krijon portofole PI në përputhje me objektivat strategjike afatgjatë të shoqërisë.

Arçelik A.Ş ndryshon teknologjinë e saj kryesore dhe jo kryesore për aktivitetet e licencimit dhe është e hapur për të diskutuar mundësitë e licencimit për teknologjitë e saj jo kryesore, duke marrë parasysh aftësinë e të licencuarit për ta hedhur teknologjinë në treg në mënyrë efektive.

Arçelik A.Ş gjithashtu eksploron mundësitë e licencimit kryq për teknologjitë e tij të patentuar me kompani të tjera nëse licencimi kryq i patentave është i dobishëm për të dyja palët. Gjatë këtyre diskutimeve, Arcelik A.Ş. merr parasysh rrezikun nëse strategjia ose ekzekutimi i dobët mund të dëmtojë suksesin e produktit ose menaxhimi i dobët i cilësisë mund të dëmtojë markën e tij ose reputacionin e produkteve të tij.

Arcelik A.Ş është duke shpresuar gjithashtu që të marrë pjesë në programet e portofolit të patentave. Ajo është e gatshme të përfshijë patentat e saj të teknologjisë në grupet e patentave nëse një konsorcium është i interesuar për teknologjitë që shtrihen në zonat ku Arcelik A.Ş është aktiv.

Kur licencimi është modeli qendror i biznesit të një start-up-i dhe sigurimi i të licencuarve është burimi kryesor i të ardhurave të tij, shoqëria mund të mos shesë produkte ose shërbime, por të ofrojë akses në një teknologji nëpërmjet marrëveshjeve të licencës. Bluetooth ose Dolby janë shembuj të modeleve të biznesit të bazuara në licencim. Dolby licenson teknologjitë e saj tek prodhuesit e pajisjeve origjinale (OEM) për përfshirje në produktet zbavitëse konsumatore.

E njëjta gjë vlen edhe për bizneset e reja (start-up) që fitojnë para nga të drejtat e autorit, shpesh duke licencuar softuerë për palë të treta. Në varësi të modelit të tij të biznesit, PI-së dhe sektorit, një start-up i bazuar në licencim mund të jetë me volum të lartë (të miratojë disa licenca relativisht me vlerë të ulët në ditë) ose me volum të ulët (një licencë me vlerë të lartë në vit) dhe sipas profilit të tij do të duhet të krijojë procedurat e duhura të paralicencimit për zhvillimin e biznesit, negocimin dhe menaxhimin e fluksit të parasë, si dhe strategjitë e duhura të licencimit dhe marrëveshjeve standarde.

## AGNA Group



<https://agnagroup.com/new/home#brand>

**AGNA sh.a** u krijua nga bashkimi i **Anonime Kakavi** dhe **Agna Investor**.

AGNA sh.a operon në dy sektorë kryesorë: shpërndarje dhe prona të patundshme.

Kompania e parë, **Anonime Kakavi**, u krijua në vitin 1991, si importuese dhe shpërndarëse ekskluzive e markave të njohura të produkteve ushqimore, detergjentëve, kozmetikës dhe cigareve.

**Agna Investor** operon në fushën e ndërtimit dhe pronave të patundshme në Shqipëri dhe jashtë saj. Kjo kompani ka formuar një portofol të rëndësishëm investimesh, ndër vite.

**ALFA sh.a**, u krijua në vitin 1992 si shpërndarëse zyrtare e Amstel dhe Pepsi Co. Në vitin 1997, Alfa sh.a ndërtoi një fabrikë moderne në fshatin Glinë, e cila bëri të mundur zgjerimin e aktivitetit me prodhimin e ujit Glina dhe shumë pijeve të tjera. Suksesi e çoi Alfa sh.a në marrjen e statusit të Botiluesit dhe Shpërndarësit zyrtar të Pepsit për territorin shqiptar në vitin 1999.

**ALBARTEX sh.p.k** u ble në vitin 2001. Kompani që operon në sektorin e reklamave “outdoor” dhe zotëron tashmë pjesën më të madhe të tregut.

Në vitin 2003 u krijua agjencia ON TIME CONCEPT. Kjo agjenci ofron shërbime të ndryshme duke filluar nga organizimi i aktiviteteve, promocioneve, studimeve të tregut dhe marrëdhëniet me mediat, duke plotësuar kështu në mënyrë komplekse nevojat e bizneseve që operojnë në Shqipëri.

Në kushtet e ndërvarësisë në botë, biznesi mund të ndihmojë në konsolidimin e profilit ekonomik të një vendi duke ndërtuar edhe ura për investimet e huaja, dhe AGNA Group sigurisht e bën këtë.

Krijuar në fillim të viteve '90 ka patur si synim prodhimin e produkteve ushqimore dhe pijeve freskuese të ndryshme. Për të gjitha produktet që sillte në tregun shqiptar ka bërë shtrirjen e

efekteve mrojtëse dhe regjistrimet e markave dhe disajneve të ndryshme në zyrën vendore të Pronësisë Industriale, dhe gjithashtu ka regjistruar pranë të njëjtës zyrë tëgjitha produktet e prodhuara prej tij.

Zgjedhje dhe diversitet, është ajo çka ju ofrua shqiptarëve me rënien e komunizmit dhe disa njerëz i kanë bërë këto elemente pjesë të biznesit të tyre. Sillni sëbashku një botilues, shpërndarës, reklamues, tregëtar, ndërtues dhe agjent të pronave të patundshme dhe ju keni AGNA Group.

Aktualisht ka zhvillur mjaft start-up-e si biznese mjaft të suksesshme pëtrëgun jo vetëm në Shqipëri por edhe në atë të rajonit: Kompanitë: Agna Sha, Alfa Sha, Albartex, Alfa Construction, On Time Concept, Agna Kosova, Hydropower, Maritim Hotel Plaza Tirana. Produkte: Ujë & Freskuese, Birra & Alkoolike, Kafe & Çaj, Ushqime, Snack, Të ngrira & Akullore, Detergjentë & Higjiena, Cigare. Projekte: International Alpha Construction, TID Albania, Projekte Energjitike, Projekti Nderballkanik. Inovacioni: Produkte të reja, Teknologjitë e reja, Prezanto idenë tënde.

Sigurisht me të gjitha këto sipërmarrje Agna Group ka treguar se duke i dhënë rëndësinë e duhur bizneseve dhe start-up-eve që zhvillon, ka ditur të mbrojë ato përmes regjistrimit si marka, disajne, brande dhe të drejta autori për krijimet e tij. Kjo tregon edhe suksesin e garantuar të saj në tregje, si dhe mrojtjen nga kopjimi, pirateria dhe konkurrenca e pandershme.

## **CENTURY 21**

CENTURY 21® u krijua në vitin 1971, kur agjentët e pasurive të patundshme Art Bartlett dhe Marsh Fisher hapën zyrën e tyre të parë në Orange Country, California (USA). Në fund të viteve '70, CENTURY 21® ishte shndërruar në njësinë e vërtetë të pasurive të patundshme në SHBA për numrin dhe vlerën e transaksioneve, si dhe për cilësinë e shërbimeve të ofruara. Në kushtet e rritjes globale, ka qenë një vit përparimi ai i 1998-ës, kur kompania u vetëpozicionua në Kinë duke marrë kështu një nga tregjet më të mëdha botërore.

Aktualisht, Century 21 Real Estate LLC (century21.com) është franchisori i organizatës më të madhe botërore të shitjeve në Real Estate, që jep trajnim gjithëpërfshirës, menaxhim, suport administrativ dhe në marketing për Sistemin Global CENTURY 21®. Sistemi përfshin më shumë



se 13,000 zyra franchise që operojnë dhe janë në pronësi të pavarur me mbi 145,000 bashkëpunëtorë shitjesh, në 86 vende dhe territore në të gjithë botën. Century 21 Real Estate LLC është pjesë e Realogy Corporation, korporatë globale në Real Estate dhe në shërbimet e zhvendosjes. Në Shqipëri, Century 21 u vendos në vitin 2008 dhe aktualisht numëron 32 zyra në 5 qytete - Tiranë, Durrës, Shkodër, Vlorë dhe Sarandë.

©2021 Century 21 Real Estate LLC. CENTURY 21® është një markë e regjistruar e licencuar për CENTURY 21 LLC Real Estate. CENTURY 21® ofron Mundësi të Barabarta Strehimi. Çdo zyrë CENTURY 21®, operon dhe është në Pronësi të Pavarur.

Në këtë kuadër, si një bashkëpunëtor i regjistruar pranë DPPI, është mbajtës i disa prej licencave të mësipërme duke shërbyer kështu si një model pozitiv dhe inkurajues për bizneset e tjera në Shqipëri të cilat të synojnë, përmes licensimit marrjen e të drejtave të brandeve të suksesshme ndërkombëtare.

Një start-up mund të ketë nevojë të sigurojë burime dhe të aksesojë PI-në që i nevojitet për biznesin e tij. Konsideroni, për shembull, situatën e mëposhtme:

- Një universitet zotëron një PI. Ai "nxit krijimin" e një biznesi të ri (start-up) për të zhvilluar dhe tregtuar këtë PI. Në mënyrë ideale, biznesi i ri e zotëron PI-në, por universiteti nuk dëshiron ose nuk është në gjendje t'ia japë atë. Prandaj, biznesi i ri duhet të marrë një licencë.
- Të sigurojë lirinë për të vepruar (FT0).<sup>4</sup> Në këtë situatë, biznesi i ri (start-up) ka nevojë për akses në PI-në e palëve të treta në mënyrë që të zhvillojë dhe hedhë në treg produktet ose shërbimet e veta. Liria për të vepruar ka shumë të ngjarë të sigurohet përmes licensimit. Gjatë sigurimit të një licence, duhet pasur kujdes që të merren parasysh se cilat do të jenë nevojat e shoqërisë kur të rritet ose kur ai potencialisht t'i shitet një subjekti tjetër. Nëse rastet e paparashikuara nuk merren parasysh paraprakisht, biznesi i ri (start-up) mund të ketë nevojë të rinegociojë kushtet e licencës, të cilat mund të jenë të shtrenjta ose të pamundura.

### **Dhënia (caktimi) i së drejtës**

- Dhënia e së drejtës është shitja e një aktivi PI. Një cedues e transferon pronësinë e asetit tek një përfitues, zakonisht por jo gjithmonë për vlerë. (Transfertat mund të jenë për një pagesë nominale, kur është e lejueshme.) Kur një caktim/dhënie e së drejtës të ketë mbaruar, përfituesi mban titullin e plotë të PI-së së dhënë. Procesi i dhënies së të drejtës i nënshtrohet rregullave të

ndryshme në shtete të ndryshme dhe mund të ketë nevojë të regjistrohet në regjistrin kombëtar që të jetë i zbatueshëm ndaj palëve të treta. Nëse po caktohet një familje e të drejtave të PI-së në juridiksione të shumta, palët duhet të kenë parasysh karakterin kombëtar të të drejtave të PI -së dhe shitja e aseteve duhet të jetë në përputhje me ligjet në fuqi në secilën prej juridiksioneve në fjalë.

Në Shqipëri shitja e aseteve të Pronësisë Industriale funksionon sipas legjislacionit civil i cili rregullohet me format dhe mënyrat juridike të palimit të pronësisë. Në këtë procedurë pronarët e rinj të aseteve PI duhet të regjistrohen si mbajtës të rinj të të drejtave në regjistrat përkatës si dhe duhet të paguajnë rregullisht tarifat e legjitimitit të mrojtjes ligjore për asetet pronësore, për afatet e mbetura dhe për riregjistrimet e aseteve, kur kjo parashikohet nga ligji, si,p.sh. ripërtëritja e Markës Tregtare dhe Disenjës Industriale.

Duhet të theksohet se një qasje hibride, e caktimit dhe licencimit, është e mundur. Konsideroni, për shembull, një teknologji që mbulohet nga dy patenta të veçanta në dy shtete të ndryshme. Një biznes i ri (start-up) mund të blejë patentën në Shtetin A nëpërmjet caktimit të së drejtës dhe të shfrytëzojë patentën në Vendin B nëpërmjet një marrëveshjeje licence.

### **Aksesi në financë**

- Derisa një biznes i ri (start-up) të mund të fillojë të gjenerojë një sasi të mjaftueshme për të mbështetur operacionet e saj, biznesi i ri ka nevojë për fonde. Çdo shoqëri e sapo krijuar duhet të shpenzojë para përpara se të fitojë para. Kjo është "lujina famëkeqe e vdekjes" që një biznes i ri (start-up) duhet të kalojë. Meqenëse një start-up nuk ka gjasa të krijojë të ardhura të mjaftueshme në fillimet e tij, ai duhet të ketë kapital të mjaftueshëm për të mbuluar kostot e tij operacionale derisa të bëhet i qëndrueshëm. Në disa raste, themeluesit e shoqërisë financojnë start-up-in e saj.

Megjithatë, shumica kërkojnë financim, shpesh në shuma të konsiderueshme. Shumë biznese të reja (start-up) i drejtohen në këtë mënyrë një sërë burimesh financimi, që në zanafillë ose gjatë rritjes së tyre. Kur e bëjnë këtë, financuesit zakonisht duhet të sigurohen që një start-up ka ndërmarrë hapat e duhur duke vëzhguar mjedisin e PI-së dhe mbrojtur PI-në e tij. Disa burime financimi janë përmbledhur si më poshtë dhe fazat e financimit janë ilustruar në Figurën 6.

### **Grantet qeveritare**

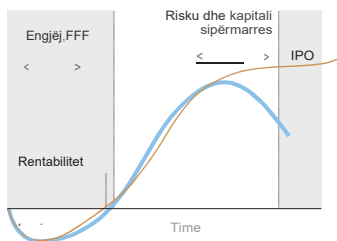
Teknologjitë që klasifikohen TRL4 ose nën këtë nivel nuk kanë mundësi të marrin fonde nga investitorët tradicionalë sepse ato mbartin rreziqe të konsiderueshme si në teknologji dhe në biznes.

Përveç kësaj, start-up-i mund të mos ketë një subjekt ligjor nga ku të mund të marrë financim. Teknologjia tenton të jetë në zhvillim, shpesh brenda një institucioni më të madh siç është universiteti. Në këtë pikë, financimi i nevojshëm për të rritur TRL-në do të vijë zakonisht ose nga një buxhet kërkimor i një universiteti ose nga qeveria.

Nga ky rregull i përgjithshëm ka edhe përjashtime. Disa qeveri kanë krijuar mekanizma grantesh të vogla për të nxitur sipërmarrësit, të cilët ofrojnë grante ose hua afatgjata për t'u mundësuar start-up-eve të zhvillojnë dhe vlerësojnë teknologjitë ose modelet e tyre të biznesit në mënyrë të pavarur. Më rrallë ndodh që një investitor engjell të jetë i gatshëm të sigurojë një shumë të vogël për të financuar vlerësimin dhe fazën e R&D.

Grantet zyrtare të kërkimit ka të ngjarë të vendosin kushte për pronësinë dhe përdorimin e çdo PI-je që gjeneron financim ("PI e planit të parë"). Si rezultat, organi qeveritar ose universiteti në të cilin kryhet kërkimi mund të ketë një kërkesë në plan të parë.

**Figura 6. Fazat e financimit**



- Cikli i jetës i Teknologjisë
- Të ardhurat

Ky grafik i përgjithshëm i burimeve të financimit pasqyron ekosistemet me një histori të gjatë investimi në start-up. Në praktikë, peizazhet e financimit ndryshojnë nga shteti në shtet.

Vini re se financimi përpara marrjes së të ardhurave (ndërsa kaloni luginën e vdekjes) zakonisht vjen nga "miqtë, familja dhe budallenjtë" (FFF), investitorët engjëj dhe, potencialisht grantet qeveritare.

Shumica e financuesve të kapitalit sipërmarrës (VC) preferojnë të investojnë në shoqëri që tashmë kanë një fluks monetar pozitiv (fitojnë më shumë të ardhura sesa shpenzojnë). Disa fonde VC të fazës

fillestare, zakonisht në fusha të teknologjisë së lartë, investojnë gjatë fazës paraprake të marrjes së të ardhurave.

Në mënyrë tipike, një start-up do të përshkojë disa faza të ngritjes së fondeve, duke filluar nga investimet e engjëjve në financimin e VC.-së. Në çdo fazë, shumica e investuar do të jetë dukshëm më e lartë se shumica e mëparshme.

Duhet të theksohet se, në fazat fillestare, kurba e të ardhurave (portokalli) ka të ngjarë të ndjekë kurbën e ciklit jetësor të teknologjisë (blu). Një mësim themelor këtu është se, nëse një start-up nuk vazhdon të sjellë inovacion, por mbështetet në teknologjinë që ka krijuar fillimisht, të ardhurat e tij ka të ngjarë të ulen me kalimin e kësaj teknologjie.

PI-ja mund të zvogëlojë aftësinë e sipërmarrësit për ta shfrytëzuar atë lirisht në start-up. Kur burimet e një universiteti janë përdorur (laboratorë, materiale, burime njerëzore) ose kur sipërmarrësi ka bërë një marrëveshje punësimi me universitetin, universiteti ose palët që kanë financuar kërkimin mund të kenë një kërkesë të plotë ose të pjesshme për PI-në që është krijuar. Kjo varet nga ligji vendas/organik dhe politikat e universitetit;<sup>5</sup> krijuesit e start-up-it duhet të jenë të kujdesshëm që të verifikojnë ligjet lokale dhe politikat PI të universitetit.

Në Shqipëri në bazë të Ligjit nr. 10303, datë 15 korrik 2010 “Për krijimin dhe organizimin e Agjencisë Shqiptare të Zhvillimit të Investimeve”, është krijuar AIDA – **Agjencia Shqiptare e Zhvillimit të Investimeve**. Objektivat kryesore të AIDA-s janë tërheqja e investimeve të huaja, rritja e konkurrueshmërisë së ekonomisë shqiptare nëpërmjet mbështetjes të ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme, si dhe inovacionit, Rritja e aftësisë konkurruese dhe inovative të Ndërmarrjeve të Vogla e të Mesme (NVM), Nxitja dhe ndihma ndaj eksporteve të mallrave e shërbimeve. AIDA mbështet bizneset me grante financiare. Grantet u dedikohen bizneseve start – up, inovative, kreative dhe eksportuese. AIDA ka menaxhuar 4 grante për periudhën 2014-2019. Aktualisht, AIDA së bashku me MFE po rikonceptojnë grantet e reja të cilat do të shpallen në 2022. Në buxhetin e AIDA-s për 2022, janë parashikuar 50 milion lekë grante për NMVM dhe 10 milion lekë grante të dedikuara vetëm për Start – up.

Financimi i projekteve bashkëpunuese, konsorciumeve dhe programeve kërkimore ndërkombëtare mund të kushtëzohen në mënyra të ngjashme, të cilat gjithashtu kufizojnë përdorimin dhe shpërndarjen e PI-së fillestare të pritur. Për më tepër, projekti mund të kërkojë nga partnerët e projektit që ata ta vënë PI-në e tyre ("PI-ja në sfond") në dispozicion të

partnerëve të projektit. Nëse modeli i biznesit i një start-up-i kërkon shfrytëzimin e PI-së fillestare që mund të varet nga PI-ja e një pale të tretë, sipërmarrësi mund të duhet të adresojë çështjen e lirisë për të vepruar.

Bizneset e reja mund të përfitojnë edhe nga skema të tjera qeveritare të krijuara për të mbështetur në inovacion. Për shembull, disa regjime tatimore i lejojnë shoqëritë të zbrasin kostot e R&D në deklaratat e tyre tatimore, duke ulur kostot e tyre. Skema të tjera, të tilla si Kutia e Patentave, u japin shoqërive një përfitim tatimor mbi të ardhurat që fitojnë nga të drejtat e PI-së.

Në Shqipëri aktualisht është duke u hartuar Projektligji "Për mbështetjen dhe zhvillimin e Startup-eve Inovative". Qëllimi i këtij ligji është krijimi i një kuadri rregullator dhe institucional të favorshëm për krijimin dhe zhvillimin e Startup-eve Inovative në fushën e teknologjisë dhe inovacionit, për nxitjen e kërkimit, realizimit dhe përdorimit të ideve, modeleve, produkteve dhe proceseve të reja, të cilat sjellin risi në çdo fushë të ekonomisë. Në fazën fillestare të zhvillimit të projekt idesë, individët apo subjektet të cilët janë nismëtarë të një Startup-i Inovativ, i cili ende nuk është regjistruar si biznes në regjistrin tregtar, pas lidhjes së marrëveshjes së bashkëpunimit me Agjencinë, mund të përfitojnë:

- Shërbimet e informacionit dhe konsulencës në lidhje detyrimet fiskale dhe procedurat ligjore që zbatohen në Republikën e Shqipërisë pa pagesë, të ofruara nga Agjencia Kombëtare për Startup-et Inovative "Startup Albania";
- Shërbimet e inkubimit, mentorimit dhe mbështetjes së projekt idesë, të ofruara nga Lehtësuesit e certifikuar. Kushtet e përfitimit të shërbimeve bazohen në marrëveshjet e bashkëpunimit midis tyre dhe sipas kushteve të përcaktuara në marrëveshjen e bashkëpunimit që Lehtësuesi ka lidhur me Agjencinë;
- Startup-et Inovative, të cilat janë certifikuar, janë regjistruar në regjistrin tregtar, plotësojnë kriteret dhe zbatojnë procedurat e përcaktuara nga ky ligj, përgjatë periudhës së inkubimit, përjashtohen nga pagesa e taksave vendore të mëposhtme:
  - tatimit të thjeshtuar mbi fitimin për biznesin e vogël;
  - taksës vendore mbi pasurinë e paluajtshme, kategoria ndërtesë, si dhe nga;
  - taksa vendore e tabelës.

**Miqtë, familja dhe budallenjtë (FFF)**

Në çdo fazë, start-up-et mund të jenë në gjendje të kenë akses në financim jointucional nga miqtë ose familja. Në mënyrë tipike, fonde të tilla janë kredi, të cilat zakonisht janë të vogla, nuk priren të jenë të shoqëruar me një marrëveshje formale dhe mund të mos shfaqen në regjistrat e start-up-it. Nëse një start-up pranon fondet e FFF-së, start-up-i duhet të kujdeset që të dokumentojë këtë hyrje në kapital për të shmangur detyrimet e mundshme ligjore ose tatimore në të ardhmen.

Kur lançimi dhe fazat fillestare të një start-up-i vetëfinancohen, pronësia e PI-së mund të kthehet në një problem nëse ka më shumë se një bashkëthemelues. Në veçanti, partnerët duhet të adresojnë shpërndarjen e PI-së sa më shpejt që të jetë e mundur. Kjo zakonisht bëhet përmes një marrëveshjeje aksionarësh (SHA). Për shembull, një bashkëthemelues mund të financojë start-up-in, ndërsa tjetri të sjellë PI-në ose njohurinë teknike që do të krijojë PI-në e re. Transferimi i të gjithë titujve tek PI-të përkatëse në start-up dhe depozitimi i të gjitha aplikimeve të reja për mbrojtje përmes start-up-it dhe jo personalisht nga sipërmarrësit është një praktikë e mirë.

**Investitorët engjëj**

Investitorët engjëj janë individë që investojnë paratë e tyre, ndryshe nga financuesit e kapitalit sipërmarrës që menaxhojnë fondet e investitorëve të palëve të treta. Investitorët engjëj kanë tendencë të investojnë në fusha në të cilat ata kanë përvojë profesionale ose interes. Krahasuar me fondet e kapitalit sipërmarrës, ato zakonisht investojnë shuma më të vogla, por zakonisht e bëjnë këtë në një fazë të hershme. Përveç sigurimit të kapitalit, investitorët e mirë engjëj ndajnë eksperiencën e tyre dhe mbështesin produktin dhe zhvillimin e biznesit të start-up-eve të tyre, dhe më vonë mbledhjen e fondeve dhe menaxhimin e tyre. Ashtu si fondet e kapitalit të sipërmarrjes, investitorët engjëj zakonisht marrin kapitalin neto të start-up-it në këmbim të investimit të tyre. Prandaj ata kanë një interes pronësor në kompanitë që ata mbështesin, edhe pse jo domosdoshmërisht në PI-në e tyre ose PI-ja që ata krijojnë.

Investitorët engjëj rrallë kërkojnë interes të pronarit në PI-në kryesore; nëse bëhet një kërkesë e tillë, sipërmarrësi duhet të përgjigjet me shumë kujdes. Në të kundërt, investitorët zakonisht u kërkojnë start-up-eve që t'i caktojnë kompanisë së re të drejtat përkatëse të PI-së, për shembull kur start-up-et i përkasin një subjekti të veçantë si universiteti ose një individ siç është sipërmarrësi.

### Fondet e kapitalit të riskut dhe sipërmarrjes

Fondet e kapitalit sipërmarrës (VC) janë shumë më të institucionalizuar sesa investitorët engjëj. Ata zakonisht menaxhojnë fondet që janë grumbulluar nga investitorë të tjerë, individë me vlerë të lartë neto ose fonde fondesh. Kolektivisht, investitorët në një fond VC quhen "partnerë me të drejta të limituara" (LP). Shumica e VC-ve do të kenë një zonë fokusi për investim dhe do të priren të investojnë në faza të caktuara. Shumat që ata investojnë (të quajtura "madhësia e biletës") do të ndryshojnë nga VC në VC. Për shkak se ato janë institucionale dhe kanë një detyrë fiduciare ndaj LP-ve të tyre, procedurat e kujdesit të duhur dhe vendimet e investimit të fondeve të VC-së zgjasin më shumë se ato të një investitori engjëll.

Kur sipërmarrësit i drejtohen një fondi VC, ata duhet të ndërmarrin hapa për të përcaktuar nëse fokusi i start-up-it dhe shumat që ai kërkon janë brenda kritereve të investimit të një fondi. Një start-up i një aplikacioni mobile që kërkon 500,000 USD nuk ka gjasa të sigurojë investime nga një fond VC-je i shkencës së jetës që nuk investon kurrë më pak se 2 milionë USD.

Është e qartë se sipërmarrësit duhet të kërkojnë kapital fillestar nëse projektet e tyre nuk po gjenerojnë ende të ardhura; por një start-up me fluks pozitiv parash mund të dojë gjithashtu të mbledhë fonde investimi (gjë që përkthehet në shitjen e kapitalit neto të shoqërisë), për shembull për të përshpejtuar rritjen e saj, për të hyrë në tregje të reja ose për të sjellë produkte të reja në treg. Arsyeya kryesore është rritja e vlerës së shoqërisë së re. Në mënyrë tipike, pjesa e themeluesve do të ulet ndjeshëm ndërsa një start-up lëviz nëpër raundet e financimit. Prezumimi kryesor është se, kur vlera e shoqërisë rritet, vlera e çdo aksioni në të rritet gjithashtu. Nëse shoqëria ka një ecuri të mirë dhe vlera e saj e përgjithshme rritet, një përqindje sado e vogël e kapitalit do të vlejë më shumë.

Për ta ilustruar, imagjinoni sikur një sipërmarrës mban 80 për qind të aksioneve në një start-up me vlerë 1 milion USD. Vlera e kapitalit të tij neto është 800,000 USD. Pas disa raundesh investimi, vlera e start-up-it rritet në 500 milionë USD, por pjesa e sipërmarrësit në kapitalin neto tani është 10% e totalit. Vlera e kapitalit të sipërmarrësit është rritur në 50 milionë dollarë.

### Rrit vlerën e start-up-it

Siç u përmend më herët, PI është një aset dhe mund t'i atribuohet një vlerë. Kjo vlerë lehtëson tregtimin me këtë aset dhe gjithashtu krijon një bazë për rritjen e vlerës së shoqërisë. Në ekonominë e sotme të bazuar në njohuri, aktivet jomateriale të shoqërive përbëjnë një pjesë më të madhe të

vlerës së tyre të përgjithshme dhe aktivet fizike një pjesë gjithnjë e më të ulët. Kjo është veçanërisht e vërtetë për start-up-et, shumë prej të cilave mbështeten në: një inovacion të vetëm, një aktiv jomaterial dhe nuk kanë pothuajse asnjë pasuri fizike. Vlera e start-up-eve të tilla është në përgjithësi vlera e inovacionit të tyre plus njohuritë e zotëruara nga krijuesit e tyre.

Megjithatë, vlerësimi i PI-së është kompleks dhe shpesh i vështirë dhe është veçanërisht sfidues për start-up-et, sepse PI-ja e tyre ka të ngjarë të jetë e pamaturuar, ende në kërkim dhe zhvillim, ose në proces regjistrimi, si edhe as vlera e një PI-je nuk është konstante. Ajo ndryshon me kalimin e kohës nën ndikimin e shumë faktorëve, duke përfshirë regjistrimin e një patente, vlefshmërinë e teknologjisë, shprehjet e interesit nga partnerët e mundshëm licencues, kërkesën e perceptuar për teknologjinë, shkallën në të cilën ajo mund të zëvendësohet nga teknologji të ndryshme, etj. Në mënyrë të ngjashme, refuzimi i një aplikimi për patentë, një sfidë ligjore ndaj pronësisë, shfaqja e një produkti të ndryshëm, por konkurrues, ose një pengesë e re rregullatore mund të ulë vlerën e një PI-je.

Megjithatë, një vlerësim i vlerës duhet bërë për aq sa mund të bëhet. Për t'ia filluar, është e rëndësishme të kihet parasysh ndryshimi në vlerën e mundshme të një PI-je që një start-up hedh në treg dhe një PI-je që është licencuar për një korporatë të madhe. Fillimisht, kjo e para do të ketë një vlerë shumë më të ulët se e dyta, për shkak të rreziqeve që lidhen me start-up-et. Megjithatë, nëse një start-up arrin të spastrojë fazat e ndryshme të zhvillimit dhe vërteton modelin e tij të biznesit, vlera e PI-së së tij do të rritet dhe mund të arrijë një vlerë monetare shumë më të lartë sesa mund të arrihet me licencim.

Duke marrë parasysh këtë, vlerësimi i PI-së në fazën fillestare është i dobishëm për disa qëllime, duke përfshirë:

\* Për të llogaritur pjesën e kapitalit të palës që sjell PI-në në një start-up (në krahasim me palën që sjell kapital). Për shembull, imagjiloni që një aplikim për patentë vlerësohet me 100,000 USD dhe se një palë tjetër është e gatshme të investojë të njëjtën shumë në start-up. Mbi këtë bazë, partnerët do të zotërojnë secili 50 për qind të kapitalit neto të start-up-it, me kusht që shuma tjetër të mos ndryshojë strukturën e kapitalit.

\* Për të tërhequr investitorë. Një start-up në kërkim të fondeve duhet të vlerësohet në mënyrë që investitorët e mundshëm të mund të konstatojnë se sa kapital neto do të blejë investimi i tyre. Një vlerësim i PI-së së tij mund të rrisë vlerën e start-up-it, duke i lejuar themeluesit të rrisin kapitalin e tyre neto për të njëjtën sasi financimi. Për shembull, imagjiloni një investitor që është i gatshëm të



vendosë 100,000 USD në një start-up në një fazë fillestare. Nëse start-up-i vlerësohet me 500,000 USD, investitori do të marrë 20 për qind të kapitalit neto. Megjithatë, nëse themeluesit mund të vlerësojnë të njëjtin start-up me 1 milion USD në bazë të një vlerësimi të PI-së së tij, financuesit do të rrisin zotërimin e tyre dhe investitori do të marrë 10 për qind të kapitalit neto për të njëjtin investim.

\* Një start-up mund të dëshirojë të licencojë një aset të PI-së që i përket një pale të tretë, siç është një universitet. Vlera e PI-së që do të licencohet do të ndikojë në koston e krijimit të start-up-it. Si përgjigje, start-up-i mund të negociojë një opsion (për të licencuar PI-në në një datë të mëvonshme); të kërkojë kapital nga investorët (për t'i mundësuar atij të licencojë PI-në); ose të negociojë një skemë pageseme shtyrje të honorareve me pronarin e PI-së (nën të cilën do të mblidhen honoraret, por ky start-up do mund të shtyjë pagesën e tyre, zakonisht derisa të mund të gjenerojë një fluks pozitiv monetar).

\* PI-ja do të duhet gjithashtu të vlerësohet kur do të shitet, licencohet, përdoret si kolateralit për një hua, ose përdoret për të kërkuar përfitime tatimore mbi asetet e hedhura në treg të PI-së (në shtete ku politikat fiskale janë të favorshme). Një shoqëri mund të vlerësojë gjithashtu të gjithë portofolin e saj të PI-së dhe të regjistrojë vlerën e saj si aset në llogaritë e saj, në mënyrë që të llogarisë vlerën e shoqërisë.

Tabela 1. Nxitësi i vlerësimit PI

Klasifikimi	Nxitësi i vlerësimit
Transaksioni	Licensimi i aseteve PI; franshiza
	Shitja ose blerja e aseteve PI
	Shkriroje dhe Blerje (M&A); shitja, shpërbërja
Vënia në zbatim e të	Sipërmarrje me kapital të përbashkët ose aleancë strategjike Dhurimi i aseteve PI
	Llogaritja e dëmeve kur cenohen të drejtat e PI-së
drejtave PI	Investime në Kërkim dhe Zhvillim
	Menaxhimi i brendshëm i aseteve të PI-së
Përdorim i brendshëm	Financimi strategjik dhe/ose rritja e kapitalit neto /kapitalit Marrëdhëniet me investitorët
	Raportimi financiar
	Falimentimi/likuidimi
Qëllime të tjera	Optimizimi i taksimit
	Sigurimi i aseteve PI

Shih WIPO.IP PANORAMA.Module11 mbi vlerësimin PI.

[www.wipo.int/export/sites/www/sme/en/documents/pdf/ip\\_panorama\\_11\\_learning\\_points.pdf](http://www.wipo.int/export/sites/www/sme/en/documents/pdf/ip_panorama_11_learning_points.pdf).

Një sërë metodash<sup>7</sup> përdoren për të vlerësuar IP-në si grupe. Disa nga më të përdorurat janë përcaktuar si më poshtë.

**Metoda e kostos**

Metoda e koston vlerëson vlerën e një aseti PI duke përcaktuar koston e zhvillimit të një aseti PI të ngjashëm (ose saktësisht të njëjtë) së brendshmi ose së jashtmi. Ajo grumbullon shpenzimet direkte dhe kostot oportune të përfshira dhe gjithashtu konsideron vjetërsimin. Një vlerë përfundimtare e PI-së arrihet, për shembull duke llogaritur koston e lindur në zhvillim, duke e përshtatur për inflacionin për të siguruar një vlerë aktuale dhe duke e rregulluar më tej për të kompensuar vjetërsimin.

Përlllogaritjet e vjetërsimit të një aseti PI marrin parasysh dimensionet funksionale, teknologjike dhe ekonomike të vjetërsimit.

Vjetërimi funksional llogaritet në terma të koston operacionale shtesë të përdorimit të një PI-je në lidhje me alternativat aktuale, të cilat mund të jenë teknologji moderne. Vjetërsimi teknologjik ndodh kur evolucioni teknologjik e bën një PI të pavlefshëm. Për shembull, patentat për një disketë të gjeneratës së ardhshme kompjuterike ka të ngjarë të jenë të pavlefshme, sepse opsionet teknologjike superiore janë tashmë të disponueshme. Vjetërimi ekonomik ndodh kur përdorimi i një PI-je në nivelin më të lartë forma më e mirë nuk mund të sigurojë një rikthim të duhur të investimit.

Metoda e koston ka dy variante. *Metoda e koston së riprodhimit* shqyrton koston e riprodhimit të një kopje të saktë të asetit PI. *Metoda e koston së zëvendësimit* shqyrton koston e rikrijimit të një asetit të ngjashëm PI që kryen të njëjtin funksion.

**Metoda e tregut**

Metoda e tregut krahason asetin PI me çmimin aktual të paguar për një aset të ngjashëm PI në rrethana të krahasueshme. Për të bërë një vlerësim duke përdorur këtë metodë, nevojitet një treg aktiv dhe një asetidentik PI ose një grup asetesh PI të krahasueshme ose të ngjashme. Nëse këto aktive nuk janë krejtësisht të krahasueshme, duhet të gjenden variabla për të kontrolluar diferencat.

Një vlerësim duke përdorur këtë sistem rritet në saktësinë masën që informacioni është i disponueshëm për natyrën dhe shtrirjen e të drejtave të transferuara, duke përfshirë detajet e afateve

dhe kushteve dhe rrethanat e transaksionit (qoftë kjo nëse është licencë kryq, ose një licencë e rënë dakord për zgjidhjen e procesit gjyqësor, etj.).

Megjithatë, sipas përkufizimit, një aktiv PI është unik. Nuk është e mundur të gjenden asete PI saktësisht të ngjashme ose shumë të krahasueshme. Për më tepër, edhe nëse dikush do të ishte në gjendje të gjente transaksione në lidhje me PI shumë të ngjashme, do të ishte jashtëzakonisht e vështirë të merrte informacion të saktë rreth tyre, sepse një informacion i tillë normalisht do të ishte konfidencial.

### **Metoda e të ardhurave**

Metoda e të ardhurave vlerëson një aset PI përsa i përket të ardhurave ekonomike që PI-ja pritet të gjenerojë, përshtatur me vlerën e sotme të asetit. Kjo është metoda më e përdorur për vlerësimin e PI-së.

Për ta vënë në zbatim këtë, duhet të parashikohet fluksi i të ardhurave (ose kursimet e kostos) të krijuara nga një aset PI gjatë pjesës së mbetur të jetës së tij të dobishme (RUL); të kompensohen ato të ardhura ose kursime përkundrejt kostove që lidhen drejtpërdrejt me aktivin e PI-së; të vlerësohen rreziqet; dhe së fundmi të rregullohen të ardhurat me vlerën e tyre aktuale duke aplikuar një normë zbritjeje ose kapitalizimi.

### **Tërheq partnerë dhe bashkëpunëtorë**

Një portofol PI i menaxhuar mirë sinjalizon se një start-up është serioz dhe e vlerëson PI-në e tij dhe ka ndërmarrë hapa për ta mbrojtur këtë aset. Kjo u jep besim bashkëpunëtorëve të mundshëm dhe nënkupton një mjedis të favorshëm, dhe se risitë do të respektohen dhe mbrohen, dhe sipërmarrja do të jetë e sigurt.

Kohët e fundit tema e bashkëpunimit dhe PI-së është bërë më e dukshme në kontekstin e asaj që quhet "risi e hapur". Firmat që praktikojnë risi të hapur angazhojnë në mënyrë aktive bashkëpunëtorë të jashtëm për të avancuar ofertat e tyre, duke inkurajuar ide nga jashtë organizatës. Në të kaluarën, risia zakonisht ndodhte në një mjedis të mbyllur; ajo krijohet brenda organizatave me pak të dhëna nga jashtë.

Sot, është më e zakonshme që organizatat të kërkojnë kontributin e palëve të jashtme. Kompanitë e vogla kërkojnë gjithnjë e më shumë të marrin pjesë në projekte më të mëdha dhe i

sinjalizojnë lojtarët e tjerë mbi kredencialet e tyre krijuese dhe shpikëse duke ndërmarrë hapa për të menaxhuar asetet e tyre PI dhe kthyer veten në kandidatë tërheqës për shoqëritë e mëdha në mënyrë që të punojnë me to. Ndërsa modelet e hapura të inovacionit mund të krijojnë mundësi të jashtëzakonshme për start-up-et, start-up-et duhet t'i kushtojnë kujdes pronësisë së PI-së dhe marrëveshjeve të licencimit i cili mund të jetë një kusht për pjesëmarrje.

Palët që kërkojnë bashkëpunim shpesh kërkojnë që partnerët e tyre të transferojnë pronësinë e PI-së ose të japin të drejtat të gjera të licencës. Kjo mund të mos jetë në përputhje me modelin e biznesit të start-up-it ose interesin e tij.

#### Shënime

1 Shih Qendrën Ndërkombëtare të Tregtisë dhe WIPO (2005). *Shkëmbimi i Vlerave, Marrëveshjet e Negocimit të Licencimit të Teknologjisë - Një Manual Trajnimi*. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/licensing/906/wipo\\_pub\\_906.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/licensing/906/wipo_pub_906.pdf); dhe WIPO (2015). *Licencim i suksesshëm i teknologjisë*. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/licensing/903/wipo\\_pub\\_903.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/licensing/903/wipo_pub_903.pdf)

2 Shih WIPO Green, Lista e Kontrollit të Licencimit.

[www3.wipo.int/wipogreen/docs/en/wipogreen\\_licensingchecklist\\_061216.pdf](http://www3.wipo.int/wipogreen/docs/en/wipogreen_licensingchecklist_061216.pdf).

3 Megjithatë, mbani mend se sekretet tregtare mund të zgjasin përgjithmonë. Një marrëveshje gjithashtu mund të zgjasë më shumë se dispozitat e PI-së në të, veçanërisht nëse po ofrohen shërbime.

4 Për më shumë informacion mbi FTO, shihni seksionin mbi Menaxhimin e rreziqeve që lidhen me pronësinë intelektuale.

5 Për më shumë informacion, shihni WIPO. "Politikat e pronësisë intelektuale për universitetet."

[www.wipo.int/about-ip/en/universities\\_research/ip\\_policies/index.html#toolkit](http://www.wipo.int/about-ip/en/universities_research/ip_policies/index.html#toolkit).

6 Shih WIPO. PANORAMAPI. Moduli 11 mbi vlerësimin PI [www.wipo.int/export/sites](http://www.wipo.int/export/sites)

[/www.sme/en/documents/pdf/ip\\_panorama\\_11\\_learning\\_points.pdf](http://www.sme/en/documents/pdf/ip_panorama_11_learning_points.pdf) dhe Eur opeanIPR Helpdesk. "Fakte-Fleta e të dhënave - Vlerësimi i Pronësisë Intelektuale." [https://intellectual-property-helpdesk.ec.europa.eu/ip-business\\_en](https://intellectual-property-helpdesk.ec.europa.eu/ip-business_en).

7 Ibid.



## **Menaxhimi i rreziqeve**

Suksesi i një start-up-i varet po aq nga të kuptuarit e rreziqeve të injorimit të sistemit të PI-së, sa edhe nga njohja e përdorimit të tij për të forcuar konkurrencën. Dështimi për të mbrojtur risitë në të cilat mbështetet start-up-i do të përjashtojë opsionet e përmendura më herët që mund të forcojnë dhe zgjerojnë biznesin e tij. Dështimi për të kuptuar se si funksionon sistemi PI do ta ekspozojë start-up-in ndaj sulmeve dhe kostove të panevojshme. Start-up-et duhet të integrojnë me prioritet menaxhimin e rrezikut të PI-së në strategjinë e tyre të përgjithshme të biznesit. Disa nga rreziqet më të rëndësishme janë përshkruar më poshtë.

### **Sqaroni të drejtat e pronësisë dhe përdorimit**

#### **Dështimi i mbrojtjes dhe moskryerja e mbrojtjes në një datë të hershme**

Siç u diskutua më lart, një start-up i bazuar në teknologji krijohet për të sjellë në treg një produkt ose shërbim inovator, ndonjëherë një produkt ose shërbim të vetëm. Risia është shpesh burimi i vetëm ose kryesor i vlerës. Për një start-up të tillë, një nga rreziqet kryesore të tij është humbja e asetit ndaj palëve të treta si rezultat i dështimit për ta mbrojtur atë, duke rrezikuar modelin e tij të përgjithshëm të biznesit. Prandaj, çdo start-up duhet të ndër marrë veprime për të mbrojtur risinë e tij dhe në këtë mënyrë të parandalojë përvetësimin e tij nga të tjerët. Menaxhimi i këtij rreziku nënkupton, për shembull, veprimin për:

- regjistrim në një datë të hershme;
- respektimin e afateve dhe kufizimeve kohore të regjistrimit; hartimin e një kërkesë të shëndoshë për patentë që parandalon anashkalimet;
- marrjen e mbrojtjes në të gjitha tregjet përkatëse; dhe;
- mbrojtjen e të gjitha përmirësimeve pasuese

Asetet e PI-së janë territoriale.

Strategjia e mbrojtjes së PI-së të një start-up-i duhet të përfshijë të gjitha tregjet në të cilat start-up-i ka interes. Pasi marrjes së mbrojtjes, start-up-i duhet të vazhdojë të ruajë mbrojtjen e PI-së duke paguar të gjitha tarifat përkatëse.

#### **Parandaloni nxjerrjen e informacionit**

Start-up-et gjithashtu përballen me një kërcënim nëse nuk arrijnë të mbajnë konfidenciale asetet e mundshme të PI-së derisa të kenë aplikuar për mbrojtje të PI-së. Siç u përmend më herët në këtë udhëzues, nëse zbulohet risia ose dizajni i një start-upi (madje edhe për një numër të vogël

njerëzish), ai humb pretendimin e tij se është i ri dhe mund të mos kualifikohet më për mbrojtje (përveç nëse zbulimi është bërë gjatë një periudhe faljeje/mospagimi, kur ekziston). Nëse kjo ndodh, me një goditje të vetme ajo mund ta bëjë një start-up të pavlefshëm. Po kështu, informacioni konfidencial i biznesit që është zbuluar nuk kualifikohet për mbrojtjen e sekretit tregtar, përveç rasteve kur zbulimi ndodh në kontekstin e një marrëveshjeje konfidencialiteti. Prandaj, start-up-et duhet të ndër marrin hapa si një prioritet për të përgatitur dhe zbatuar marrëveshjet dhe praktikatat e konfidencialitetit me stafin e tyre dhe me palët e treta, përfshirë furnitorët, partnerët dhe klientët.

### Dështimi për të marrë PI

Punonjësit ose furnitorët ose kontraktorët e palëve të treta mund të kontribuojnë ose mund të jenë përgjegjës për risitë. Një start-up nuk duhet të supozojë se zotëron gjithçka që punonjësit ose kontraktorët e tij kanë punuar. Dispozitat specifike të ligjit kombëtar duhet të merren gjithmonë në konsideratë në këto situata.

Në disa vende, kur shpikjet janë bërë në rrjedhën dhe kontekstin e punësimit, ligji automatikisht i cakton pronësinë punëdhënësit, duke pasur parasysh se shumë start-up-e do të punojnë edhe përtej kufijve, ku ligjet mund të ndryshojnë, shoqërive u rekomandohet të përfshijnë klauzola që kanë të bëjnë me pronësinë e PI-së në marrëveshjet e tyre të punës. Duhet pasur kujdes për të analizuar se si do të përdoret PI-ja aktualisht, dhe si mund të përdoret ndërsa shoqëria evoluon. Gjithmonë rishikoni ligjet kombëtare, sepse ato mund të pohojnë se punonjësit që bëjnë risi kanë të drejtën e refuzimit të parë, ose që punëdhënësit kanë për detyrë t'i shpërblejnë këta punonjës, etj.

Për arsye të ngjashme, kur një start-up përgatit kontrata me palë të treta, këto duhet të adresojnë qartë dhe të qartësojnë pronësinë e PI-së. Kur veprat shpikëse ose krijuese janë bërë nga një kontraktor i palës së tretë, marrëveshja ndërmjet kontraktuesit dhe start-up-it duhet t'i caktojë start-up-it të gjithë punën që është e nevojshme për suksesin e sipërmarrjes. Në mungesë të një dispozite të tillë, është shpesh pozicioni i paracaktuar, veçanërisht në lidhje me veprën krijuese si zhvillimi i softuerit, projektimi i faqes së internetit dhe fotografia, që kontraktuesi i palës së tretë do të zotërojë punën e tij ose të saj, përveç nëse ka punë ka qenë në mënyrë eksplicite e caktuar për start-up-in. Edhe një herë, start-up-et duhet të mendojnë përpara, të konsultohen me ligjin kombëtar dhe, në të gjitha marrëveshjet e punës dhe kontratat me palët e jashtme, të tregojnë se si do të përcaktohet pronësia. Në kontrata duhet të thuhet se të gjitha risitë e prodhuara nga punonjësit ose të porositura te palët e treta do t'i caktohen start-up-it.



Mund të ndodhë gjithashtu që një start-up të ketë disa themelues, të cilët të gjithë kanë luajtur një rol në krijimin dhe zhvillimin e idesë fillestare të produktit. Nëse një ose më shumë prej tyre largohen pa i caktuar të drejtat e tyre start-up-it, shoqëria mund të zbulojë se nuk zotëron më PI-në që i nevojitet për të ndjekur biznesin e saj.

Në të njëjtën mënyrë që një start-up punëson ose kontraktin palë të treta, shoqëritë më të mëdha kontraktojnë shoqëri më të vogla për të kryer detyra të caktuara. Kjo ndodh shpesh në mjedise të hapura inovacioni, ku shoqëritë e mëdha shpesh kërkojnë nga shoqëritë më të vogla të specializuara zgjidhjen e problemeve specifike teknike. Në këtë situatë, start-up-i është në pozicionin e një kontraktori të jashtëm. Përpara se të ndërmarrin një punë të tillë, start-up-et duhet të sqarojnë me shoqërinë më të madhe se kush do të zotërojë PI-në në punën që rezulton. Një marrëveshje ka të ngjarë të jetë veçanërisht komplekse nëse start-up-i zhvillon një zgjidhje të re (PI-ja në plan të parë) që i është dhënë akses në PI të palës së tretë (PI në sfond). Është thelbësore të sqarohet se cilat të drejta i kalojnë kujt në një rast të tillë dhe çfarë kufizimesh mund të ketë në përdorimin e PI-së që rezulton. Këto janë çështje komplekse që duhet të studiohen me kujdes dhe të negociohen paraprakisht.

Start-up-it duhet të ketë si qëllim të sigurojë një titull "të pastër" për PI-në që krijon. Nëse pronësia nuk është e mundur, start-up-i duhet të marrë të drejtën për të përdorur PI-në në fjalë për qëllimet e dakordësuara. Ashtu si me pronën fizike, objektivi është heqja e çdo dyshimi se kush e zotëron atë.

#### Parandalon proceset gjyqësore

Një proces gjyqësor i kushtueshëm mund të shkatërrojë start-up-et, të cilave në mënyrë karakteristike u mungojnë burimet për t'i rezistuar një paditësi agresiv. Prosesi gjyqësor është shpesh arma e preferuar nga kompanitë e mëdha (në të vërtetë çdo konkurrent me mjete) për të rrëzuar një start-up të ri premtues nga trajektorja e tij. Start-up-et janë gjithashtu në rrezik nga "subjektet që nuk e praktikojnë" (shpesh në mënyrë të pakëndshme të quajtur "trollët e patentave") modeli i biznesit i të cilëve është gjurmimi i shoqërive të vogla që përdorin teknologji pronësore të palëve të treta dhe kërcënimin për t'i paditur nëse nuk marrin një licencë.

Rreziqet e këtij lloji mund të zbuten ose shmangen duke kontrolluar të drejtat e palëve të treta dhe duke u siguruar që këto të drejta të mos shkelen. Të gjitha të drejtat e regjistruara janë të disponueshme për inspektim (aplikimet për patentë në përgjithësi 18 muaj pas depozitimit) dhe start-up-et mund të kontrollojnë dhe konfirmojnë lehtësisht se start-up-inuk po përdor teknologji private ose shenja të biznesit dhe diseno që u përkasin të tjerëve. Në mënyrë të ngjashme, start-up-

et duhet të kujdesen që të mos cenojnë veprat e të tjerëve të mbrojtura nga e drejta e autorit ose të kenë akses të paligjshëm në informacione konfidenciale të biznesit. Hapat e gabuar mund të rezultojnë në padi të shtrenjta, të bëjnë që një start-up të humbasë kohë vendimtare ose të komprometojë reputacionin e tij.

### Liri për të vepruar (FTO)

Një start-up mund të zotërojë të drejta PI që mbulojnë hapësirën e tij inovative; por këto të drejta më vete mund të jenë të pamjaftueshme për të tregtuar produktin e tij. Arsyeja është se shumica e të drejtave të PI-së, dhe të drejtave të patentave në veçanti, janë “të drejta negative”.<sup>1</sup> Një pronar patente nuk ka një të drejtë automatike për të përdorur dhe shfrytëzuar shpikjen e pretenduar në dokumentin e tij ose të saj të patentës. Një patentë thjesht i jep pronarit të patentës të drejtën për të përjashtuar të tjerët për të përdorur shpikjen e patentuar. Ai ndjek nëse një start-up mund të ketë nevojë për akses në të drejta të tjera të PI-së për të tregtuar produktin e tij.

Imagjinoni, për shembull, një start-up që dëshiron të tregtojë një stacion novator karikimi për skuterët elektrikë. Disenjo e produktit përfshin një kablo karikimi që tërhiqet. Në tregun ku start-up-i do të bëjë ose shesë produktin e tij, një shoqërie veçantë ka një patentë për sistemin e tërheqjes. Për të shitur karikuesin e tij novator me kablo karikimi të tërheqshme, në këtë mënyrë, start-up-i mund të ketë nevojë për leje nga kjo shoqëri. Nëse start-up-i e hedh në treg këtë produkt pa leje, ka të ngjarë që shoqëria me patentën e sistemit të tërheqjes të ndërhyjë. Ajo mund të kërkojë ndalimin e përdorimit të kabllit nga start-up-i ose shlyerjen e dëmeve për përdorim të paautorizuar të PI-së së shoqërisë.

Për të parandaluar skenarë të tillë, shoqëritë duhet të kërkojnë për PI-të e palëve të treta që mund t'i pengojnë ata në tregtimin e produkteve të tyre në tregjet me interes për ta. Kjo njihet si analiza e lirisë për të vepruar.<sup>2</sup>

Për të kuptuar se si funksionon FTO në praktikë, merrni parasysh shembullin hipotetik të mëposhtëm të një analize FTO në një shtet të caktuar.

**Figura 7. Një shembull i lirisë për të vepruar (analiza FTO):**

**Produkti A, nënkomponentët e tij dhe patentat që mbulojnë çdo nënkomponent**



■	Domeni publik
■	I mbuluar nga patenta 1
■	I mbuluar nga patenta 2
■	I mbuluar nga një patentë e një pale të tretë

Një start-up dëshiron të prodhojë dhe shesë produktin A. Ai dëshiron të tregtojë produktin e tij me emrin "Jambu".

Produkti ka shtatë nën-përbërës të veçantë.

Start-up-i ka dy aplikime për patentë në pritje që mbulojnë pesë nga shtatë nën-komponentët (gri dhe rozë në figurë).

Lidhësi (portokalli) është një nën-komponent kritik që është në domenin publik.

Valvula (e gjelbër) është në pronësi të një patente të një pale të tretë.

Emri i propozuar i markës "Jambu" është tashmë i mbrojtur nga një shoqëri tjetër, për një kategori të ndryshme produkti.

Në këtë shembull, start-up-i ka një problem sepse valvula (e gjelbër) është e patentuar nga një palë e tretë. Start-up-i ka opsionet e mëposhtme:

- Të heqë valvulën e mbrojtur nga produkti final.
- Të adoptojë një dizajn të ndryshëm që shmang përdorimin e valvulës së patentuar.
- Të blejë patentën ose të sigurojë një licencë nga pronari i patentës për të përdorur teknologjinë e valvulave.
- Të sfidojë vlefshmërinë e patentës.

Ka të ngjarë që produkti të mos funksionojë pa valvulën, kështu që opsioni i parë mund të mos jetë i realizueshëm. Nëse start-up-i nuk mund të krijojë një alternativë për valvulën, mund t'i afrohet mbajtësit të patentës së palës së tretë dhe të kërkojë ta blejë atë patentë ose të marrë një licencë për të përdorur teknologjinë.

Ndërsa çështjet e FTO-s referohen shpesh në kontekstin e patentave, të drejta të tjera të PI-së mund të shkaktojnë gjithashtu sfida të FTO-s. Për shembull, start-up-i në shembullin tonë shpresonte ta quante produktin e tij "Jambu". Ai ka zbuluar seky emër është tashmë i mbrojtur dhe në përdorim për një produkt tjetër. Në këtë rast, emri do të ishte i disponueshëm për përdorim, pasi dy marka tregtare mund të ekzistojnë në të njëjtin territor për lloje të ndryshme produktesh, me përjashtim të rastit kur njëri prej produkteve konsiderohet "i famshëm" (në këtë rast mund të ketë kufizime).

Nëse pronari i patentës nuk është i gatshëm të shesë ose licencojë valvulën e patentua sidoqoftë, ose do ta bëjë këtë vetëm me një çmim që është shumë i lartë për modelin e biznesit të start-up-it, start-up-i mund të detyrohet të bërë një investim heqë dorë nga projekti, të rrezikojë të paditet për shkeljen e patentës ose të nisë një përpjekje të kushtueshme dhe të pasigurt për të zhvlerësuar patentën. Këto rezultate mund të jenë shumë të dëmshme për një start-up që tashmë kanë të konsiderueshëm në kohë dhe burime, për të zhvilluar dhe hedhur në treg produktin e tij ose në kutitë e zhvillimit të softuerit (SOK). Në kontekstin e të drejtës së autorit, licencat me burim të hapur në softuerë mund të lidhen me detyrime kontraktuale që pengojnë start-up-in që të shfrytëzojë nga ana komerciale kodin origjinal të burimit ose bërjen e tij të aksesueshëm për publikun.

Një start-up duhet të kryejë një analizë FTO në çdo zonë gjeografike në të cilën produkti i tij do të hidhet në treg. Për shkak se të drejtat e PI-së janë të vlefshme vetëm në vendet ose rajonet që i kanë dhënë ato, analiza e FTO mund të gjenerojë një rezultat të ndryshëm në secilin shtet që analizohet.

Për të gjitha arsytet e mësipërme, start-up-et këshillohen fuqimisht të kryejnë një analizë FTO sa më shpejt të jetë e mundur në të gjitha tregjet me interes dhe ta bëjnë këtë përpara se të ndajnë burime të rëndësishme për zhvillimin e një produkti. Start-up-et që nuk e marrin këtë masë paraprake ka të ngjarë të paguajnë më shumë për aksesimin e teknologjisë dhe rrezikohen nga proceset gjyqësore dhe dëmtimi i reputacionit. Start-up-eve që u mungojnë burimet për të ndërmarrë një analizë FTO në shkallë të plotë në të gjitha tregjet me interes mund të kenë nevojë të vendosin prioritetet (tregjet, karakteristikat ose pronarët e patentave me rrezik më të lartë, etj.).

Imagjinoni shembuj të tjerë. Një start-up dëshiron të prodhojë harduer, por ka nevojë për një softuer të mbrojtur nga të drejtat e autorit për ta ekzekutuar ose për të qenë i pajtueshëm me sisteme të tjera, ose një start-up ka zhvilluar një aplikacion celular, por ka nevojë për akses në një ndërfaqe programimi aplikacioni të palëve të treta (API).

Shmangni humbjen e kohës dhe burimeve

Shumë start-up-e bëjnë gabimin e "të rënit në dashuri" me idenë e tyre dhe nuk verifikojnë nëse kjo ide është në fakt e re; ata thjesht supozojnë se askush tjetër nuk ka pasur të njëjtën ide ose një variacion të saj. Kjo mund të dënojë produktin medështimin e start-up-it. Nëse të tjerët kanë pasur të njëjtën ide ose një produkt të ngjashëm dhe kanë ndërmarrë hapa për ta mbrojtur idenë në tregjet që i interesojnë start-up-it, start-up-i do të bllokohet efektivisht nga hyrja në këto tregje. Prandaj, start-up-et duhet të marrin mundimin për të kuptuar peizazhin konkurrues.

Kjo do t'u japë start-up-eve informacion jetik dhe do t'i lejojë ata të shmangin surprizat fatkeqe dhe të kushtueshme. Një start-up që informohet për konkurrencën mund t'i përqendrojë përpjekjet e tij kërkimore dhe zhvillimore në fusha që ofrojnë mundësi, të përqendrojë ose ristrukturojë procesin e tij të zhvillimit sipas nevojës, të përshtatë modelin e tij të biznesit, të dallojë partnerët dhe konkurrentët e mundshëm ose thjesht të hedhë poshtë idenë e tij.

Bazat e të dhënave të disponueshme publikisht janë një burim i rëndësishëm informacioni dhe mund të ndihmojnë një start-up për të marrë këto vendime dhe për të shmangur gabimet. Një sërë bazash të dhënash të patentave që përmbajnë aplikime të patentave të publikuara dhe patentave të dhëna, si dhe bazash të të dhënave të markave tregtare dhe disenjove janë lirisht të disponueshme. Ato janë burime thelbësore të informacionit teknik, ligjor dhe të biznesit.

### **Shënime**

Është e rëndësishme të sqarohet se, në një analizë të FTO-së që përfshin një patentë, janë pretendimet (një pjesë specifike e dokumentit të patentës) që përcaktojnë fushëveprimin ligjor të një patente. Ajo që është e rëndësishme për qëllimet e FTO-së është se informacioni i zbuluar në të, nuk zbulohet askund tjetër.

2 Shihni "PI dhe biznesi: Lancimi i produktit të ri: liria për të vepruar." Në revistën e WIPO-s, shtator 2005. [www.wipo.int/wipo\\_magazine/en/2005/05/article\\_0006.html](http://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2005/05/article_0006.html).

## **Përdorimi i bazës të të dhënave të PI-së**

Siç u përmend, kur një start-up depoziton një aplikim për një patentë, markë tregtare ose disenjo industriale, autoriteti përkatës kombëtar ose rajonal i PI-së e bën aplikimin publik pas një periudhe kohe, kohëzgjatja e së cilës varet nga e drejta e PI-së dhe juridiksioni. Bazat e të dhënave të patentave, markave tregtare dhe disenjës industriale ofrojnë informacion të rëndësishëm të biznesit, teknik dhe ligjor që është lirisht i disponueshëm për këdo që ka një lidhje interneti. Këto baza të të dhënave janë një burim i dobishëm për start-up-et gjatë gjithë ciklit jetësor të biznesit të tyre për çështjenga shfrytëzimi deri te menaxhimi i rrezikut.

### **Bazat e të dhënave të patentave**

Për të marrë një patentë, aplikanti duhet të zbulojë informacion rreth shpikjes, mjaftueshëm të detajuar, për t'i mundësuar një personi të aftë në këtë fushë ta kuptojë atë. Ky informacion ruhet në bazat e të dhënave të patentave, të cilat:

- Mbajnë informacion të detajuar mbi zgjidhjet teknike.
- Janë shpesh një burim unik, që përmban informacione që nuk janë të disponueshme diku tjetër.
- Mbulon një gamë të gjerë veprimtarish teknike dhe shkencore.
- Klasifikon hyrjet sipas sistemeve ndërkombëtare të klasifikimit të patentave, duke lehtësuar kështu kërkimet.

Një start-up mund të konsultojë pa pagesë bazat e të dhënave të mirëmbajtura nga Drejtoria e Përgjithshme e Pronësisë Industriale, 1 bazën e të dhënave të patentave të EİPO-s PATENTSCOPE, 2 e cila liston shumë koleksione kombëtare dhe rajonale të patentave si dhe bazat e tjera të të dhënave të ofruara nga organizata rajonale si Espacenet, ose bazat e të dhënave që mirëmbahen nga ofrues privatë, si patentat google dhe lens. org.

Portali e-albania.al shërben si një portë, nëpërmjet së cilës çdo person i interesuar mund të marrë nëpërmjet internetit, shërbime elektronike të ofruara nga institucionet publike në Shqipëri.

Portali qeveritar e-Albania është i lidhur me Platformën Qeveritare të Ndërveprimit, e cila është arkitektura bazë mbi të cilën mundësohet ndërveprimi me sistemet elektronike të institucioneve publike.

Portali ofron gjithashtu informacion të detajuar në lidhje me shërbimet për publikun, (licenca, leje, autorizime, certifikata, vërtetime apo shërbime të tjera të ngjashme), dokumentacionin e nevojshëm, procedurën që duhet të ndjekë, oraret e funksionimit dhe vendndodhjen e zyrave të administratës, kontaktet, si dhe adresën e faqes zyrtare të institucionit që ofron shërbimin përkatës, ku mund të orientohet për detaje të mëtejshme.



## Kushtet e përgjithshme

Sektori publik ofron shërbimet e tij në formë elektronike nëpërmjet portalit unik qeveritar e-albania.al, në përputhje me aktet ligjore në fuqi në Republikën e Shqipërisë.

**Agjencia Kombëtare e Shoqërisë së Informacionit** është krijuar sipas Vendimit nr. 673, datë 22.11.2017 "Për Riorganizimin e Agjencisë Kombëtare të Shoqërisë së Informacionit". Kjo agjenci është bërë funksionale me emërimin e Drejtorit të Përgjithshëm të saj në shtator të vitit 2007. Nga kjo periudhë dhe deri në janar të vitit 2008 është bërë i mundur plotësimi i agjencisë me stafin e saj. Që nga kjo periudhë agjencia funksionon me efikasitet të plotë.

Administratori i portalit, AKSHI, nuk mban përgjegjësi për humbje të mundshme që burojnë nga përdorimi apo mospërdorimi i shërbimeve që ofrohen nëpërmjet portalit. Në rastin e shërbimeve elektronike, ku portali ofron vetëm mjedisin ndërmjetësues, institucioni përgjegjës për ofrimin e shërbimit mban përgjegjësi për shërbimin konkret. Shërbimet e ofruara në portal janë pa pagesë, përjashtuar ato shërbime, të cilat ofrohen me pagesë sipas përcaktimeve ligjore në fuqi. Portali, në informacionin që ofron, nuk mban përgjegjësi për përditësimin dhe saktësinë e informacionit të shërbimeve apo faqeve të internetit që ofrohen si lidhje në të. Kjo është përgjegjësi e institucioneve përkatëse. Informacioni i përdoruesit në këtë portal mbrohet sipas dispozitave të ligjit për mbrojtjen e të dhënave personale dhe ligjit për të drejtën e autorit dhe të drejtave të tjera të lidhura me të.

## Siguria

Gjatë regjistrimit përdoruesve të portalit qeveritar e-Albania ju kërkohet pëlqimi paraprak. Marrja e shërbimeve publike të qeverisjes elektronike nëpërmjet portalit qeveritar dhe/ose sistemeve të tjera elektronike nga çdo përdorues, person fizik ose juridik, kalon në procesin e autentifikimit dhe identifikimit për garantimin e besueshmërisë dhe sigurisë në ofrimin e shërbimeve individuale.

Në rastin e kërkesave për shërbime elektronike të nivelit 3 dhe 4 (sipas UNPAN 2014) në mjedisin e portalit unik qeveritar e-Albania, dokumenteve të dërguara dhe shërbimeve të tjera, portali verifikon identitetin e përdoruesit të shërbimit në bazë të informacionit në lidhje me përdoruesin nëpërmjet "Single-Sign-On", në përputhje me Vendimin e Këshillit të Ministrave Nr.734 date 28.8.2013 "Për krijimin e sistemit unik të regjistrimit, autentifikimit dhe identifikimit të përdoruesve në marrjen e shërbimeve publike nga sistemet elektronike".

Procesi i regjistrimit kryhet nëpërmjet portalit qeveritar dhe të dhënat e plotësuara nga përdoruesit,

gjatë procesit të regjistrimit, verifikohen elektronikisht me të dhënat e Regjistrimit Kombëtar të Gjendjes Civile për individët dhe Regjistrimit Kombëtar Tregtar për bizneset (QKR).

Komunikimi https - komunikim i sigurtë online  
Komunikim i enkriptuar me nivel sigurie TLS 1.0, AES 128

Të dhënat personale

Në përputhje me Ligjin e Mbrojtjes së të Dhënave Personale, të dhënat personale ruhen në sistemin e portalit ekskluzivisht me lejen e përdoruesit dhe në kuadër të nevojës për funksionimin e portalit dhe shërbimeve të tij. Duke plotësuar të dhënat e tij për identifikim dhe krijuar llogarinë përkatëse në portal, përdoruesi pajtohet me kushtet e përdorimit të portalit dhe jep pëlqimin që:

Të dhënat personale do të përpunohen dhe ruhen në sistemin informatik të portalit;  
Kërkesa në bazat e të dhënave shtetërore do të kryhet në bazë të numrit personal.  
Detajet e ruajtura në portalin unik qeveritar do të ruhen dhe përpunohen nga administratori i portalit dhe ofruesit e shërbimit përkatës ekskluzivisht për qëllime të ofrimit të shërbimit.

Për më tepër informacion referojuni rubrikës Politikë e Privatësisë

Të dhënat teknike

Të dhënat teknike të ruajtura në sistemin e portalit unik qeveritar nuk do të bëhen të qasshme në formë të personalizuar për të tretët. Për identifikimin e sesionit të përdoruesit do të përdoren "cookies". Konsiderohen si detaje teknike të dhënat e mëposhtme:

1. Adresa IP e përdoruesit;
2. Identifikimi i "web-browser" të përdoruesit;
3. URL-në e web-faqes që i adresohet portalit;
4. Faqen URL të portalit, të cilit përdoruesi i është adresuar;
5. Numrin e kartës së identitetit, numrin e telefonit celular;
6. Numrin personal, emrin dhe mbiemrin.

E drejta e autorit

Në përputhje me ligjin "Për të drejtën e autorit dhe të drejtat e tjera të lidhura me të"

1. Lejohen referenca të detajuara për të gjithë materialet dhe shërbimet e portalit; në rastin e një reference të gabuar, administratorët përgjegjës për përmbajtjen e portalit dhe autorët do të kenë të

drejtë të kërkojnë heqjen e referencës ose ndryshimin e saj.

2. Lejohet riprodhimi i pjesëshëm dhe/ose i plotë i informacionit të portalit, me kusht që të respektohet integriteti i informacioneve dhe të mos ndryshohet as kuptimi, as rëndësia, as zbatimi i tyre si dhe të përcaktohet burimi dhe data e publikimit.

3. Riprodhimet për qëllime komerciale ose reklamuese nuk do të lejohen, përveç përjashtimeve.

### Legjislacioni mbi krimin kibernetik

Shqipëria ka ratifikuar prej vitit 2002, "Konventën për Krimin në Fushën e Kibernetikës". Konventa aktuale është e nevojshme për të frenuar veprimet e drejtuara kundër konfidencialitetit, integritetit dhe disponueshmërisë të sistemeve kompjuterike, rrjeteve dhe të dhënave kompjuterike, sikurse dhe keqpërdorimit të këtyre sistemeve, rrjeteve dhe të dhënave, nëpërmjet sigurimit që kjo veprimtari e tillë të kriminalizohet, sikurse përshkruhet në këtë Konventë, dhe nëpërmjet krijimit të forcave të mjaftueshme për luftimin efektiv të këtyre veprave kriminale, duke lehtësuar zbulimin, hetimin dhe ndjekjen penale të këtyre veprave penale në të dyja nivelet kombëtare dhe ndërkombëtare dhe duke siguruar marrëveshjet për bashkëpunim ndërkombëtar të shpejtë dhe të besueshëm.

Ofruesit privatë të shërbimeve tregtare gjithashtu mirëmbajnë bazat e të dhënave të patentave që mund të konsultohen për një tarifë dhe përfshijnë funksione të kërkimit dhe analizës së sofistikuar. Ato përfshijnë Derwent Innovation, Questel Orbit, PatBase, TotalPatentOne, Ambercite, PatSeer, PatSnap, WIPS Global dhe East Linden. Start-up-et mund të marrin akses në këto baza të dhënash pa pagesë ose me një tarifë të reduktuar në shtetet që kualifikohen sipas programit të WIPO-s Akses në Informacionin e Specializuar të Patentave (ASPI).<sup>3</sup> Disa mund të përfitojnë nga zyrat kombëtare të patentave që ofrojnë shërbime të caktuara kërkimi dhe konsultimi falas ose përkundrejt një tarife të vogël. Së fundmi, start-up-et në shtete të caktuara mund të përdorin shërbimet e ofruara nga Qendrat e Mbështetjes së Teknologjisë dhe Inovacionit të WIPO-s (TISC, [www.wipo.int/tisc](http://www.wipo.int/tisc)).

Konsultimi i informacionit të përfshirë në bazat e të dhënave të patentave i ndihmon start-up-et të:

- Shmangin dyfishimin e përpjekjeve të tyre kërkimore dhe zhvillimore.
- Vlerësojnë potencialin e një shpikjeje për t'u kualifikuar për një patentë.
- Shmangin shkeljen e patentave të palëve të treta.
- Vlerësojnë konkurrencën dhe vlerën unike të shpikjeve të tyre.
- Shfrytëzojnë teknologjitë e përshkruara në aplikimet për patentë që nuk janë dhënë, dhe të

## **Ide sipërmarrëse**

## **Të mbrosh inovacionin tënd**

patentave që nuk janë të vlefshme në shtete të caktuara ose nuk janë më në fuqi.

- Mbledhin inteligjencë mbi aktivitetet inovatore dhe drejtimin e ardhshëm të konkurrentëve të biznesit.
- Përmirësojnë planifikimin e vendimeve të biznesit në lidhje me licencimin, partneritetet teknologjike dhe bashkimet dhe blerjet.

## Ledi Dervishi



Ledi Dervishi, falë eksperiencës personale dhe punës së palodhur ka krijuar brandin Skinnovis, duke fokusuar të gjithë vëmëndjen e saj në produktet organike.

Misioni I kësaj marke, është ndjekja e mirëqenies, e dizenuar nga natyra dhe e mbështetur nga shkenca.

Pas çdo produkti, qëndron përkushtimi dhe pasioni që Ledi ka dhënë për të krijuar Skinnovis dhe për ta sjellë këtë linjë të re në treg.

Si një brand i ri, mbrojtja e markës ka qenë një hap shumë I rëndësishëm për t'a bërë Skinnovis unike në treg dhe për të realizuar dëshirën të jetë lehtësisht e identifikueshme dhe njohur në Shqipëri por edhe ndërkombëtarisht.

Brandi i ri shqiptar me produkte organike “Skin Novis” u jep fund problemeve të lëkurës dhe flokëve.

Gjatë ceremonisë inauguruese të kësaj marke, e cila tashmë është dhe në vendin tonë, themeluesja Ledia Dervishi tregon jo vetëm formulën e tij revolucionare me përbërës aktivë e të çmuar, por edhe arsyet e krijimit të saj.

“Skin Novis” lindi për shkak të eksperiencës personale të Ledia Dervishi. "Unë kam një lëkurë problematike, - tha ajo. Për vite të tëra s'kam mundur që të gjej zgjidhje në treg".

Eksperienca e gjerë e saj në industri të tjera, e ka ndihmuar që ta konkretizojë produktin Skinnovis”.

Linja e re organike dhe ekologjike vjen përmes 4 produkteve speciale. Reparando për lëkurën, Solidum për të parandaluar rënien dhe për të nxitur daljen e flokëve të rinj te meshkujt dhe femrat, Meridim për të hidratuar dhe tonifikuar fytyrën dhe sapuni organik për lëkurat e yndyrshme.

## Ide sipërmarrëse

## Të mbrosh inovacionin tënd

Prandaj, të gjitha produktet e “SkinNovis” pritet të bëjnë ndryshimet e dëshiruara në rutinën e bukurisë suaj.

“Skin Novis lanohet me katër produkte edhe me një që pritet të dalë së shpejti, ku duhet theksuar risia që do të sjellë produkti reparando edhe sprain solidum, kundër rënies së flokëve.

Të katërt produktet janë për të gjitha grup moshat dhe për të gjitha gjinitë”, shprehet ajo. Risia e këtij brandi është se formula Revolucionare e Reparando - Regenerating Cream, është ideale për të gjitha llojet e lëkurave dhe ofron lëkurës rigjenerim përmes stimulimit të kolagjenit, duke luftuar rrudhat, si edhe shërben edhe si primer bazë për kremin pudër.

“Reparando është një krem që ka shumë funksione në një, gjeneron dhe stimulon kolagjenin, po ashtu e lufton plakjen dhe shërben edhe si primer bazë për kremin pudër.



Pra të gjitha këto produkte janë të unifikuara në një të vetëm”, pohon krijuesja Dervishi. Produktet e SkinNovis janë të krijuar me përbërës të certifikuar organik. /abcnews.al/

Për informacionet me të fundit klikoni:

Web: <http://abcnews.al/>

Facebook: <https://www.facebook.com/abcnews.al/>

Instagram:

<https://instagram.com/abcnewsal>

Kanali:youtube:<https://www.youtube.com/user/abcalbanian> #abcnews #abcnewsalbania

### Përdorimi i të dhënave të patentave dhe analiza e peizazhit

"Hartëzimi i patentave" ose "analiza e peizazhit të patentave" i referohet kërkimit dhe analizës sistematike të patentave ekzistuese në një hapësirë të caktuar teknologjike. Një hartë përshkruan peizazhin në një zonë teknologjike, llojet e zgjidhjeve teknike që mund të jenë të disponueshme dhe lojtarët kryesorë dhe në zhvillim në atë hapësirë. Ai bazohet në një kërkim modern duke përdorur terma kërkimi dhe fjalë kyçe, simbole të klasifikimit të patentave të nxjerra nga Klasifikimi Ndërkombëtar i Patentave (IPC) ose Klasifikimi i Patentave Bashkëpunuese (CPC), dhe një seri operatorësh kërkimi që përmirësojnë objektivin e synuar. Procesi është përsëritës. Pasi të jetë finalizuar grupi i të dhënave përkatëse, fusha të ndryshme të patentave mund të analizohen dhe vizualizohen, duke ofruar inteligjencë vendimtare konkurruese, sasiore dhe cilësore për start-up-et, institucionet kërkimore dhe shumëkombëshe. Lloji i informacionit që do të analizohet dhe paraqitet, apo edhe i ndërlidhur, ndryshon në bazë të objektivit të çdo ushtrimi të peizazhit (shih Figurën 8).<sup>5</sup>

Analiza e patentave mund të sigurojë një gamë të gjerë informacioni, duke përfshirë

- Tendencat e teknologjisë në hapësirat e synuara të teknologjisë. Në botën tonë që ecën me ritme të shpejta, disa teknologji bëhen shpejt të parëndësishme ndërsa të tjera zgjerohen duke shpërthyer në mënyrën e inteligjencës artificiale, të nxitura nga rritja e aftësisë së disponueshmërisë së grupeve të mëdha të të dhënave. Nëse shoqëritë mund të identifikojnë se ku ndodhet një teknologji në teknologjinë S Curve<sup>6</sup> dhe se ku teknologjitë e synuara po evoluojnë, ata mund të strukturojnë strategjitë e tyre të hedhjes në treg dhe të fokusojnë kërkimin dhe zhvillimin e tyre. Një informacion i tillë ndihmon gjithashtu shoqëritë të identifikojnë majat në aktivitetin e patentimit, zonat e populluara që mund ta bëjnë të vështirë hyrjen në tregje ("Oqeani i Kuq") dhe zonat me aktivitet të ulët patentimi ("Oqeani Blu") ku konkurrenca mund të jetë më pak intensive. Start-up-et ka të ngjarë të gjejnë disa nga mundësitë më premtuese në zona relativisht të paeksploruara të njohura si "hapësira të bardha" Disa lloje analizash dhe shërbimesh fokusohen në identifikimin e tyre
- Lojtarët aktivë në fushë. Analiza e të dhënave të patentave mund të ndihmojë në identifikimin e liderëve dhe të sapoardhurve në një zonë, si dhe partnerëve dhe konkurrentëve të mundshëm, dhe të zbulojë mënyrën se si aktiviteti i tyre i patentimit ka evoluuar me kalimin e kohës. Mund të nxjerrë në pah lidhjet e shpikësve të rëndësishëm, ndoshta lidhjet e tyre me subjekte të ndryshme, si dhe bashkëpunimet, të cilat zakonisht shfaqen si aplikime të bëra së bashku për patentë. Ky informacion tregon se ku po ndodhin bashkëpunimet midis lojtarëve të industrisë, akademisë dhe start-up-eve dhe shpërbërjeve. Përveç kësaj, informacioni i shpikësit mund të sigurojë njohuri mbi lidhjet e sëshkuarës dhe

të tashmes, si dhe kërkime dhe bashkëpunim të përbashkët.

### Figura 8. Hartat e konceptit hapësinor

Raportet e peizazhit të patentave mund të përfshijnë harta konceptesh hapësinore. Këto vizualizojnë shpeshhtësinë dhe përqendrimin e termave të caktuara në dokumentet e patentave të identifikuar (bashkësia e të dhënave). Zonat me interes të lartë vizualizohen si zona të ngritura ose "maja" dhe mund të jenë të ngopura. Zonat që kanë më pak aktivitet qëndrojnë midis majave: këto "hapësira të bardha" janë me interes të veçantë për start-up-et që po përipien të hyjnë në një treg. Disa shoqëri ofrojnë variante të hartave të konceptit hapësinor. Ato përfshijnë Themescape të Derwent Innovation, PatSnap Landscape dhe hartën e konceptit Orbit. Një shembull është paraqitur në foton më poshtë. Disa mjete për nxjerrjen e tekstit, të tilla si Vantage Point, dhe disa mjete me burim të hapur, si Python ose R, ofrojnë forma të ngjashme analize.



Burimi: PatSnap ([www.patsnap.com](http://www.patsnap.com)).

### Baza e të dhënave të markave tregtare dhe disenjës

Përpara se një start-up të investojë kohë dhe burime dhe të lidhet shumë me një markë tregtare ëndërrash që kap gjithçka që start-up-i beson për produktin e tij, është e rëndësishme të bëni atë që quhet kërkimi zhdoganues i markës tregtare. Kjo siguron që një markë tregtare identike ose shumë e ngjashme nuk është tashmë e regjistruar ose e përdorur nga dikush tjetër për produkte të njëjta ose të ngjashme. Një start-up mund të fillojë duke bërë njëkërkim të thjeshtë në internet, duke përdorur



një motor kërkimi për të kontrolluar nëse emri që ka në mendje është tashmë në përdorim. Një kërkim i mëtejshëm mund të ndërmerret në bazat e të dhënave të markave tregtare të zyrave kombëtare dhe rajonale të markave tregtare, si dhe në Bazën e të Dhënave të Markave Globale të WIPO-s.<sup>7</sup> Këshillohet të merrni ndihmën e një agjenti të markës tregtare. Për disenjot industriale, në mënyrë të ngjashme, është e rëndësishme të kontrollohet nëse një diseno identike ose shumë e ngjashme është regjistruar. Baza e të dhënave Globale të Disenjot, e mirëmbajtur nga WIPO, është një burim i dobishëm për këtë qëllim.<sup>8</sup>

### **E drejta e autorit**

Është më e vështirë të kontrollosh për vepra me të drejtë autori, sepse jo të gjitha shtetet kanë regjistra të të drejtave të autorit dhe regjistrimi i një "vepre" është vullnetar. Gjithsesi, mund të kryhen kërkime në internet, duke u fokusuar në idetë e biznesit për të cilat një vepër me të drejtë autori mund të jetë e rëndësishme dhe konkurruese ndaj bizneseve, duke identifikuar detyrimet dhe mundësitë e mundshme të lidhura me PI-në. Siç u përmend më herët, e drejta e autorit mbron mënyrën se si shprehet një ide, jo vetë idenë. Si rezultat, idea ka shumë gjasa të prodhojë vepra origjinale të pavarura që "sjellin risi përreth" veprave të mbrojtura nga e drejta e autorit. Për shembull, për shkak se kodi për softuerë mund të arrijë të njëjtin rezultat në shumë mënyra të ndryshme, është e mundur të shqiptohet kodi i ri pa cenuar të drejtat e palëve të treta. Gjithashtu, ndonjëherë është e mundur të merret një licencë për të zhvilluar një ide rreth një pune ekzistuese. Një avantazh konkurrues ka të ngjarë të shfaqet nëse vepra e re është më e lehtë për t'u përdorur, është më praktike ose tërheqëse, ose shpërndahe në mënyrë më efektive në treg.

## Shënime

[www.wipo.int/directory/en/urls.jsp](http://www.wipo.int/directory/en/urls.jsp).

[www.wipo.int/patentscope](http://www.wipo.int/patentscope).

[www.wipo.int/aspi](http://www.wipo.int/aspi).

Për informacion mbi identifikimin dhe përdorimin e informacionit në domenin publik, shih WIPO (2020). Identifikimi i shpikjeve në domenin publik – Një Udhëzues për shpikësit dhe sipërmarrësit. [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_1062.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_1062.pdf). Shih gjithashtu, WIPO.

Përdorimi i shpikjeve në Domenin publik– Një udhëzues për shpikësit dhe sipërmarrësit. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_1063.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_1063.pdf).

Shih WIPO. PATENTSCOPE. “Raportet e peizazhit të Patentave.”

[www.wipo.int/patentscope/en/programs/patent\\_patents](http://www.wipo.int/patentscope/en/programs/patent_patents).

Një teknologji e Kurbës S është përfaqësimi grafik i ciklit jetësor të një teknologjie të veçantë që përshkruan urgjencën, rritjen, maturimin dhe ngopjen.

Shih WIPO. Baza e të Dhënave Globale të Markave. [www.wipo.int/reference/en/branddb](http://www.wipo.int/reference/en/branddb).

Shih WIPO. Baza e të dhënave të Globale të Disenjosh. [www.wipo.int/reference/en/designdb](http://www.wipo.int/reference/en/designdb).

9 Shih ICANN. Kërkuesi i të Dhënave të Domenit Emrit Regjistrimit <https://lookup.icann.org/lookup>

## Emrat e domeneve

Siç u përmend më herët, start-up-et duhet të kontrollojnë nëse emri i domenit preferuar prej tyre është i disponueshëm.<sup>9</sup> Nëse nga ky kërkim rezulton se emri i domenit nuk është i lirë, start-up-i duhet të zgjedhë një emër domeni alternativ ose mund të zgjedhë të blejë emrin e dëshiruar të domenit kur ky emër është për rishitje. Kompanitë gjithashtu mund të modifikojnë emrin e tyre të preferuar të domenit, ose të përpiqen ta regjistrojnë atë nën gTLD të tjera, duke përfshirë gTLD-të e reja, “të cilat ka të ngjarë të jenë më të disponueshme, si edhe ccTLDs. duke përfshirë gTLD-të e reja, të cilat ka të ngjarë të jenë më të disponueshme, si dhe ccTLD-të.

(Për më shumë mbi emrat e domeneve, shihni seksionin Të dallosh produktin tënd në treg.)

## **Auditimi i PI-së**

Një auditim PI-je<sup>1</sup> është një rishikim sistematik i PI-së që një biznes zotëron, përdor ose ka blerë. Auditimi kryhet për të vlerësuar dhe menaxhuar rrezikun, për të korrigjuar problemet dhe për të zbatuar praktikatat më të mira në menaxhimin e asetëve të PI-së. Bazuar në një rishikim gjithëpërfshirës të asetëve të PI-së të shoqërisë, marrëveshjeve të lidhura, politikave përkatëse dhe procedurave të pajtueshmërisë, auditimi e ndihmon një shoqëri:

- të kryejë inventarin ose përditësimin e asetëve të tij të PI-së;
- të analizojë mënyrën e përdorimit dhe mospërdorimit të këtyre asetëve;
- të konfirmojë nëse biznesi ose të tjerë zotërojnë asetet e PI-së që ai përdor; dhe
- të përcaktojë nëse përdorimi i asetëve të PI-së të kompanisë cenon të drejtat e të tjerëve dhe nëse të tjerët janë duke shkelur të drejtat e PI-së të shoqërisë.

Një listë kontrolli e thjeshtuar për auditimin e PI-së është dhënë në Tabelën 2. Shoqëria mund ta përdorë këtë informacion për të përcaktuar se çfarë veprimesh duhet të ndërmerret në lidhje me çdo aset të PI-së për të arritur qëllimet e saj të biznesit.<sup>2</sup>

Për një shoqëri, auditimet e PI-së mund të jenë të dobishme si një procedurë e përgjithshme mirëmbajtjeje dhe për të arritur një qëllim shumë specifik kur i duhet të kuptojë statusin e asetëve të saj të PI-së. Për shembull, një start-up që ka zhvilluar një produkt ose shërbim novator, që mund ose nuk mund ta ketë transformuar në një aset PI, do të dojë të kuptojë opsionet. Një auditim do ta ndihmojë start-up-in të përcaktojë mënyrën se si një aset i tij PI do të mund të mbështesë strategjinë e tij të biznesit, të vlerësojë fuqinë e tij konkurruese dhe të menaxhojë rreziqet. Auditimet gjithashtu ndihmojnë start-up-et që të jenë gati për investitorët të cilët duan të kenë një pasqyrë të qartë të situatës së PI-së të një start-up-i. Për arsye të ngjashme, një auditim do të jetë i dobishëm dhe kur blihet një start-up ("faza e daljes").

Për më tepër, auditimet zbulojnë asete që nuk ndikojnë drejtpërdrejt në aktivitetet kryesore të biznesit dhe mund të licencohen ose shiten për të krijuar fluks alternativ të ardhurash; dhe mund të identifikojnë asete të tepërta që krijojnë kosto të panevojshme mirëmbajtjeje dhe që nevojitet të hiqen nga portofoli.

Hapi i parë në një auditim PI-je është identifikimi i asetëve të PI-së të start-up-it. Kjo nënkupton identifikimin e të gjitha asetëve intelektuale të start-up-it dhe dallimin e atyre asetëve që mund të

kualifikohen për t'u mbrojtur si PI. Si një nënkategori e asetëve intelektuale, PI-ja mund të dallohet nga asetet e tjera intelektuale, sepse PI-të janë të përcaktuara me ligj dhe prej tyrerrjedhintë drejta.

Si fillim, në një proces të brendshëm, start-up-i monitoron se çfarë bën ndryshe nga konkurrentët e tij, gjë që i jep start-up-it një avantazh konkurrues. Për shembull, a ka start-up-i procedura operacionale të mirëpërcaktuara për menaxhimin e projektit, njohuri dhe përvojë në ruajtjen e kimikateve reaktive apo një sistem menaxhimi të marrëdhënieve me klientët së brendshmi (CRM)? A përfaqëson njohuria e punonjësve një aset të rëndësishëm intelektual të shoqërisë? Vlerësimi i njohurive praktike (know-how) të punonjësve mund të jetë i vështirë. Një metodë është gjurmimi i përshkrimeve të punës së punonjësve përkundrejt kërkesave të pozicioneve të tyre për të përcaktuar vlerën që çdo punonjës shton. Ky ushtrim duhet të plotësohet duke mbajtur shënim procedurat (regjistra laboratorikë, përmbledhje të zhvillimit të projekteve, dokumente kërkimore, etj.) që do të lejojnë shoqërinë të kapë dhe përvetësojë asetet e saj intelektuale.

**Tabela 2. Një listë kontrolli e thjeshtuar e çështjeve që duhet të merren parasysh në një auditim të PI-së**

1. **Çfarë asetesh potenciale të pronësisë intelektuale ekzistojnë?**
  - Shenja, emra, etiketa që përdoren për të identifikuar produktet ose shërbimet.
  - Ide inovative, mënyra të reja për të bërë gjëra, zgjidhje teknike.
  - Shkrime krijuese, softuere, xhingla reklamuese, videoklipe etj.
  - Ambalazhe tërheqëse, diseno, forma të veçanta etj.
  - Informacioni i brendshëm i biznesit, si: raportet; analizat e të dhënave; informacioni i marketingut; informacione për prodhimin; njohuri praktike (know-how) dhe njohuri praktike negative; lista të klientëve dhe informacioni i klientit; manuallet e funksionimit dhe projektimit; dizajne, vizatime, diagrame dhe vepra arti; ide dhe plane; formula dhe llogaritjet prototipe; fletore laboratorike dhe eksperimente; informacion mbi shitësin dhe furnitorin; informacion për R&D; të dhënat e kostos, çmimit, fitimit, humbjes dhe marzheve; parashikimet dhe planet; materiale reklamuese; informacion financiar; buxhete dhe parashikime; softuer dhe kodi burimor.
2. **A mund të mbrohen këto pasuri PI si sekrete tregtare, patenta, marka tregtare, emra domenesh, diseno ose të drejta autori?**
3. **A ka ndonjë çështje problematike në lidhje me pronësinë?**
  - A janë zhvilluar idetë nga themeluesit e shoqërisë, punonjësit gjatë kohës së tyre të punës, apo nga kontraktorët, shitësit ose klientët?
4. **A ka marrëveshje përkatëse që përcaktojnë rëndësinë e tyre për PI-në?**
  - A parashikojnë caktimin/dhënien e të drejtave?
5. **Në rastet kurnë marrëveshjet e nënshkruara nuk mbulohet caktimi/dhënia e të drejtave, a janë ndërmarrë hapa për t'i transferuar apo licencuar të drejtat shoqërisë?**
6. **A ka çështje problematike shkeljeje?**
  - A është shoqëri duke shkelur të drejtat e një pale të tretë?
  - A janë palët e treta duke shkelur të drejtat e shoqërisë?
7. **Në rastet kur nuk ndodhin çështje problematike të lidhura me pronësinë ose shkelje:**
  - A janë ndërmarrë hapa për të paraqitur aplikime të përshtatshme për markat tregtare, emrat e domeneve, patentat dhe disenjot?
  - Amirëmbahen këto aplikacione apo asete duke paguar në kohë tarifat e kërkuara

të mirëmbajtjes?

---

8. **A janë bërë aplikime në të gjitha shtetet e synuara?**
  
9. **A janë ndërmarrë hapa për të ruajtur sekretin e informacionit konkurrues të biznesit duke:**
  - marrë masa mbrojtëse; limituar aksesin në informacion;
  - nënshkruar marrëveshje konfidencialiteti me punonjësit dhe palët e treta të cilat mund t'u vihen në dijeni gjatëmbarrëvajtjes së punës;
  - nënshkruar marrëveshje jo konkurruese me punonjësit që largohen; komunikuar politikatë brendshme për të parandaluar zbulimin e paqëllimshëm?
10. **Si i shtojnë vlerë asetet e PI-së qëllimeve strategjike të biznesit të shoqërisë?**
  - A përdoren të gjitha asetet e PI-sënë biznesin kryesor të shoqërisë?
  - A mund t'u jepet të tjerëve e drejta për t'i përdorur këto asete të PI-së?
  - A duhetdisa asete PI të hiqen, dhurohen apo përdoren në mënyra të tjera?

---

  - A mundasetet PI të përdoren për të tërhequr investitorë, partnerë dhe bashkëpunëtorë?

Shënim: Për më shumë informacion, shih Helpdesk për IPR SME në Azinë Juglindore. Lista e kontrollit të auditimit të PI-së.

[www.southeastasiaiprhelpdesk.eu/sites/default/files/publications/EN\\_Audit.pdf](http://www.southeastasiaiprhelpdesk.eu/sites/default/files/publications/EN_Audit.pdf).

Shih gjithashtu, Alan R. Singleton. IP Audit Checklist (Singleton Law Firm,

P.C).<https://nebula.wsimg.com/d88b0ffd498cd797d780f38d40a0a316?AccessKeyId=5320B1B257AADAEA6A76&disposition=0&alloworigin=1>.

Me identifikimin e aseteve që janë PI ose PI potenciale, auditimi përcakton statusin e tyre. Cili, nëse ka, nga asetet e PI-së shoqëria i zotëron dhe ai mbeten të drejta të vlefshme? Aty ku të drejtat e PI-së nuk janë zotëruara, a janë ndërmarrë hapa për të fituar pronësinë ose për të fituar të drejtat e përdorimit nëpërmjet një marrëveshjeje licencimi?

Informacioni i mbledhur përmes këtij ushtrimi do të ndihmojë start-up-in të evidentojë mangësitë në proceset e brendshme, të përcaktojë se si kostot mund të menaxhohen më mirë, të qartësojë shkallën e ekspozimit ndaj shkeljeve dhe të identifikojë mundësitë për bashkëpunim.

Shumë start-up-e të bazuara në PI bëjnë gabimin e mosmbajtjes së portofolit të tyre PI-të përditësuar. Si rezultat, start-up-et mund të humbasin avantazhin fillestar konkurrues që fituan përmes të drejtave të tyre të PI-së. Imagjinoni sikur një produkt i parë mbrohet nga një patentë. Produkti është i suksesshëm. Start-up-i vazhdon të rinovojë dhe lançojë disa gjenerata të produktit me funksione të rëndësishme shtesë. Megjithatë, ai nuk arrin të sigurojë mbrojtjen e PI-së për përmirësimet që bën, duke u mbështetur vetëm në patentën origjinale. Si rezultat, produktet më të reja të shoqërisë bëhen të cenueshme ndaj kopjimit, duke u mundësuar konkurrentëve të sfidojnë avantazhin e tregut të start-up-it.

Strategjitë e menaxhimit të PI-së së një start-up-i duhet të zhvillohen në përputhje me strategjitë e tij të inovacionit. Një start-up duhet të kryejë periodikisht një auditim të PI-së për të përcaktuar statusin e aseteve të tij të PI-së dhe për t'u siguruar që mbrojtja e tyre e PI-së është e përshtatshme edhe e përditësuar.

## **Shënime**

- 1 Për kryerjen e një vetëvlerësimi të PI-së, shih WIPO. Diagnostikimi i PI-së. [www.wipo.int/ipdiagnostic](http://www.wipo.int/ipdiagnostic).
- 2 Shih WIPO. Auditimi i PI-së, Moduli 10.
- 3 [www.wipo.int/ex-port/sites/www/sme/en/documents/pdf/ip\\_pan-orama\\_10\\_learning\\_points.pdf](http://www.wipo.int/ex-port/sites/www/sme/en/documents/pdf/ip_pan-orama_10_learning_points.pdf).



## **Aneksi 1: Ofruesit e shërbimeve**

Për shkak se ka burime të kufizuara, një start-up shpesh nuk është në gjendje të angazhojë ofrues të jashtëm të kualifikuar të shërbimeve. Shumica e start-up-eve ose nuk janë në dijeni se kanë nevojë për ndihmë nga jashtë ose nuk mund ta përballojnë atë. Themeluesit priren të hedhin poshtë nevojën ose të përpiqen të mbushin vetë boshllëqet. Në veçanti, start-up-et nuk tentojnë të marrin mbështetjen për të cilën kanë nevojë në dy fusha kryesore: këshillim ligjor dhe mbështetje PI. Megjithëse fatkeqësisht nuk ka zgjidhje të lehtë për këtë problem, një start-up që e di se kur është koha për të kërkuar ndihmë ka më shumë gjasa të gjejë zgjidhje të përkohshme.

Themeluesit duhet të hulumtojnë disponueshmërinë e programeve lokale të përshpejtuesve ose të inkubacionit, të kërkojnë këshilla nga zyrat e tyre të transferimit të teknologjisë (TTO) nëse janë nga një mjedis akademik dhe të kërkojnë ofrues të tjerë që mund të ofrojnë shërbime mbështetëse bazë pa pagesë ose me një çmim të përballueshëm. Start-up-et që janë në fazën e mbledhjes së fondeve duhet të përfshijnë linja buxhetore për punësimin e ofruesve të shërbimeve të jashtme, si dhe koston e tarifave të rinovimit dhe mirëmbajtjes së PI-së. Shumica e fondeve të kapitalit sipërmarrës nuk do tënxisin shpenzime të tilla, sepse ato ka të ngjarë të realizojnë vlerën thelbësore të këshillës kompetente.

Start-up-et mund të kenë nevojë për këshilla në hartimin e një aplikimi për patentë, hartimin e dokumenteve të themelimit ligjor, ose thjesht gjenerimin e një modeli të qëndrueshëm biznesi. Disa organizata mbështesin sipërmarrësit në fazat e hershme, edhe pse ato nuk gjenden kudo.

### **Përshpejtuesit**

Në mënyrë tipike, përshpejtuesit janë organizata fitimprurëse që ndihmojnë start-up-et të "përshpejtojnë" rritjen e biznesit të tyre. Përshpejtuesit ofrojnë mentorim, ngritje kapacitetesh dhe në raste të caktuara investime kapitale në këmbim të një pjese të vogël të kapitalit. Përshpejtuesit kryesorë janë shumë përzgjedhës dhe aplikantët i nënshtrohen një procesi rigoroz aplikimi. Qëllimi i një përshpejtuesi është të përgatisë start-up-in për të marrë financim të kapitalit sipërmarrës. Në ekonomitë në zhvillim, përshpejtuesit e universiteteve ose të parqeve teknologjike po hyjnë në rolin e përshpejtuesve; disa kanë një fokus sektorial, në shkencat e jetës, teknologjitë e gjelbra, etj. Një përshpejtues i mirë do të ofrojë gjithashtu mentorë ose staf "me ekspertizë të industrisë specifike, ligjore ose PI-së", të cilët mund të ndihmojnë një start-up për të negociuar sfidat e ndryshme të përshkruara më sipër. Disa përshpejtues kanë zyra në shtete të ndryshme dhe mund të ofrojnë një platformë uljeje për start-up-et premtuese që dëshirojnë të hyjnë në tregjet ndërkombëtare.

**Inkubatorët**

Inkubatorët zakonisht sponsorizohen nga një universitet, fond ose shoqëri me kapital sipërmarrës. Ato nuk drejtohen nga fitimi edhe pse disa mund të kërkojnë opsionin (një të drejtë të ardhshme) për të blerë kapitalin neto në start-up. Shumica e inkubatorëve do të pranojnë start-up-et në një fazë shumë të hershme, madje edhe para se të ekzistojnë ligjërisht, duke i lejuar themeluesit të eksplorojnë idenë e tyre të biznesit dhe të diplomohen nga qendra e inkubacionit, me një strategji dhe model biznesi të shëndoshë. Një inkubator i mirë, si një përshpejtues i mirë, do të ofrojë (disa) mentorime për të ndihmuar në dhënien formë të modelit të biznesit, adresuar PI-të dhe çështje të tjera ligjore dhe ofruar informacion mbi tema që themeluesit i konsiderojnë të dobishme.

**Zyrat e Menaxhimit të Teknologjisë (TMO-të)**

Gjithashtu njihen si zyra të transferimit të teknologjisë ose zyra të menaxhimit të njohurive, këto në përgjithësi operojnë në një universitet ose një qendër kërkimore. Modelet e TMO-s ndryshojnë shumë nga shteti në shteti. Sidoqoftë, qëllimi i tyre kryesor është transferimi i PI-së (zakonisht ipatentave të gjeneruara në universitet) në industri përmes licencimit dhe gjenerimit të të ardhurave për universitetin.

Në teori, një TMO do të menaxhojë gjithashtu transferimin e PI-së në një biznes të ri (start-up) ose në një shoqëri të zhvilluar nga një kërkim universitar (spinout), por, edhe këtu, metodologjitë dhe objektivat e TMO-ve ndryshojnë shumë. Misioni i disa TMO-ve është të nxisë sipërmarrjen akademike dhe të përmbushë rolin e një inkubatori ose përshpejtuesi në mënyrë efektive. TMO-të tjera kërkojnë të nxjerrin vlerën më të mirë nga portofolet e tyre PI dhe të mund të mos ofrojnë kushte ose privilegje të veçanta për shoqëritë e tyre të zhvilluar nga një kërkim universitar (spinout). Në përgjithësi, stafi i TMO-së zakonisht ka ekspertizë në çështjet e lidhura me PI-në dhe TMO mund të jetë i gatshëm të menaxhojë paraqitjen e patentave dhe kostove të saj për një start-up, ndonjëherë në këmbim të një pjese të vogël të kapitalit, një opsion për të blerë kapital ose me kusht që start-up-i të paguajë kostot e patentave kur start-up-i të fillojë të gjenerojë të ardhura. Qeveria, OJQ-të dhe programet e mbështetjes ndërkombëtare

Shumica e qeverive ofrojnë programe interesante mbështetëse për të nxitur sipërmarrjen dhe inovacionin.

Disa ofrojnë një kapital të vogël të parë institucional për të mundësuar lançimin e start-up-eve. Disa qeveri ofrojnë grante, me kushte të caktuara, për të mbuluar kostot e marrjes së patentave. Shumica e zyrave kombëtare të patentave përfshijnë një helpdesk për të shpjeguar rrugët e disponueshme për

## **Ide sipërmarrëse**

## **Të mbrosh inovacionin tënd**

mbrojtjen e PI-së dhe procesin e aplikimit. Disa fondacione ndërkombëtare ofrojnë shërbime inkubacioni dhe përshpejtimi në teknologji të ndryshme ose sektorë të tregut që u interesojnë. Së fundmi, shumë organizata ndërkombëtare ofrojnë informacion pa kosto, akses në një rrjet ekspertësh të kualifikuar, akses në bazat e të dhënave të dobishme dhe informacion mbi praktikat e mira ndërkombëtare (shih Aneksin 2: Burimet).

## **Aneks 2: Burimet**

WIPO(2006).*Shprehja krijuese: Një hyrje në të drejtat e autorit dhe të drejtat e ngjashme për ndërmarrjet e vogla dhe të mesme. Pronësia Intelektuale për Biznesin* Seria nr. 4. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/sme/918/wipo\\_pub\\_918.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/sme/918/wipo_pub_918.pdf)

WIPO(2015)*Licencimi i suksesshëm i teknologjisë*.[https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/licensing/903/wipo\\_pub\\_903.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/licensing/903/wipo_pub_903.pdf)

WIPO (2017).*Krijimi i një Marke-Një Hyrje në markat tregtare për ndërmarrjet e vogla dhe të mesme. Pronësia Intelektuale për Biznesin* Seria nr.1.[www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_900\\_1.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_900_1.pdf)

WIPO (2018) *Të kapësh mundësitë për të krijuar të ardhmen - një Hyrje në Patentat për Ndërmarrjet e Vogla dhe të Mesme. Pronësia Intelektuale për Biznesin* Seria nr.3.[www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_917\\_1.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_917_1.pdf)

WIPO (2019). *Në Shoqëri të Mirë: Menaxhimi i Çështjeve të Pronësisë Intelektuale në Franshizë*.Pronësia Intelektuale për Biznesin Seria nr.

5.[https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/sme/1035/wipo\\_pub\\_1035.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/sme/1035/wipo_pub_1035.pdf)

WIPO (2019). *Të jesh vizualisht tërheqës: Një hyrje në disenjot industriale për ndërmarrjet e vogla dhe të mesme. Pronësia Intelektuale për Biznesin* Seria nr.2.[www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_498\\_1.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_498_1.pdf)

WIPO (2020). *Identifikimi i shpikjeve në domenin publik - një Udhëzues për shpikësit dhe sipërmarrësit*.[www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_1062.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_1062.pdf)

WIPO(2020).*Përdorimi i shpikjeve në domenin publik - Një udhëzues për shpikësit dhe sipërmarrësit*.[www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_1063.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_1063.pdf)

Akademia WIPO. Programi i mësimi në distancë. [www.wipo.int/academy/en](http://www.wipo.int/academy/en)

Baza e të dhënave Globale të Markave WIPO. [www.wipo.int/reference/en/branddb](http://www.wipo.int/reference/en/branddb)

Baza e të dhënave të Disenjot Globale të WIPO. [www.wipo.int/reference/en/designdb](http://www.wipo.int/reference/en/designdb)

Lista e kontrollit të Licencimit të Gjellbër të WIPO-së. [www.wipo.int/wipogreen/en/network/index.html#licensing](http://www.wipo.int/wipogreen/en/network/index.html#licensing)

Programi i Ndihmës për Shpikësit WIPO (IAP). [www.wipo.int/iap](http://www.wipo.int/iap)

Diagnostikimi i PI-së i WIPO. [www.wipo.int/ip-diagnostic/](http://www.wipo.int/ip-diagnostic/)

PI-ja për Biznesin Faqja e internetit e WIPO-s. [www.wipo.int/sme/en](http://www.wipo.int/sme/en)

WIPO IP PANORAMA. [www.wipo.int/sme/en/multimedia](http://www.wipo.int/sme/en/multimedia)

Kërkimi i bazës së të dhënave të WIPO Lex. <https://wipolex.wipo.int/en/main/legislation>

Raportet e Peizazhit të Patentës

WIPO. [www.wipo.int/patentscope/en/programs/patent\\_landscapes](http://www.wipo.int/patentscope/en/programs/patent_landscapes)

Baza e të dhënave të WIPOPATENTSCOPE. [www.wipo.int/patent\\_scope](http://www.wipo.int/patent_scope)

Qendrat e Mbështetjes së Teknologjisë dhe Inovacionit të WIPO-s (TISC-të). [www.wipo.int/tisc](http://www.wipo.int/tisc)

Universitetet e WIPO-s dhe Pronësisë Intelektuale. [www.wipo.int/about-ip/en/universities\\_research](http://www.wipo.int/about-ip/en/universities_research)  
Faqja e internetit e WIPO-s. [www.wipo.int](http://www.wipo.int)

WIPO dhe Dhoma Ndërkombëtare e Tregtisë (2012). Vënia e pronësisë intelektuale në funksionon të biznesit - Një manual për Dhomat e Tregtisë dhe Shoqatat e biznesit për ngritjen e shërbimeve të Pronësisë Intelektuale.  
[www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=295&plang=EN](http://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=295&plang=EN)

WIPO dhe Qendra Ndërkombëtare e Tregtisë (2003). Marketingu i Zanateve dhe Arteve pamore: Roli i pronësisë intelektuale.  
[www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=281&plang=EN](http://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=281&plang=EN)

WIPO(2003).Sekretet e pronësisë intelektuale: Një udhëzues për eksportuesit e vegjël dhe të mesëm.  
[www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=294&plang=EN](http://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=294&plang=EN)

WIPO (2005). Shkëmbimi i vlerës, Negocimi i Marrëveshjeve,Licencimi i Teknologjisë - Një Manual Trajnimi.  
[www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=291&plang=EN](http://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=291&plang=EN)

DREJTORIA E PËRGJITHSHME E PRONËSISË INDUSTRIUALE (DPPI)

KONTAKTE

Adresa: Bulevardi “Zhan D’Ark”, Prona nr.33, Shtëpia e Ushtarakëve, Tirana, Albania

Email: [info@dppi.gov.al](mailto:info@dppi.gov.al)

Tel: +355 (0) 42271678

Instagram: dppialbania

Facebook: Drejtorja e Përgjithshme e Pronësisë Industriale (webpage)

Dppi Albania







Publikimi u mundesua nga projekti Shqiptaro-Zviceran per Pronesine Intelektuale, nje projekt i Sekretariatit Shteteror Zviceran per Ceshtjet Ekonomike (SECO) i zbatuar nga Zyra Federale Zvicerane per Pronesine Intelektuale



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

**Sekretariati i Shtetit për Çështjet Ekonomike SECO**



**IGE | IPI**