



Funded by
the European Union

PRIRUČNIK O ZAŠTITNIM (TRGOVINSKIM) OZNAKAMA



IPRproject
Intellectual Property Rights Project

A project implemented by:



Deo I: Osnovni koncepti	2
1. Šta je zaštitna oznaka?	2
2. Primeri zaštitnih oznaka	3
3. Zašto su zaštitne oznake korisne?	5
4. Trajanje prava na zaštitne oznake	5
Deo II: Pravni uslovi	6
1. Apsolutni uslovi	6
2. Relativni uslovi	10
3. Primeri najbolje prakse zaštitnih oznaka	12
Deo III: Kako se zaštititi	13
1. Zaštita zaštitnih oznaka na Kosovu	13
2. Zaštita zaštitnih oznaka u inostranstvu	14
Deo IV: Zakonodavni okvir	16
1. Zakon	16
2. Sekundarno zakonodavstvo	16
Deo V: Komercijalizacija i primena zaštitnih oznaka	16
1. Komercijalizacija zaštitnih oznaka	16
2. Kršenje zaštitnih oznaka i pravni lekovi	18
Part VI: Finalne alatke	20
1. Kako dobiti pomoć/kontakti	20
2. Korisne internet stranice	20

Svrha ovog Priručnika:

Opšta svrha ovog priručnika je pre svega podizanje svesti nosilaca prava i šire populacije o značaju zaštitnih oznaka (žigova) za razvoj i rast njihovog poslovanja.

Deo I

Osnovni koncepti

Šta je zaštitna oznaka

Jednostavno rečeno, zaštitne oznake (žigovi) su imena ili simboli koje dajete svojim proizvodima i/ili uslugama.

U stvarnosti, zvanična definicija oznaka/žigova može se naći u članu 5 kosovskog zakona o zaštitnim oznakama (br. 04/L-026) i malo je složenija od toga. Zaštitne oznake su u stvari definisani kao „znak koji bi mogao biti prikazan grafički, posebno reči, uključujući lična imena, dizajne, slova, brojeve, oblik robe ili njihovo pakovanje, boje kao i kombinacije svega navedenog pod uslovom da se roba ili usluge jednog preduzeća mogu razlikovati od drugog preduzeća”.

U svakom slučaju, supstanca se ne menja: zaštitne oznake su ime koje koristite i štitite da biste razlikovali svoje proizvode i usluge od proizvoda svojih konkurenata. Oni su takođe naziv na osnovu kojeg se potrošači upućuju na vaše proizvode i usluge.

U tom kontekstu, pojedinci i kompanije mogu biti vlasnici nekoliko zaštitnih oznaka: svaki put kada osmisle novi proizvod ili novu uslugu, kreira se naziv kojim se to razlikuje. Takvo ime je potencijalna zaštitna oznaka koji bi, prema tome, trebalo da bude u skladu sa svim zakonskim zahtevima da bi mogao da se registruje.

Primeri zaštitnih oznaka

Postoje različite vrste oznaka. Oznake se često sastoje od reči, a poznate su kao „oznake u vidu reči“. Kao na primer:

Dodajte 1-2 nezaboravna lokalna primera

SAMSUNG®

MERCEDES®

COCA-COLA®

ROLES®

Međutim, često se zaštićene oznake (žigovi) sastoje od logotipa ili simbola. Kao primer:



Herë të tjera, markat tregtare përmbajnë të dyja fjalët dhe logot. Këto njihen si “shenja komplekse”. P.sh:



U drugim slučajevima zaštitne oznake sadrže i reči i logotipe. One su poznate kao „složene oznake”. Kao na primer:



Zašto su zaštitne oznake korisne?

Kao što je pomenuto, glavna funkcija oznaka je razlikovanje proizvoda i/ili usluga jednog preduzeća (fizičkog lica ili kompanije) od proizvoda drugih preduzeća. Pored toga, zaštitne oznake takođe pomažu potrošačima da identifikuju izvor proizvoda i/ili usluga. Ukratko, zaštićene oznake omogućavaju kupcima/klijentima da odaberu proizvode ili usluge koje žele da kupe.

Glavna prednost zaštitnih oznaka je što jednom registrovani pružaju ekskluzivna prava svojim vlasnicima. U praksi to znači da:

- Imena vaših proizvoda/usluga biće zaštićena od ostalih konkurenata na tržištu;
- Ostaće vaši i niko ih ne može kopirati;
- Ako to učine, moći ćete da primenite svoja prava na zaštitnu oznaku tako što ćete ih izvesti pred sud i dobiti naknadu;
- Sa druge strane, ako neko želi da koristi vašu zaštitnu oznaku, moraće da prvo pribavi vaše odobrenje (i naravno, moći ćete da ga naplatite).

Međutim, treba podsetiti da su prava na zaštitne oznake teritorijalne prirode. Princip teritorijalnosti podrazumeva da će u svakoj zemlji vaš znak biti zaštićen nacionalnim zakonom i tretirati se, u sve svrhe i svrhe, kao nacionalno pravo (drugim rečima, nikakve diskriminacije nisu moguće samo zato što ste stranac).

Sa druge strane, princip teritorijalnosti znači da, ako planirate da izvozite u novu zemlju, prethodno zaštitite svoju zaštitnu oznaku i pridržavajte se svih zahteva predviđenih zakonom dotične države. Drugim rečima, oznake/žigovi registrovani na Kosovu neće uživati zaštitu u drugim zemljama, osim ako tamo nisu propisno registrovani.

Trajanja prava na zaštitnu oznaku

Kao što je predviđeno u članu 40.1 kosovskog zakona za ZO, registrovane zaštitne oznake/žigovi zaštićeni su u periodu od 10 godina od datuma prijavljivanja. Na kraju ovog desetogodišnjeg perioda mogu se obnoviti za dodatnih 10 godina (potencijalno zauvek).

Deo II

Pravni uslovi

Da bi se zaštitile na Kosovu, predložene oznake moraju biti registrovane u Kosovskoj agenciji za industrijsku svojinu (IPA). Oznake će se moći registrovati samo ako ispunjavaju zakonske zahteve opisane u nastavku.

Apsolutni uslovi za validnost oznake na Kosovu

Një markë duhet të jetë në përputhje me një seri kërkesash ligjore të parashikuara nga Ligji i MT të Kosovës (dhe në veçanti nga neni 6). Lajmi i mirë është se këto kërkesa janë harmonizuar në të gjithë botën (megjithëse ato mund të interpretohen në një mënyrë paksa të ndryshme në vende të ndryshme). Këto kërkesa ligjore përfshijnë:

- **Prepoznatljiv karakter**

Kao što je navedeno u članu 6.1.2 Kosovskog zakona o ZO da bi bio važeći, zaštićena oznaka treba da bude u stanju da jasno odvaja robu i/ili usluge lica/kompanije od proizvoda drugih lica / kompanija.

Pojam distinktivnosti lakše je razumeti kroz praktične primere: u ovom kontekstu važno je zapamtiti razliku između „distinktivnih oznaka“ (koje su valjane, jake ocene) i „opisnih znakova“ (koje nisu valjane ili su barem slabe oznake). Oznake se smatraju distinktivnim ili opisnim, u zavisnosti od konkretne robe/usluge za koju se traži zaštita.

Primer 1:

Oznaka APPLE® bila bi opisna ako bi se koristila za prodaju soka od jabuke (to jest za opis proizvoda koji se prodaju pod tom oznakom) i stoga ne bi mogla da se registruje. Umesto toga, ako je prihvaćen za proizvode koji nisu jabuke i voće (npr. kompjuteri ili telefoni), znak je prepoznatljiv, te je stoga važeći i podložan registraciji.

Is this mark distinctive



YES for computer

NO for juices

Camel



Primer 2:

slična razmatranja mogu se primeniti na oznaku CAMEL® koji bi se smatrao opisnim i samim tim ne bi se mogao registrovati za proizvode koji se odnose na kamile (kao na primer mleko kamile), dok je kao zaštićena oznaka za cigarete žig jasno prepoznatljiv i registrovan.

Nga ana tjetër, markat tregtare që nuk kanë kuptim, si KODAK®, nuk mund të jenë. Sa druge strane, zaštitne oznake koje nemaju značenje, poput KODAK®, ne mogu biti opisne.

Zato postoje tehnike koje delimično opisne oznake mogu učiniti prepoznatljivijim. One uključuju:

- dodavanje ne-opisnog logotipa (tj. slika koja ne opisuje robu/usluge obuhvaćene oznakom)
- podnošenje oznake u posebnoj boji (pritom izbegavajte crno-belo prikazivanje)
- podnošenje oznake/žiga posebnim pismom (a ne standardnim velikim slovima)



Na primer:

zaštitni znak ECONOPHONE bi verovatno bio pre-
više opisan za telefonske usluge, ali dodavanjem ne-
opisnog logotipa, posebne skripte i boje, znak može
postati dovoljno prepoznatljiv i stoga registrovan.

- **Nije isključivo opisno**

Kao što je već gore pomenuto i kao što je izričito navedeno u članu 6.1.3 kosovskog zakona o ZO-u, predložena oznaka ne bi trebalo da bude isključivo opis vrste, kvaliteta, količine, namere, vrednosti, geografskog porekla, vremena proizvodnje robe ili obavljanja usluga ili pokazivanja drugih karakteristika dobara i usluga za koje namenjen je registraciji i upotrebi. To znači da te oznake mogu biti delimično opisne ili aluzivne. Međutim, one ne mogu biti isključivo opisne. Drugim rečima, pitanje je stepena.

Jednostavnije rečeno, prilikom izbora novog naziva proizvoda ili usluge, korisnici bi zato trebali biti oprezni pri korišćenju određenih izraza u predloženim oznakama, kao što su:

- Određene imenice koje se odnose na njihove proizvode ili usluge (na primer „banka“ u bankarskom sektoru, „hleb“ u pekarskom sektoru, „kozmetika“ u kozmetičkom sektoru, „mobilna“ u Telekom sektoru itd.);
- pridevi (kao na primer: dobar, ekonomičan, brz, jeftin itd.);
- Pohvalni izrazi (kao na primer: najbolji, bolji, broj jedan, super itd.);

Međutim, ne bi svi ovi uslovi automatski učinili vašu oznaku nezakonitom. Ako se spoji sa drugim izrazito prepoznatljivim terminima ili logotipom, predložena oznaka može postati registrovana.

- **Nije generička**

Oznake se ne mogu sastojati od uobičajenog izraza koji relevantni potrošači koriste za označavanje određenog proizvoda. Na primer, izraz „cipele“ proizvođač cipela nije mogao da monopolizuje kao zaštitni znak. Prema članu 31.2 kosovskog zakona o ZO, u prijavi oznake treba odbaciti generičke izraze..

- **Ne obmanjuje**

Kao što je navedeno u članu 6.1.7 kosovskog zakona o ZO, oznake ne bi trebalo da obmanjuju ili varaju potrošače i kupce. To u praksi znači da ne mogu nositi poruku koja nije istinita.

Na primer, marka „Milan“ za cipele proizvedene u Prištini bila bi zavaravajuća u pogledu porekla proizvoda obuhvaćenih oznakom. Slično tome, oznaka „30% zagaranovnog povrata“ za novi bankarski proizvod koji u stvarnosti ne može da garantuje takav povraćaj ulaganja bila bi varljiva za javnost.

- **Nije u suprotnosti sa javnim redom i moralom**

Kao što je navedeno u članu 6.1.6 kosovskog zakona o zaštitnim oznaka, žigovi/oznake ne mogu biti u suprotnosti sa javnim redom i moralom. Drugim rečima, oznake ne bi smele vredati osetljivost ljudi, njihove vrednosti, njihov moral itd. Korisnici bi trebalo da pokušaju da ih izbegnu.

Kao primer, treba izbegavati sledeće termine:

- Imena droga i narkotika, kao na primer COCAINE
- Imena oružja, kao na primer: KALASHNICOV
- Imena povezana sa terorizmom, kao na primer: ISIS, MAFIA
- Imena ili prikazi koji su seksualno eksplicitni ili jednostavno previše provokativni (... primeri nisu potrebni)
- Imena ili simboli koji su povezani sa religijom

- **NE sastoje se od oblika opisanih u nastavku**

Kao što je naznačeno u članu 6.1.5 kosovskog zakona o zaštitnim oznakama, one se ne mogu sastojati isključivo od oblika koji:

- Zavise od prirode robe; ili
- Su neophodni za postizanje tehničkog rezultata; ili
- Daju značajnu vrednost proizvodu

- **NISU Identične sa nacionalnom zastavom i drugim državnim amblemima**

Kao što je navedeno u članu 6.1.8 i 10 kosovskog zakona o ZO, niko ne može da koristi kao zaštitni znak (tj. U komercijalne svrhe) simbole, ambleme i državne prikaze kako je predviđeno članom 6 Pariske konvencije ili koji su od opšteg interesa Republike Kosovo. Kao primer, zastava neke države, njeni amblemi itd. ne mogu se monopolizovati kao

zaštitna oznaka. Samo relevantne državne institucije mogu odlučiti ko ima pravo da koristi takve simbole i u kom kontekstu. Korisnici bi trebalo da pokušaju da ih izbegnu.

- **DA se NE sastoje ili sadrže geografsku oznaku**

Kao što je naznačeno u članu 6.1.11 i 12 kosovskog zakona o ZO, oznake ne mogu sadržati ili se sastojati od geografske oznake koja identifikuje vina ili alkoholna pića, ili imena porekla ili geografske oznake sa dejstvom na teritoriji Kosovo.

Relativni uslovi za validnost oznake na Kosovu

Kao što predviđa član 7 kosovskog zakona o ZO, predložena oznaka ne bi trebalo da bude u suprotnosti sa prethodnim pravima. Drugim rečima, oznaka/žig ne bi trebalo da ometa isključiva prava vlasnika prethodnih oznaka (ili drugih prava intelektualne svojine). Ovo je takozvani „relativni osnov“ za odbijanje oznake (za razliku od pravnih zahteva koji se nazivaju „apsolutnim uslovima“ i pokriveni su u prethodnom odeljku).

Da biste saznali da li je predložena oznaka koju planirate da usvojite dostupna ili nije, umesto toga, u suprotnosti sa ranijim pravima, mora se izvršiti pretraga dostupnosti (poznata i kao „pretraga oznake“) u jednoj od sledećih baza podataka:

- <http://213.163.122.85/wopublish-search/public/home?1&lang=en> kako bi proverili da li se predložena oznaka može registrovati na Kosovu.
- WIPO Global Brand Database i TMView (tmdn.org) kako bi proverili da li se predložena oznaka može registrovati u drugim zemljama.

Treba napomenuti da se oznaka može smatrati novom/dostupnom na Kosovu ako:

- Ne postoje prethodni identični ili slični znakovi registrovani ili prijavljeni na Kosovu,
- Za identičnu ili sličnu robu i/ili usluge.

Na primer, ako je marka MAURO za cipele registrovana na Kosovu, niko drugi ne bi imao pravo da je usvoji kao oznaku:

- MAURO za cipele, jer su oznake identične i proizvodi su identični.
- MAURO za sandale ili čarape, jer su oznake i dalje identične, a proizvodi su očigledno slični.

- MAURA, MAURETTO itd. za cipele, sandale ili čarape, jer su oznake slične, a proizvodi identični ili slični.

Situacija je relativno jasna kada su oznake „identične“. Međutim, kada su oznake „slične“, situacija postaje složenija jer se sličnost mora dokazati na osnovu jednog od sledećih kriterijuma:

- **VIZUELNA** sličnost: kada dve oznake izgledaju slično, zbog niza vizuelnih elemenata, kao što su boje, oblici, slova itd.;
- **FONETSKA** sličnost: kada dve oznake zvuče slično kada se izgovaraju;
- **KONCEPTUALNA** sličnost: kada su značenja dve oznake jednaka ili slična (kao na primer Engleska reč „shoes“ i „cipela“, što je ekvivalentni izraz na srpskom jeziku).

Međutim, sličnost između predložene oznake i prethodne oznake nije dovoljna da bi se utvrdila njegova nezakonitost. To će biti slučaj samo ako su roba i/ili usluge dve sporne oznake identične ili slične. Kao primer: zaštitni znak MAURO za odevne predmete ne može sprečiti registraciju zaštitnog znaka MAURO (ili MAURA) za turističke agencije, avione, građevinske usluge itd.

Proizvodi/usluge se smatraju sličnim ako imaju istu ili sličnu svrhu, javni (potrošači), kanali distribucije ili ako su proizvodi/usluge inherentno povezani, komplementarni ili zamenljivi.

I na kraju, ali ne najmanje važno, kao što predviđaju članovi 7.3 i 3 iz Kosovskog zakona o zaštitnim oznakama, predložene oznake treba da se razlikuju od dobro poznatih žigova. Takve oznake u stvari, ako su registrovane na Kosovu, uživaju zaštitu ne samo za identičnu ili sličnu robu i usluge, već i za različite proizvode. Pored toga, ako dobro poznata oznaka nije registrovana na Kosovu, ona bi automatski uživala zaštitu za identičnu i sličnu robu i usluge.

Primeri najbolje prakse za upotrebu zaštitnih oznaka

Postoji čitav niz najboljih praksi koje bi korisnici trebali imati na umu u pogledu upotrebe zaštitnih oznaka. One uključuju:

1. Koristite svoju registrovanu oznaku, u suprotnom ćete je izgubiti. Član 14.4 kosovskog zakona TM propisuje da vlasnici oznaka imaju pet godina od datuma registracije da počnu da koriste svoju oznaku, u protivnom oznaka može biti poništena iz registra.
2. Sistematska upotreba simbola „TM“ ili ® na svim svojim registrovanim oznakama. Ovo je dobra poruka upozorenja svim potencijalnim prevarama.
3. Nivo prepoznatljivosti oznake može se promeniti s vremenom. Opsežna upotreba tokom godina može povećati njegovu prepoznatljivost, kroz takozvano „sekundarno značenje“. To znači da, na primer, prilično opisni znak može, s vremenom i upotrebom, postati jači i prepoznatljiviji. Ova pojava može biti vrlo korisna za vlasnike oznaka.
4. Sa druge strane, prepoznatljivost oznake takođe se može s godinama smanjivati i nestajati. Ovo je takozvana „vulgarizacija“ koja se dešava kada prosečni potrošač koristi određenu zaštitnu oznaku ne samo da bi se pozivao na njegove specifične proizvode/usluge, već i kao opšti termin koji označava bilo koji proizvod/uslugu iste kategorije. Korisnici bi trebalo da izbegavaju vulgarizaciju po svaku cenu, imajući u vidu da:
 - i. Oznaka se uvek mora koristiti kao marka, a ne kao glagol, imenica ili pridev (kao na primer: „za Google®“; „za Xerox®“)
 - ii. Oznaku treba koristiti dosledno, bez većih odstupanja u odnosu na prvobitno prijavljenu verziju.
5. Korisnici bi trebali stalno osigurati da niko ne kopira ili zloupotrebljava njihove oznake. To zahteva nadgledanje tržišta kako bi se utvrdile i prijavile moguće povrede.

Deo III

Kao se zaštititi

Kao što je pomenuto u I delu, Odeljak 3 ovog priručnika, korisnici bi trebalo da zaštite svoje oznake u svim zemljama u kojima posluju ili nameravaju da posluju. To je zato što su prava intelektualne svojine, uključujući zaštitne oznake, teritorijalne prirode (na osnovu čuvenog principa TERITORIJALNOSTI). To znači da ulazak u novu zemlju bez urednog prijavljivanja njihove oznake može biti potencijalno vrlo opasan: oznake se mogu kopirati, a njihovi legitimni vlasnici možda neće moći mnogo učiniti da zaštite svoja prava.

Kako zaštititi oznake na Kosovu

Da bi se dobila zaštitna oznaka na Kosovu, mora se podneti prijava nacionalnoj kancelariji za zaštitu intelektualne svojine pod nazivom Kosovska agencija za industrijsku svojinu (KIPA). Posetite sledeću veb stranicu da biste dobili informacije o obrascu koji treba da koristite, naknadama za plaćanje i proceduri koju treba slediti: KIPA (rks.gov.net).

Da bi se prijavila oznaka na Kosovu, mora se koristiti standardni obrazac za prijavu (naveden na gore navedenoj veb stranici), zajedno sa prikazom oznake (8 cm sa 8 cm), plaćanjem odgovarajućih taksi za prijavljivanje i naznakom roba ili usluga za koje će se oznaka koristiti, klasifikovano u skladu sa Nicejskom klasifikacijom roba i usluga, koja se sastoji od ukupno 45 klasa: 34 za proizvode i 9 za usluge. Jedna prijava može obuhvatiti nekoliko klasa dobara ili usluga.

Postupak prijave podleže Administrativnom uputstvu o registraciji oznake (žiga). To je jednostavan mehanizam i nije skup. U slučaju sumnje, podnosiocima zahteva se savetuje da kontaktiraju KIPA za informacije i smernice o načinu prijavljivanja oznake na Kosovu.

Zaštita oznake u inostranstvu

Ako nosilac zaštitne oznake sa Kosova ili lokalni biznismen želi da zaštiti oznaku u brojnim zemljama, trenutno jedino dostupno rešenje je podnošenje pojedinačnih prijava za oznaku u svim zemljama od interesa. To podrazumeva podnošenje različitih prijava, na svim relevantnim jezicima, domaćim kancelarijama za zaštitu intelektualne svojine, u skladu sa domaćim normativnim okvirima i, nažalost, regrutovanje lokalnog advokata ili agenta za zaštitu oznaka u svakoj zemlji da podnesu oznaku u njihovo ime. To je zato što razne nacionalne kancelarije za intelektualnu svojinu prihvataju samo vezu sa lokalnim osobama i predstavnicima.

Pristup je pomalo glomazan i ponekad može biti skup. Međutim, to je jedino rešenje za izbegavanje rizika da konkurenti kopiraju vašu oznaku.

Sa druge strane, postoje još dva rešenja koja se mogu pokazati korisnima i jeftinijima. Međutim, postoje određena ograničenja u njihovoj upotrebi.

A. Madridski sistem za međunarodnu registraciju oznaka.

Madridski sistem je jednostavna, jeftinija, efikasna centralizovana procedura, sve na jednom mestu za vlasnike oznaka da bi stekli i održavali zaštitu oznaka na brojnim izvoznim tržištima. Madridski sistem omogućava vlasnicima oznaka/žigova da dobiju zaštitu podnošenjem jedne prijave, na jednom jeziku (uključujući engleski), sa naknadama u jednoj valuti (švajcarski franak) u najviše 124 zemlje, bez potrebe da imenuju lokalnog IP agenta u svim zemljama.

Nažalost, madridski sistem je „zatvoren“ sistem: mogu ga koristiti samo ljudi i kompanije koji:

1. Su državljani jedne od zemalja Madridske unije; ili
2. Imaju prebivalište u nekoj od tih zemalja; ili
3. Poseduju stvarno i efikasno komercijalno ili industrijsko preduzeće u nekoj od zemalja članica Madridske unije.

To znači da, nažalost, do sada madridski sistem mogu da koriste samo stanovnici Kosova i preduzeća koja ispunjavaju jedan od gore navedenih zahteva.

Procedura za podnošenje međunarodne prijave je prilično jednostavna. Više informacija možete pronaći na:

http://www.wipo.int/treaties/en/registration/madrid_protocol/

- Email: intreg.mail@wipo.int
- Tel: +41 22 338 86 86

Na kraju, takođe je važno imati na umu da je madridski sistem samo proceduralni ugovor, a kancelarije za intelektualnu svojinu određenih zemalja zaduženi su za proveru usklađenosti sa domaćim suštinskim uslovima/zahtevima.

B. Regionalni sistem oznaka EU

Putem ove regionalne rute moći ćete da zaštitite svoju oznaku u 27 zemalja Evropske unije odjednom, jednim podnošenjem. Sistemom žigova EU upravlja IP ured Evropske unije (EU-IPO), u Alikanteu.

Dobra vest je da u osnovi svako (fizičko ili pravno lice) može prijaviti žigove putem takvog sistema. Međutim, građanin ili kompanija sa Kosova moraće da odredi predstavnika u EU za podnošenje prijave.

Postupak je vrlo brz i jednostavan (pogledajte Postupak apliciranja i registracije (europa.eu)). Posebno:

- Prijave oznaka mogu se podneti onlajn na sledećoj veb adresi: Put do registracije (europa.eu).
- Obrazac je izuzetno jednostavan: morate dostaviti sve relevantne informacije koje se odnose na vlasnika oznake, uzorak marke i robu i/ili usluge obuhvaćene vašom oznakom klasifikovane u skladu sa „Nica klasifikacijom“.
- Da biste klasifikovali proizvode/usluge svoje oznake, možete koristiti vrlo korisno sredstvo pod nazivom TMClass koje je dostupno na: Classification Assistance - TMclass (tmdn.org).
- Da biste proverili da li je vaša predložena oznaka dostupna u EU i nije li u suprotnosti sa prethodnim identičnim ili sličnim oznakama za identičnu ili sličnu robu/uslugu, proverite sledeću bazu podataka: TM View: (dostupno na: TMView (tmdn.org)).
- Troškovi gornjeg postupka su vrlo umereni, a na sajtu je dostupan vrlo pogodan kalkulator naknada.

Vi možete da kontaktirate EUIPO na sledećoj adresi:

Avenida de Europa, 4, E-03008 Alikante, Španija
Centar za informacije: tel.: +34 965 139 100

Deo IV

Zakonodavni okvir

1. Zakon:
 - Zakon o zaštitnim oznakama, 04/L-026
 - Zakon o izmenama i dopunama zakona 04/L-026 o zaštitnim oznakama, 05/L-040
2. Odabrano sekundarno zakonodavstvo:
 - Administrativno uputstvo o registraciji oznaka, MTI-14/2016
 - Administrativno uputstvo za administrativne takse za objekte u industrijskoj svojini, MTI-10/2016
 - Administrativno uputstvo o ovlašćenim predstavnicima u oblasti industrijske svojine, MTI-6/2018

Deo V

Komercijalizacija i primena oznaka

Komercijalizacija zaštitnih oznaka

Komercijalizacija prava oznake potencijalno bi mogla postati vrlo unosan poslovni model za vlasnika oznake. Značajna prednost oznaka, kao i bilo kojih drugih prava intelektualnog vlasništva, je u tome što su nematerijalni i kao takvi mogu biti licencirani više puta, istovremeno, kroz niz ugovornih aranžmana radi maksimiranja profita.

Na primer, vlasnik oznake može da odluči da ovlasti drugog igrača na tržištu (npr. druga kompanija, možda u inostranstvu ili kompanija kod kuće koja ne predstavlja konkurenciju) da koristi svoje oznake putem ugovora o licenciranju u zamenu za plaćanje autorskih prava. Ovaj model bi se mogao ponoviti u mnogim zemljama, sa očiglednim pozitivnim posledicama u pogledu ekonomskog povrata.

Međutim, preduslov za uspešnu eksploataciju i komercijalizaciju oznaka je dobro sastavljen ugovor o licenciranju. Licenciranje oznake je postupak kojim kompanija, kao nosilac oznake, daje dozvolu trećim stranama da koriste svoja IP sredstva tokom određenog vremena, za određeni cilj, u određenoj zemlji ili regionu i pod dogovorenim uslovima. Ovim uslovima se dogovaraju obe strane i navedeni su u ugovoru o licenciranju.

Licenciranje povlači značajne prednosti za vlasnika oznake:

- Primaće prihod u obliku naknada za licence i honorare.
- Moći će da iskoristi lokalno znanje, mrežu i stručnost različitih korisnika licence i njihov kapacitet da uvedu potrebne adaptacije koje mogu olakšati prodor na njihova lokalna tržišta, a možda čak i poboljšati svoje inovativne proizvode.

Svaka licenca za zaštitnu oznaku treba da obezbedi da izvorni vlasnik zaštitne oznake održava pomni nadzor nad načinom na koji se koriste njegove oznake, kako bi se osiguralo da njegova dobra volja i reputacija nisu ukaljšani.

Suprotno tome, poslovni ljudi na Kosovu možda žele da izbegnu često skupi postupak istraživanja i razvoja za razvoj novih proizvoda i novih zaštitnih oznaka i jednostavno zaključe ugovor o licenciranju (kao korisnici licence) sa trećom stranom koja je već razvila i zaštitila takve oznake.

U svim slučajevima, komercijalizacija oznaka zahteva sastavljanje prilično složenih ugovora o licenciranju kojima bi trebalo da se bave iskusni pravnici.

Kršenje oznaka i pravni lekovi

Ovaj odeljak sadrži praktične sugestije u slučaju da oznake kopiraju, krše ili krše prava trećih lica, kod kuće ili u inostranstvu, bilo u dobroj ili lošoj veri.

Pre svega, vlasnici oznaka treba da se ponašaju kao „psi čuvari“ i da neprestano nadgledaju moguća kršenja svojih oznaka. U svom svakodnevnom poslu često su svesni šta konkurenti rade i svih mogućih kršenja prava intelektualnog vlasništva.

Parnični postupak treba držati kao krajnje sredstvo, jer može potrajati dugo i povremeno je njihov ishod nepredvidljiv. Jednostavno pismo u vidu poruke „prestanite i odustanite“ možda je dovoljno da okonča kršenje zakona. Ako ovo ne dovede do rešenja aktivnosti koja krši autorska prava, vlasnici oznaka mogu pokušati da postignu van-sudsko rešenje putem pregovora. Ako i ovaj napor propadne, mogu se obratiti uslugama profesionalnog medijatora, koji bi mogao olakšati postizanje zadovoljavajućeg sporazuma za obe strane. Konačno, u nekim slučajevima sudski sporovi ostaju jedina održiva opcija za postizanje pravde.

WIPO upravlja posebno pogodnim i prilagođenim ADR sistemom za IP. Za više informacija pogledajte sledeću veb stranicu: <http://www.wipo.int/amc/en/>.

Očigledno je da bi samo iskusni pravnici trebali izvršiti gore navedene korake. U pogledu pravnih lekova, kosovski zakonodavni okvir (član ...) predviđa sledeće građanske lekove za sprovođenje prava zaštitnih oznaka:

1. Administrativni pravni lekovi (koji se uglavnom odnose na usluge koje pruža KIPA, posebno u kontekstu mogućih prigovora trećih strana protiv registracije predloženih oznaka - videti članove 34-35 zakona o ZO).
2. Građanski pravni lekovi (uglavnom u obliku novčanih kazni).
 - i. Zabrane (odlične mere za ubrzavanje procesa i sprečavanje nastavka aktivnosti koja krši autorska prava. U nekim slučajevima sudije mogu izdati zabrane bez prethodnog obaveštavanja prekršioca).
 - ii. Šteta (za nadoknadu vlasniku oznake za negativne posledice pretrpljene zbog kršenja njegovih oznaka).
 - iii. Isporuka, pretres i zaplena (okrivljenom se može naložiti da preda materijale koji krše autorska prava i/ili bilo koji materijal koji se koristi za njihovo pravljenje. Nalog kojim se dozvoljava pretres i zaplena može se dodeliti tamo gde se tužilac plaši da optuženi može pobeći ili uništiti dokaze o kršenju zaštitne oznake).
3. Krivične sankcije (u obliku kazni i zatvora. Krivične mere su obično retke u polju intelektualne svojine. Primenjuju se samo u slučaju velikih prekršaja oznaka koji su počinioci namerno počinili).
4. Carinske mere: kojim carina može da proveri robu za koju se sumnja da krši autorska prava i zadrži je u carinarnicama umesto da je pusti u slobodan promet na lokalnom tržištu.

Deo VI

Finalne alatke

Kako dobiti pomoć/kontakti

Ministarstvo Industrije, Preduzetništva i Tregovine
Ul. Arbënor e Astrit Dehari", br: 21, Bolničko naselje, 100000 Priština, Kosovo
Telefon: +381 38 200 36 554

Spisak eksperata koji bi vam mogli pomoći na polju zaštitnih oznaka potražite u sledećem:

Korisne internet stranice

- Kosovo IP agencija: kipa.rks-gov.net
- EUIPO: EUIPO - Home (europa.eu)
- WIPO: www.wipo.int
- WIPO SME sektor: www.wipo.int/sme
- WIPO Centar za arbitražu i posredovanje : <http://arbiter.wipo.int>
- TMClass: <http://tmclass.tmdn.org/ec2/>
- TM View: <https://www.tmdn.org/tmview/welcome>
- WTO: <http://www.wto.org>
- Direktorijat IP kancelarija širom sveta: <http://www.wipo.int/directory/en/urls.jsp>
- International Trademark Association (INTA): <http://www.inta.org>
- P Panorama: <https://www.wipo.int/sme/en/multimedia/>

Ovaj priručnik je objavljen uz podršku Evropske unije. Sadržaj ovog priručnika je isključiva odgovornost IBF International Consulting i EPLO i ni na koji način ne predstavlja stavove Evropske unije.

© IPR Project Kosovo
Oktobar, 2021
Priština, Kosovo

IPRproject

Intellectual Property Rights Project

Rr. "Johan V. Hahn",
10000 Priština, Kosovo
Tel: 038 726 688

 IPRKosovo

