

AL

DOKUMENT PRAKTIKE

**PROVAT NË PROCEDURAT E
APELIMIT PËR MARKAT
TREGTARE:
DEPOZITIMI, STRUKTURA DHE
PARAQITJA E PROVAVE SI DHE TRAJTIMI
I PROVAVE KONFIDENCIALE**

**DREJTORIA E PËRGJITHSHME E PRONËSISË
INDUSTRIALE E REPUBLIKËS SË SHQIPËRISË**

Shënim nga Zyra e Pronësisë Intelektuale (PI-së):

Ky Dokument Praktike u përgatit në përputhje me Komunikimin e Përbashkët që rezultoi nga Praktikrat e Përbashkëta për markat tregtare, të zhvilluara nga Rrjeti i Pronësinë Intelektuale të Bashkimit Evropian (EUIPN) dhe synon të ofrojë parime të përgjithshme për provat në procedurat e apelit të markave tregtare, llojet e tyre, mjetet, burimet dhe identifikimin e datave përkatëse, për strukturën dhe paraqitjen e tyre dhe për trajtimin e provave konfidenciale. I hartuar sipas specifikave të Republikës së Shqipërisë, ky dokument ofron një panoramë të përgjithshme të standardeve të cilësisë së Zyrës së PI-së në vlerësimin e provave.

Ky Dokument praktike, i miratuar në nivel kombëtar, bëhet publik me qëllimin për të rritur më shumë transparencën, sigurinë juridike dhe parashikueshmërinë si në dobi të shqyrtuesve, ashtu dhe të përdoruesve.

1 KONTEKSTI

Ky dokument Praktike lidhet me markat tregtare dhe synon të ofrojë parime të përgjithshme për provat në procedurat e apelimit për markat tregtare, sidomos për llojet e tyre, mjetet, burimet dhe identifikimin e datave përkatëse, si edhe për strukturën dhe paraqitjen e tyre dhe për trajtimin e provave konfidenciale.

Kjo Praktikë bëhet publike me qëllimin për të rritur më shumë transparencën, sigurinë juridike dhe parashikueshmërinë si në dobi të shqyrtuesve, të organeve të brendshme dhe të jashtme të apelimit ashtu edhe të përdoruesve.

Ky dokument ofron një sërë parimesh orientuese dhe jodetyruese për provat në procedurat e apelimit të markave tregtare. Çështjet e mëposhtme janë **të përfshira në fushëveprimin** e këtij dokumenti:

- llojet e provave dhe pranimi i tyre në fazën e procedurës së apelimit;
- mjetet dhe burimet e provave, ku përfshihet autenticiteti, vërtetësia dhe besueshmëria e tyre;
- përcaktimi i datës përkatëse të provës;
- mënyrat për paraqitjen e provave: struktura dhe paraqitja, duke përfshirë formatin e pranueshëm, përmasat dhe vëllimin, indeksin e shtojcave, modelet; dhe
- konfidencialiteti i provave.

Çështjet e mëposhtme janë **jashtë fushëveprimit** të Praktikës:

- vlerësimi i vlerës provuese të provave;
- çështje gjuhësore;
- përshkrimi i kufizimeve ligjore që pengojnë zbatimet;
- përditësimi i udhëzimeve;
- mjetet e provave në vijim: provat me gojë, inspektimet, opinionet e ekspertëve dhe kërkesat për informacion;
- procedurat e shkëlqes së markave tregtare para gjykatave;
- rrethanat në të cilat organet e apelimit dhe zyrat e PI-së duhet të lejojnë palët e treta ose organe të tjera administrative/gjykata të aksesojnë provat/të dhënat konfidenciale të depozituara gjatë procedurave; dhe
- çështjet që lidhen me të dhënat personale, me përjashtim të anonimizimit.

2 PRAKTIKA

Teksti i mëposhtëm përmbledh mesazhet kyçe dhe pohimet kryesore të parimeve të praktikës.

Teksti i plotë i praktikës dhe shembujt e përdorur mund të gjenden në seksionin tjetër të këtij dokumenti.

PARIMET E PRAKTIKËS

HAPAT E VLERËSIMIT

Provat; Pranimi i provave në fazën e procedurave të apelimit

Kreu paraprak ravijëzon konceptet e përgjithshme, identifikon katër lloje provash dhe merr në konsideratë pranimin e tyre në fazën e procedurave të apelimit. Ky kre ofron një terminologji të përbashkët - një gjuhë të përbashkët - për të përkufizuar llojet e provave që janë në pajtim me jurisprudencën e BE-së dhe krijon një kuadër mirëkuptimi të përbashkët. Këto përkufizime shërbejnë vetëm për orientim, sidomos për palët dhe përfaqësuesit e tyre, duke prodhuar kështu transparencë dhe parashikueshmëri më të madhe. Gjithashtu rekomandohet që edhe organet e tjera të apelimit të përdorin këto përkufizime, me kusht që të jenë të zbatueshme sipas legjislacionit kombëtar përkatës. Ky kre jep edhe rekomandime për faktorët që mund të merren *pro* (p.sh. në rast se prova ka gjasë të jetë e rëndësishme për rezultatin e çështjes) ose *kundra* (p.sh. në rast se pala me vetëdije po përdor taktika për të shkaktuar vonesa ose shfaq pakujdesi të dukshme) pranimit të provave në procedurat e apelimit.

MJETET DHE BURIMET E PROVAVE

Prodhimi i dokumenteve dhe i elementeve të provave; Provat online: burimet, besueshmëria dhe paraqitja; Autenticiteti, vërtetësia dhe besueshmëria e provave dhe kriteret e vlerësimit të tyre

Kreu i parë kryesor i këtij dokumenti praktike jep informacion, në formën e një liste joshteruese, për mjetet e provave që mund të paraqiten në procedurat e markave tregtare. Përveç kësaj, në këtë kre është përfshirë një tabelë me llojet më të zakonshme të çështjeve të lidhura me markat tregtare dhe qëllimi i depozitimit të provave. Ky kre përmban edhe një seksion gjithëpërfshirës i cili jep orientime për burimet, besueshmërinë dhe paraqitjen e provave online, duke mbuluar bazat elektronike të të dhënave dhe arkivat e faqeve ueb, faqet ueb të redaktueshme dhe jo të redaktueshme, të dhënat analitike të faqeve ueb, mediat sociale, faqet ueb që shpërndajnë video dhe fotografi, hiperlidhjet dhe adresat e URL-ve, platformat e tregtisë elektronike, aplikacionet, metadat si dhe faktorë që mund të ndikojnë në aksesin e informacionit në internet. Kreu ofron një qasje të harmonizuar të provave online e cila është në pajtim me Praktikën - *Kriteret për vlerësimin e përhapjes së disenjove në internet* dhe e zgjeron atë. Si rezultat, ofron transparencë dhe parashikueshmëri më të madhe, përveç orientimit për paraqitjen e këtyre llojeve të provave. Në fund, ky kre trajton disa faktorë që duhen marrë në konsideratë gjatë vlerësimit së autenticitetit dhe vërtetësisë së provave.

PËRCAKTIMI I DATËS PËRKATËSE TË PROVËS

Provat dokumentuese: përcaktimi i datës së dokumenteve; Provat online: mjetet për të përcaktuar datën përkatëse; Periudha dhe kohëmatja e një studimi tregu

Ky kre jep orientime për provat dokumentuese pa datë ose me datë të paqartë si dhe një listë joshteruese të instrumenteve që mund të ndihmojnë për të përcaktuar datën kur një përmbajtje e caktuar provuese është publikuar në internet. Në këtë kontekst, mund të përdoren instrumentet e mëposhtme: motorët e kërkimit dhe shërbimet e arkivimit të faqeve ueb, vulat kohore të krijuara nga kompjuteri ose instrumentet softuerike të kriminalistikës. Në këtë aspekt, rekomandimet janë në pajtim me Praktikën "Kriteret për vlerësimin e përhapjes së disenjove në internet". Tema e fundit në këtë kre jep orientime për periudhën dhe kohëmatjen e një studimi tregu.

MËNYRAT E PARAQITJES SË PROVAVE

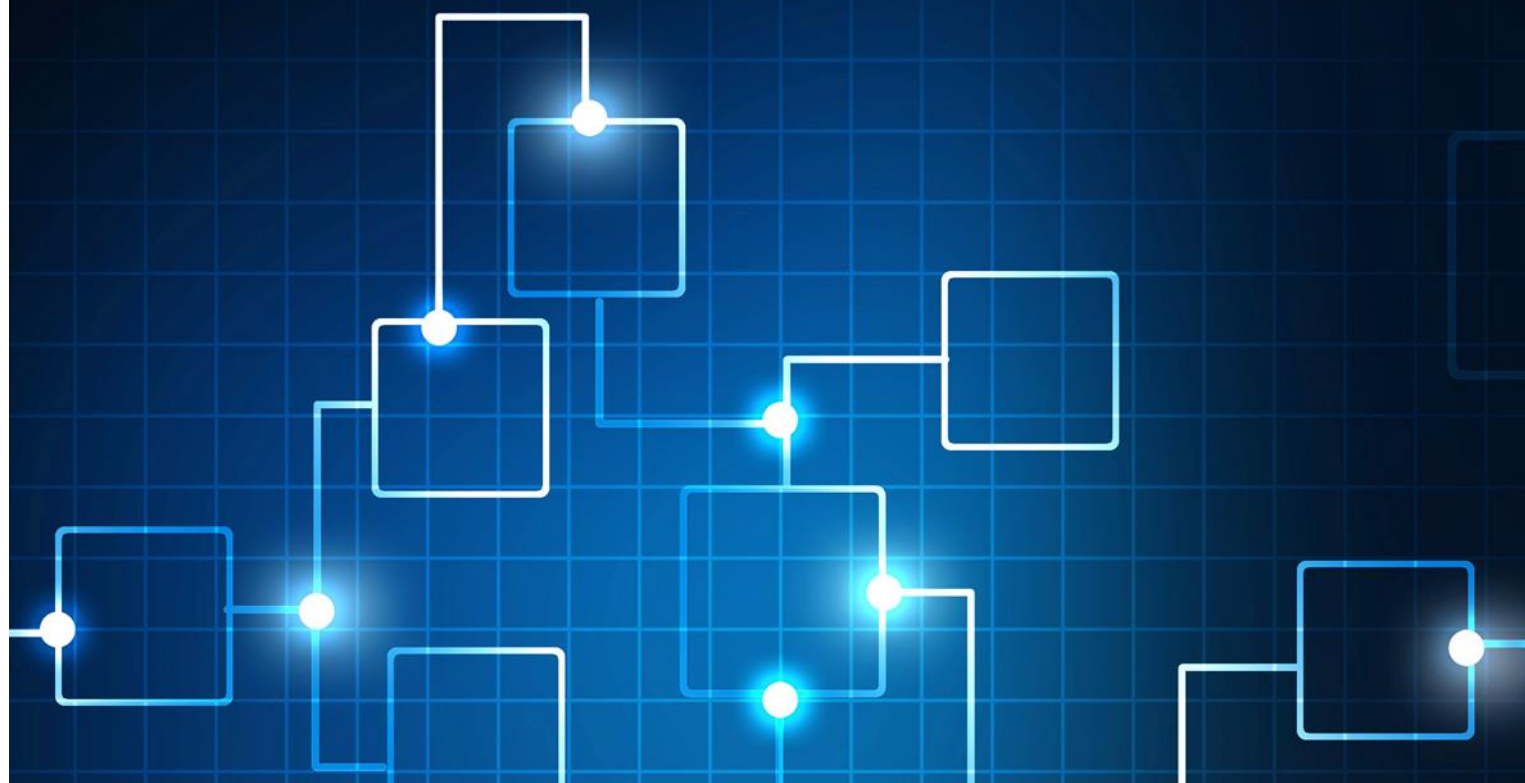
Paraqitja e provave: formatet, përmasat dhe vëllimi i pranueshëm; Struktura e provave; Struktura e studimeve të tregut; Modelet

Në seksionin e parë, ky kre trajton mënyrën si duhen paraqitur provat në të gjitha llojet e depozitimit të tyre, depozitim në formë të printuar (duke përfshirë depozitimin e çdo elementi fizik), depozitim elektronik, depozitim me faks dhe nëpërmjet bartësve të të dhënave. Më tej, në këtë kre paraqiten kërkesat specifike për printimet dhe kapjet e ekranit dhe i referohet përmasave dhe vëllimit të provave. Për më tepër, ky seksion përmban një tabelë përmbledhëse: Një panoramë të plotë të të gjitha formateve të pranueshme për të depozituar provat në procedurat e apelimit, gjë që mbështetet te praktika e organeve të brendshme dhe të jashtme të apelimit. Ky mund të jetë burim i vlefshëm për përdoruesit dhe përfaqësuesit e tyre kur depozitojnë prova në një juridiksion specifik ose në disa juridiksione. Seksioni i dytë jep rekomandime për strukturën e indeksit të shtojcave dhe informon për pasojat e depozitimit të provave të pastrukturuara. Përveç kësaj, për t'ua bërë referencën më të lehtë përdoruesve, palëve dhe përfaqësuesve të tyre, është krijuar një model i indeksit të shtojcave, i cili është përfshirë si Shtojca 1 e këtij Dokumenti Praktike. Seksioni i tretë i gjerë, në qendër të këtij kreu, jep informacione dhe rekomandime të detajuara për praktikën më të mira sa i takon strukturës së studimeve të tregut. Kreu përmban udhëzime si të ndërtohet dhe kryhet studimi i tregut që do të paraqitet si provë në procedurat e markave tregtare si dhe një listë kontrolli, e cila mund të përdoret nga Zyra e PI-së si mjet mbështetës për të vlerësuar përmbajtjen dhe standardin me të cilat duhet të përputhen studimet e tregut. Në fund, ky kre paraqet propozime për standardet minimale të përmbajtjes për dëshmitë nën betim dhe deklaratimet e dëshmitarëve, të diskutuara dhe të rëna dakord midis subjekteve të ndryshme.

KONFIDENCIALITETI I PROVAVE

Fushëveprimi i kërkesës për konfidencialitet; Mënyrat e pranueshme dhe pika kohore për të kërkuar konfidencialitetin; Kriteret për të vlerësuar kërkesën për konfidencialitet; Trajtimi i të dhënave konfidenciale në dosje dhe vendime; Trajtimi i të dhënave personale, i të dhënave personale shëndetësore dhe të dhënat sensitive në dosje dhe vendime (anonimizimi)

Ky kre jep rekomandime për mënyrën dhe kohën kur duhet kërkuar konfidencialiteti, ku përfshihen fushëveprimi, pika kohore, mënyrat e pranueshme dhe justifikimi i kërkesës për konfidencialitet. Gjithashtu ofrohet një qasje e harmonizuar për vlerësimin e kësaj kërkesë. Kreu shpjegon se termi "konfidencialitet i provave/të dhënave" i referohet sekreteve të biznesit dhe tregtare dhe informacioneve të tjera konfidenciale. Përveç kësaj, duhet të merren parasysh rregullat kombëtare përkatëse dhe, sipas rastit, praktika gjyqësore vendase që përkufizon këto koncepte. Për më tepër, ky kre jep udhëzime praktike për trajtimin e të dhënave konfidenciale nga Zyra e PI-së ose nga organet e apelimit në dosjet dhe vendimet e tyre (qofshin këto online ose jo), duke marrë parasysh se disa organe apelimi ose Zyra e PI-së nuk i publikojnë vendimet ose provat online, prandaj rekomandimet e dhëna në këtë seksion duhet të përdoren vetëm në rastet ku ato gjejnë zbatim. Në fund, kreu jep këshilla se çfarë mund të anonimizohet në dosjet ose vendimet e organeve të apelimit ose Zyrave të PI-së (qofshin këto online ose jo) dhe shpjegon nëse kjo duhet bërë me kërkesë specifike apo ex officio.



Praktika

**PROVAT NË PROCEDURAT E
APELIMIT PËR MARKAT
TREGTARE:
REKOMANDIME TË PËRBASHKËTA PËR
DEPOZITIMIN, STRUKTURËN DHE
PARAQITJEN E PROVAVE SI DHE PËR
TRAJTIMIN E PROVAVE KONFIDENCIALE**

TABELA E PËRMBAJ TJES

.....	1
1 KONTEKSTI.....	1
1 HYRJE	2
1.1 Objektivi i këtij dokumenti.....	2
1.2 Fushëveprimi i Praktikës.....	2
2 KONCEPTE TË PËRGJITHSHME	3
2.1 Provat	3
2.2 Pranimi i provave në fazën e procedurave të apelimit	3
3 PRAKTIKA E PËRBASHKËT	4
3.1 Mjetet dhe burimet e provave.....	4
3.1.1 Prodhimi i dokumenteve dhe i elementeve të provave	5
3.1.2 Provat online: burimet, besueshmëria dhe paraqitja	9
3.1.3 Autenticiteti, vërtetësia dhe besueshmëria e provave dhe kriteret e vlerësimit të tyre	16
3.2 Përcaktimi i datës përkatëse të provës	17
3.2.1 Provat dokumentuese: përcaktimi i datës së dokumenteve	17
3.2.2 Provat online: instrumentet për të përcaktuar datën përkatëse	18
3.2.3 Periudha dhe kalendari i një studimi tregu	26
3.3 Mënyrat e paraqitjes së provave.....	26
3.3.1 Paraqitja e provave: formatet, përmasat dhe vëllimi i pranuar.....	27
3.3.2 Struktura e provave	30
3.3.3 Struktura e studimeve të tregut.....	32
3.3.4 Modelet	40
3.4 Konfidencialiteti i provave	41
3.4.1 Fushëveprimi i kërkesës për konfidencialitet.....	42
3.4.2 Mënyrat e pranueshme dhe pika kohore për të kërkuar konfidencialitetin	43
3.4.3 Kriteret për çmuarjen e kërkesës për konfidencialitet.....	44
3.4.4 Trajtimi i të dhënave konfidenciale në dosje dhe vendime	44
3.4.5 Trajtimi i të dhënave personale, i të dhënave personale shëndetësore dhe i të dhënave sensitive në dosje dhe vendime (anonimizimi)	45
4 SHTOJCA 1	47

1 HYRJE

1.1 Objektivi i këtij dokumenti

Ky dokument Praktike synon të identifikojë parimet e përgjithshme që lidhen me provat në procedurat e apelimit të markave tregtare, sidomos për llojet, mjetet, burimet dhe identifikimin e datave përkatëse, për strukturën dhe paraqitjen e tyre si dhe për trajtimin e provave konfidenciale. Dokumenti përmban një sërë **rekomandimesh jodetyruese** për çështjet e mësipërme.

Praktika shërben kryesisht si referencë për:

- organet e apelimit⁽¹⁾;
- palët në procedurat e apelimit të markave tregtare dhe përfaqësuesit e tyre; dhe
- Shoqatat e Përdoruesve (këtu e më poshtë quajtur ShP).

Duke qenë se në shumë aspekte Praktika trajton provat në procedurat e markave tregtare në përgjithësi, ajo mund të gjejë zbatim përtej procedurave të apelimit. Prandaj Praktika mund të përdoret në kontekste më të gjera, duke përfshirë, por pa u kufizuar në procedurat e markave tregtare në shkallë të parë.

Ajo do të bëhet gjerësisht e disponueshme dhe do të aksesohet me lehtësi, duke ofruar një shpjegim të qartë dhe gjithëpërfshirës të parimeve në të cilat bazohet Praktika e re.

Pavarësisht se provat do të vlerësohen gjithmonë rast pas rasti, parimet e ravijëzuara në këtë Praktikë mund të shërbejnë si orientime të dobishme për të gjitha palët e interesuara të përmendura më lart. Për këtë arsye, ky dokument nuk përpqet t'ua imponojë praktikën organeve të pavarura të apelimit dhe as të propozojë ndryshime legjislative për zbatimin e saj. Ky dokument thjesht synon të japë rekomandime, duke u lejuar organeve të apelimit të përdorin dhe zbatojnë elementet që ato i konsiderojnë të dobishme, sepse këto organe nuk kanë detyrim ligjor kundrejt Praktikës së Përbashkët.

1.2 Fushëveprimi i Praktikës

Ky dokument ofron një sërë parimesh orientuese dhe jodetyruese për provat në procedurat e apelimit të markave tregtare. Çështjet e mëposhtme bëjnë pjesë në fushëveprimin e Praktikës:

- llojet e provave dhe pranimit të tyre në fazën e procedurës së apelimit;
- mjetet dhe burimet e provave, ku përfshihet autenticiteti, vërtetësia dhe besueshmëria e tyre;
- përcaktimi i datës përkatëse të provës;
- mënyrat për paraqitjen e provave: struktura dhe paraqitja, duke përfshirë formatin, përmasat dhe vëllimin e pranueshëm, indeksin e shtojcave dhe modelet;
- konfidencialiteti i provave.

Çështjet e mëposhtme janë jashtë fushëveprimit të Praktikës:

- analizimi i vlerës provuese të provave;
- çështjet gjuhësore;
- përshkrimi i kufizimeve ligjore që pengojnë zbatimet;
- përditësimi i udhëzimeve;
- mjetet e provave në vijim: provat me gojë, inspektimet, opinionet e ekspertëve dhe kërkesat për informacion;

⁽¹⁾ Organet e brendshme të apelimit brenda Zyrave të PI-së dhe organet e jashtme të apelimit, duke përfshirë gjykatat si organe të jashtme apelimi në çështjet e markave tregtare dhe organet/komitetet administrative.

- procedurat gjyqësore për shkeljen e markave tregtare;
- rrethanat në të cilat organet e apelimit dhe zyrat e PI-së duhet të lejojnë palët e treta ose organet e tjera/gjykatat administrative të aksesojnë provat/të dhënat konfidenciale të depozituara gjatë procedurave;
- çështjet që lidhen me të dhënat personale, me përjashtim të anonimizimit.

2 KONCEPTE TË PËRGJITHSHME

Përkufizimi i provës i paraqitur në nënkrerët më poshtë zbatohet në gjithë krerët e Praktikës.

2.1 Provat

Për qëllimet e Praktikës, termi “prova” lidhet me burimet e ndryshme të informacionit, të cilat mund të përdoren për të vërtetuar dhe provuar faktet në procedurat e markave tregtare.

2.2 Pranimi i provave në fazën e procedurave të apelimit

Si rregull i përgjithshëm, palët nuk duhet të paraqesin provat e tyre për herën e parë fare në fazën e procedurave të apelimit, sidomos nëse këto prova janë të njohura dhe kanë qenë të disponueshme në momentin e procedurave në shkallë të parë. Megjithatë, në praktikë këto situata mund të ndodhin për arsye të ndryshme.

Jurisprudenca e Gjykatës së Drejtësisë së Bashkimit Evropian ka përpunuar një numër rrethanash në të cilat provat duhet të pranohen ose rrëzohen gjatë procedurave të apelimit. Prandaj, është e nevojshme të kategorizojmë dhe renditim situatat në të cilat organet e apelimit mund të pranojnë prova që janë jashtë kuadrit kohor normal të procedurës. Këto kategorizime kërkojnë një kuadër leksikor, në mënyrë që të krijohet një kuptim i përbashkët i situatave që lindin më shpesh dhe të cilat kanë vlerë më të madhe praktike.

Duke pasur parasysh elementet e mësipërme, duke marrë për bazë jurisprudencën e krijuar nga BE-ja⁽²⁾, Praktika paraqet katër lloje provash që janë dalluar dhe përkufizuar si dhe rrethanat që duhet të merren parasysh për pranimin e tyre në fazën e procedurave të apelimit.

Provat e reja

Provat e panjohura ose që nuk kanë qenë të disponueshme në procedurat në shkallë të parë dhe që paraqiten për herë të parë në mënyrë absolute në fazën e procedurave të apelimit. Këto prova nuk kanë lidhje me provat e paraqitura më parë.

Provat për herë të parë

Provat e njohura dhe të disponueshme në procedurat në shkallë të parë, por që nuk janë paraqitur në këtë fazë. Megjithatë, ato paraqiten për herë të parë fare në fazën e procedurave të apelimit.

Provat plotësuese/shtesë

Provat e paraqitura në procedurat e apelimit që plotësojnë, forcojnë ose sqarojnë provat që janë prodhuar më parë në kohën e duhur gjatë procedurave në shkallë të parë. Për shembull, provat e paraqitura si përgjigje ndaj argumenteve të palës tjetër për provat e paraqitura para organeve në shkallë të parë.

⁽²⁾ 14/05/2019, në çështjet e bashkuara T-89/18 dhe T-90/18, Café del Sol and CAFE DEL SOL, EU:T:2019:331, § 41-42; 21/07/2016, C-597/14 P, EUIPO v Grau Ferrer, EU:C:2016:579, § 26-27; 26/09/2013, C-610/11 P, Centrotherm, EU:C:2013:593, § 86-88; 18/07/2013, C-621/11 P, FISHBONE, EU:C:2013:484, § 30; shih edhe: Opinionin e Avokatit të Përgjithshëm Campos Sánchez-Bordona of 05/12/2017, C-478/16 P, GROUP Company TOURISM & Travel, EU:C:2017:939, § 60.

Provat e vonuara

Çdo provë e marrë pas afatit të vendosur gjatë procedurave të apelimit.

Megjithatë, duhet theksuar se kategoritë e mësipërme p.sh. *Provat e reja*, *Provat për herë të parë* dhe *Provat plotësuese/shtesë*, mund të jenë paraqitur me vonesë, duke treguar se mund të ketë mbivendosje midis përkufizimeve të mësipërme.

Përkufizimet e mësipërme paraqesin një terminologji të përbashkët për llojet e provave dhe janë në pajtim me jurisprudencën e BE-së. Ato mund të shërbejnë vetëm si orientim, për palët dhe përfaqësuesit e tyre, duke prodhuar kështu transparencë dhe parashikueshmëri më të madhe. Megjithatë, rekomandohet që edhe organet e tjera të apelimit të përdorin këto përkufizime, me kusht që të jenë të zbatueshme sipas legjislacionit kombëtar përkatës.

Rekomandime:

- Organet e apelimit, aty ku është e mundur dhe ku gjen zbatim, inkurajohen të përdorin përkufizimet e llojeve të provave të përvijuara më lart;
- Sa i takon pranimin të provave në fazën e procedurave të apelimit, duhet të merren parasysh rrethanat e mëposhtme:
 - (a) faktorët që mund të merren parasysh *pro* pranimin të provave në procedurat e apelimit:
 - 1) prova ka gjasë të ketë rëndësi për rezultatin e çështjes;
 - 2) prova nuk është prodhuar në kohë për një arsye të vlefshme, e cila mund të kuptohet *ndër të tjera* si një prej situatave të mëposhtme ku:
 - provat thjesht plotësojnë provat përkatëse që janë depozituar në kohën e duhur;
 - provat janë depozituar për të kundërshtuar gjetjet e bëra ose të shqyrtuara kryesisht në shkallë të parë në vendimin që është objekt i apelimit;
 - provat kanë dalë në dritë së fundmi ose më parë nuk ishin të disponueshme.
 - (b) faktorët që mund të merren parasysh *kundër* pranimin të provave në procedurat e apelimit:
 - 1) pala me vetëdije po përdor praktika për të shkaktuar vonesa ose po tregon pakujdesi të dukshme;
 - 2) pranimi i provës mund të shpjegohet në vonesa të paarsyeshme në procedurë.
- Pavarësisht llojit të provës, në rast se organi i apelimit e pranon atë, duhet të respektohet gjithmonë e drejta e palës tjetër për t'u përgjigjur/dëgjuar.

Kriteret e rekomanduara për pranimin e provave nuk janë detyruese dhe nuk ndikojnë te trajtimi i provave në organet e apelimit, të cilat gjithmonë kanë vetëgjykimin për të pranuar çdo lloj prove, në çdo moment, në përputhje me legjislacionin kombëtar si dhe me rrethanat e një çështjeje të caktuar.

3 PRAKTIKA E PËRBASHKËT

3.1 Mjetet dhe burimet e provave

Në procedurat e apelimit para Zyrrave të PI-së ose para organeve të apelimit, mund të paraqiten mjete të ndryshme provash. Disa nga këto mjete mund të përdoren më shpesh se të tjerat. Prandaj, si orientim për ShP-të, palët dhe përfaqësuesit e tyre, në këtë Praktikë është krijuar dhe përfshirë një listë joshteruese e mjeteve të provave. Përveç kësaj, më poshtë paraqitet një tabelë që tregon se çfarë synon të provojë depozitimi i provave në llojet më të zakonshme të çështjeve të markave tregtare.

Për më tepër, vëllimi i provave të nxjerra nga interneti, duke u nisur nga rritja aktuale dhe e ardhshme e tregtisë dhe marketingut në internet, ka gjasë të rritet në mënyrë të jashtëzakonshme në vitet që vijnë. Për këtë arsye, ky kre jep rekomandime dhe njohuri për provat online, për burimet, besueshmërinë dhe paraqitjen e tyre.

Në fund, kreu prezanton faktorët që mund të ndikojnë në autenticitetin, vërtetësinë dhe besueshmërinë e të gjitha llojeve të provave, ku përfshihen provat online.

3.1.1 Prodhimi i dokumenteve dhe i elementeve të provave

Në përgjithësi, palët mund të zgjedhin lirisht provat që ato duan të paraqesin para Zyrës së PI-së ose organeve të apelimit. Prandaj, si shembull, në procedurat e apelimit të markave tregtare mund të paraqiten mjetet e mëposhtme të provave:

3.1.1.1 Faturat dhe dokumente të tjera tregtare

Në këtë seksion, mund të gjenden dokumentet e mëposhtme:

- raportet e auditimit;
- raportet e inspektimit;
- raportet vjetore;
- profilet e shoqërisë, dokumentet tatimore, pasqyrat financiare, dokumentet që konfirmojnë shifrat e investuara nga zotëruesi i së drejtës për të promovuar ose reklamuar markën (shifrat dhe raportet e investimeve në reklama) dhe dokumentet e ngjashme që tregojnë *ndër të tjera* rezultatet ekonomike, vëllimin e shitjeve, xhiron ose përqindjen e tregut;
- faturat, urdhërporositë dhe fletët e dorëzimit, duke përfshirë dokumentet që konfirmojnë se porositë për mallrat dhe shërbimet përkatëse janë bërë nga një numër i caktuar klientësh në periudhën dhe territorin përkatës nëpërmjet faqes së internetit të zotëruesit të së drejtës;
- dokumentet që konfirmojnë se zotëruesi i së drejtës ka dhënë pëlqimin paraprak për përdorimin e markës tregtare (për shembull kur përdoret nga të licencuarit);
- dokumentet që konfirmojnë ekzistencën e një lidhjeje të drejtpërdrejtë ose të tërthortë midis palëve në procedurë para depozitimit të markës, për shembull marrëdhënie parakontraktore, marrëdhënie kontraktore ose paskontraktore (pjesa e mbetur);
- dokumentet që konfirmojnë vlerën që shoqëron markën, duke përfshirë shkallën në të cilën shfrytëzohet marka nëpërmjet licencimit, tregtimit dhe sponsorizimit;
- të dhënat për përforsim të suksesshëm, për shembull marrëveshje për caktimin e kufijve ose marrëveshje bashkëzistence në çështjet e markave tregtare.

3.1.1.2 Katalogët, reklamat dhe publiciteti

Ky seksion përfshin:

- katalogët;
- materialet reklamuese dhe promocionale, duke përfshirë listat e çmimeve si dhe mbulimin me reklamë dhe shpenzimet për to;
- printimet e faqeve ueb, të dyqaneve në internet, të faqeve ueb të shoqërive tregtare, arkivat e faqeve ueb, trafikun dhe të dhënat analitike të internetit (të faqeve ueb), spotet televizive dhe skedat me zë dhe figurë etj.;
- korrespondencat e biznesit dhe kartëvizitat e biznesit;
- materialet nga panairët dhe konferencat.

3.1.1.3 Publikimet

Ku përfshihen:

- artikujt, shënimet për shtyp dhe botime të tjera në gazeta, revista dhe materialet e tjera të printuara;
- ekstraktet nga udhëzues, libra, enciklopedi, fjalorë, kërkimet shkencore etj.

3.1.1.4 Mostrat

Këtu përfshihen:

- paketimet, etiketat, pullat e mallrave ose fotografitë e tyre.

3.1.1.5 Dokumentet zyrtare dhe publike

Ky dokumentacion mund të përmbledhë:

- vendimet e gjykatave ose autoriteteve administrative;
- vendimet e Zyrës së PI-së ose të organeve të apelimit;
- certifikatat dhe letrat e lëshuara nga gjykatat ose autoritetet administrative, ku përfshihen Zyrat e PI-së ose organet e apelimit si dhe dhomat e tregtisë dhe industrisë;
- listat e aplikimeve ose regjistrimeve të kryera nga zotëruesi i të drejtave bashkë me ekstraktet nga regjistrat zyrtarë (bazat zyrtare të të dhënave) ose certifikatat e tyre;
- hiperlidhjet⁽³⁾ dhe adresat URL⁽⁴⁾ të dokumentit përkatës në bazat zyrtare të të dhënave;
- listat e aplikimeve ose regjistrimeve të kryera nga palët e treta, emrat e shoqërisë tregtare dhe emrat e domeneve që përmbajnë markën përkatëse ose elementet e saj bashkë me ekstraktet nga regjistrat zyrtarë (bazat zyrtare të të dhënave).

3.1.1.6 Deklarimet e dëshmitarëve

Të cilat përmbajnë:

- deklarinimet e dëshmitarëve.

3.1.1.7 Dëshmitë nën betim ose të pohuara

Këtu përfshihen:

- Dëshmitë nën betim ose të pohuara me shkrim ose pohime që kanë të njëjtin efekt sipas ligjit të shtetit në të cilin ato bëhen.

3.1.1.8 Studimet e tregut

Të cilat përmbajnë:

- studimet e tregut dhe anketa opinionit.

3.1.1.9 Ekstraktet nga mediat sociale

Këtu mund të hyjnë materialet e nxjerra nga:

- blogjet;

⁽³⁾ Një referencë të informacioni ku përdoruesi mund të shkojë direkt duke klikuar, shtypur ose duke kaluar mausin mbi hiperlidhjen. Një hiperlidhje mund të jetë një dokument i tërë ose lidhje për te një element specifik brenda dokumentit.

⁽⁴⁾ URL (Uniform Resource Locator): Një referencë specifike për te një burim në rrjet, i cili mund të gjendet në World Wide Web [Rrjeti mbarëbotëror]. URL-të përdoren zakonisht për të referencuar faqet ueb (http), transferimin e skedave (FTP), e-maillet (mailto), aksesin në bazat e të dhënave (JDBC), dhe aplikacione të tjera.

- forumet;
- platformat e mediave sociale;
- të dhënat analitike të mediave sociale.

3.1.1.10 Dokumentet e tjera

Në këtë seksion, mund të gjenden dokumentet e mëposhtme:

- certifikimet, renditjet dhe çmimet;
- dokumentet që konfirmojnë se një aplikim për markë tregtare ka devijuar nga qëllimi fillestar dhe është depozituar në mënyrë spekulative ose vetëm me qëllimin për të marrë kompensim financiar;
- pranimi i kërkesës për pushim ose heqje dorë.

Lista e mësipërme (3.1.1.1 — 3.1.1.10) është thjesht orientuese dhe nuk pasqyron shkallën e rëndësisë që ka prova ose vlerën provuese të saj. Lista gjithashtu është **joshteruese** prandaj, pala mund të paraqesë çfarëdo prove tjetër që ka rëndësi për çështjen në fjalë dhe prova mund të merret parasysh nga Zyra e PI-së ose nga organet e apelimit. Çështjet e vlerësimit të provave mbeten gjithmonë në vetëgjykimin e këtyre organeve.

3.1.1.11 Synimi i depozitimit të provave

Në përgjithësi, nuk ka kufizime që të kushtëzojnë vërtetimin dhe provimin e ndonjë fakti vetëm me disa mjete të caktuara provash. Prandaj në çështje të ndryshme mund të paraqiten mjetet e provave të renditura më lart. Megjithatë, për qëllimet e këtij dokumenti, më poshtë paraqitet një tabelë me llojet më të zakonshme të çështjeve të lidhura me markat tregtare dhe me synimin e depozitimit të provave.

Duhet theksuar se kolona “Synimi i depozitimit të provave” zbatohet për palët dhe përfaqësuesit e tyre (përfshirë palët e treta në procedurë, p.sh. kur depozitojnë vëzhgime), jo për Zyrën e PI-së ose organet e apelimit.

Për më tepër, duke qenë se data/periudha përkatëse është faktor i rëndësishëm për provat në të gjitha llojet e çështjeve të renditura më poshtë, ky faktor duhet të merret gjithmonë parasysh nga palët në procedurë dhe nga përfaqësuesit e tyre. Nuk rekomandohet të depozitohen prova për data jashtë periudhës përkatëse kohore, me përjashtim të rastit ku pala shpjegon ndikimin e tyre në datën/periudhën përkatëse kohore (shih edhe nënkreun 3.2).

Koncepte ligjore/ Llojet e çështjeve	Synimi i depozitimit të provave
Karakter dallues i fituar nga përdorimi	Për të vërtetuar se një markë ka fituar karakter dallues, në zonën e caktuar gjeografike, lidhur me mallrat ose shërbimet për të cilat është kërkuar ose është regjistruar marka, sipas përdorimit që i është bërë kësaj marke ⁽⁵⁾ .
Karakter dallues i rritur	Për të vërtetuar se një markë ka fituar karakter dallues të rritur, në zonën e caktuar gjeografike, si pasojë e përdorimit që i është bërë kësaj marke ⁽⁶⁾ . Provat e karakterit dallues të rritur të fituar nga përdorimi duhet t'u referohen edhe mallrave dhe shërbimeve përkatëse.

⁽⁵⁾ Neni 4(4) dhe 4(5) i Direktivës së BE-së për Markat Tregtare Nr. 2015/2436; Neni 7(3) dhe Neni 59(2) i Rregullores së BE-së për Markat Tregtare Nr. 2017/1001.

⁽⁶⁾ 12/03/2008, T-332/04, Coto D'Arcis, EU:T:2008:69, § 50.

Reputacioni	Për të vërtetuar se një markë është e njohur nga një pjesë dërrmuese e publikut të synuar, në territorin ku pretendohet reputacioni, për mallrat dhe shërbimet e mbuluara nga kjo markë tregtare. Faktorët me peshë janë, për shembull, pjesa e tregut që zotëron kjo markë; intensiteti, shtrirja gjeografike dhe kohëzgjatja e përdorimit të saj; dhe përmasat e investimit të bërë nga sipërmarrja për promovimin e saj ⁽⁷⁾ .
Markë e mirënjohur	Për të provuar se një markë është e mirënjohur në territorin përkatës, sipas kuptimit të fjalës “mirënjohur” e përdorur në Nenin 6bis të Konventës së Parisit ⁽⁸⁾ . Marka duhet të jetë e mirënjohur në sektorin përkatës të publikut për ato mallra dhe shërbime të veçanta ⁽⁹⁾ .
Dëshmi e përdorimit/ Përdorim i vërtetë	Për të vërtetuar se brenda një periudhe specifike, zotëruesi e ka përdorur vërtet markën tregtare në territorin përkatës lidhur me mallrat ose shërbimet përkatëse për të cilat marka është regjistruar ⁽¹⁰⁾ . Dëshmia duhet të përmbajë tregues për vendin, kohën, shkallën dhe natyrën e përdorimit të markës tregtare ⁽¹¹⁾ .
Markë jo e dallueshme	Për të vërtetuar se marka tregtare është e zhveshur nga karakteri dallues ⁽¹²⁾ . Kjo dallueshmëri mund të çmohet vetëm duke i referuar, së pari, mallrave dhe shërbimeve për të cilat marka kërkohet të regjistrohet ose për të cilat është regjistruar dhe, së dyti, duke i referuar perceptimit të publikut përkatës për atë shenjë ⁽¹³⁾ , në territorin përkatës.
Markë përshkruese	Për të vërtetuar se një markë tregtare përbëhet vetëm nga shenja ose tregues të cilët mund të shërbejnë, në tregti, për të treguar llojin, cilësinë, sasinë, qëllimin e synuar, vlerën, origjinën gjeografike ose kohën e prodhimit të mallrave ose të dhënies së shërbimit ose nga karakteristika të tjera të mallrave ose shërbimeve për të cilat kërkohet regjistrimi ose për të cilat marka është regjistruar ⁽¹⁴⁾ , në territorin përkatës.
Shenjë ose tregues i zakonshëm	Për të vërtetuar se një markë tregtare përbëhet vetëm nga shenja ose tregues të cilët janë bërë të zakonshëm një gjuhën e përditshme ose në praktikat e ndershme dhe të vazhdueshme të tregtimit të mallrave dhe shërbimeve për të cilat kërkohet regjistrimi ose për të cilat marka është regjistruar ⁽¹⁵⁾ , në territorin përkatës.
Markë mashtruese	Për të vërtetuar se një markë tregtare është e një natyre të tillë që mashtron publikun, për shembull, për nga natyra, cilësia ose origjina gjeografike e mallrave dhe shërbimeve ⁽¹⁶⁾ të specifikuar, për të cilat kërkohet regjistrimi ose për të cilat marka është regjistruar, në territorin përkatës.

⁽⁷⁾ 14/09/1999, C-375/97, Chevy, EU:C:1999:408, § 22-27; 10/05/2007, T-47/06, NASDAQ, EU:T:2007:131, § 51-52.

⁽⁸⁾ Neni 5(2)(d) i Direktivës së BE-së për Markat Tregtare Nr. 2015/2436; Neni 8(2)(c) dhe Neni 60 i Rregullores së BE-së për Markat Tregtare Nr.2017/1001; shih edhe: 22/11/2007, C- 328/06, Alfredo Nieto Nuño v Leonci Monlleó Franquet, EU:C:2007:704.

⁽⁹⁾ Edhe pse termat “e mirënjohur” dhe “reputacion” shprehin koncepte ligjore të veçanta, nuk ka mbivendosje thelbësore ndërmjet tyre. Prandaj, në praktikë, pragu për të përcaktuar nëse një markë tregtare është e mirënjohur ose gëzon reputacion do të jetë gjithmonë i njëjtë, duke qenë se në të dy rastet vlerësimi bazohet kryesisht në konsiderata sasiore të lidhura me shkallën e njohjes së markës nga publiku.

⁽¹⁰⁾ Neni 16 i Direktivës së BE-së për Markat Tregtare Nr. 2015/2436; Neni 18 i Rregullores së BE-së për Markat Tregtare Nr 2017/1001.

⁽¹¹⁾ 05/10/2010, T-92/09, STRATEGI, EU:T:2010:424, § 41.

⁽¹²⁾ Neni 4(1)(b) i Direktivës së BE-së për Markat Tregtare Nr. 2015/2436; Neni 7(1)(b) dhe Neni 59 (1)(a) i Rregullores së BE-së për Markat Tregtare Nr.2017/1001.

⁽¹³⁾ 12/07/2012, C-311/11 P, WIR MACHEN DAS BESONDERE EINFACH, EU:C:2012:460, § 24.

⁽¹⁴⁾ Neni 4(1)(c) i Direktivës së BE-së për Markat Tregtare Nr. 2015/2436; Neni 7(1)(c) dhe Neni 59 (1)(a) i Rregullores së BE-së për Markat Tregtare Nr.2017/1001.

⁽¹⁵⁾ Neni 4(1)(d) i Direktivës së BE-së për Markat Tregtare Nr. 2015/2436; Neni 7(1)(d) dhe Neni 59(1)(a) i Rregullores së BE-së për Markat Tregtare Nr. 2017/1001.

⁽¹⁶⁾ Neni 4(1)(g) i Direktivës së BE-së për Markat Tregtare Nr. 2015/2436; Neni 7(1)(g) dhe Neni 59(1)(a) i Rregullores së BE-së për Markat Tregtare Nr.2017/1001.

Markë e përgjithshme (procedurat e shfuqizimit)	Për të vërtetuar se, si rezultat i veprimeve ose mosveprimeve të pronarit, marka tregtare është kthyer në emër të zakonshëm në tregti, në territorin përkatës, për një produkt ose shërbim për të cilin marka është regjistruar ⁽¹⁷⁾ .
Keqbesimi	Për të provuar sjelljen që është larg parimeve të pranuarra për sjelljen etike ose për praktikatat e ndershme tregtare ose të biznesit ⁽¹⁸⁾ .

Edhe tabela e mësipërme duhet të konsiderohet si **joshteruese**.

Rekomandime:

- Në procedurë palët mund të paraqesin lloje të ndryshme provash për të vërtetuar të njëjtin fakt. Shqyrtimi global i këtyre elementeve të provave kërkon që ato të çmohen në raport me njëra-tjetrën. Edhe pse disa elemente provash nuk janë vendimtare, ato mund të kontribuojnë për të vërtetuar faktin përkatës, kur shqyrtohen të kombinuara me elemente të tjera.

3.1.2 Provat online: burimet, besueshmëria dhe paraqitja

Për qëllimet e këtij Dokumenti Praktike, provat e marra online duhet të kuptohen si prova të nxjerra nga interneti. Nisur nga roli në rritje i tregtisë elektronike, i mediave sociale dhe i platformave të tjera të biznesit online, është logjike që, si rregull i përgjithshëm, provat online duhet të pranohen si mjete të vlefshme provash⁽¹⁹⁾.

Megjithatë, natyra e internetit mund ta vështirësojë vërtetimin e përmbajtjes aktuale në internet dhe datën ose periudhën kur kjo përmbajtje është bërë faktikisht e disponueshme për publikun. Faqet ueb përditësohen me lehtësi dhe shumica e tyre nuk ofrojnë arkiva të materialeve të publikuara më parë, as nuk shfaqin të dhëna të cilat t'i bëjnë të mundur publikut të përcaktojë me saktësi se çfarë është publikuar ose kur është publikuar. Prandaj, lind problemi i "besueshmërisë" së provave online.

Duhet të theksohet se ky nënkre mbështetet në rekomandimet e Dokumentit Praktik CP10 — Kriteret për vlerësimin e përhapjes së disenjove në internet⁽²⁰⁾. Edhe pse disa prej këtyre rekomandimeve mund të gjejnë zbatim për të drejta të tjera të PI-së ose për provat që lidhen me to, për nga metodologjia e përdorur për t'i vlerësuar ato, mund të jetë e nevojshme dhe rekomandohet që ato të përshtaten me specifikat e markave tregtare.

3.1.2.1 Bazat elektronike të të dhënave

Për shembull, për të provuar një aplikim ose regjistrim më të hershëm të një marke tregtare (ekzistencën e saj, vlefshmërinë, fushëveprimin e mbrojtjes etj.), gjatë procedurës pala duhet t'i paraqesë Zyrës së PI-së ose organeve të apelimit provat për depozitimin e kërkesës ose për regjistrimin e markës. Prandaj rekomandohet që të depozitohen ekstrakte nga bazat përkatëse të të dhënave në internet.

Ekstraktet nga bazat e të dhënave duhet gjithmonë të pranohen nëse origjina e tyre është një bazë të dhënash zyrtare, siç shpjegohet më poshtë te rekomandimet.

Për më tepër, përveç dorëzimit të provave fizike për motivacionin, në çështjet ku provat kanë të bëjnë me depozitimin ose regjistrimin e të drejtave të mëparshme, në vend të tyre pala

⁽¹⁷⁾ Neni 20(a) i Direktivës së BE-së për Markat Tregtare Nr.2015/2436; Neni 58(1)(b) i Rregullores së BE-së për Markat Tregtare Nr 2017/1001.

⁽¹⁸⁾ Opinioni i Avokatit të Përgjithshëm Sharpston, datë 12.03.2009, C-529/07, Lindt Goldhase, EU:C:2009:148, § 60.

⁽¹⁹⁾ 06/11/2011, T-508/08, Representation of a loudspeaker, EU:T:2011:575, § 75.

⁽²⁰⁾ https://euipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/News/cp10/CP10_en.pdf

mund të mbështetet formalisht te një hiperlidhje e drejtpërdrejtë ose te një adresë URL e bazave zyrtare të të dhënave të treguara më poshtë .

Rekomandime:

- Ekstraktet nga bazat e të dhënave online duhet të pranohen nëse origjina e tyre është ose baza zyrtare e të dhënave e një Zyre të PI-së ose bazat zyrtare të të dhënave të mirëmbajtura nga institucionet e BE-së ose organizatat ndërkombëtare (p.sh. baza e të dhënave “eSearch Plus” e EUIPO-s ose “Madrid Monitor” e WIPO-s⁽²¹⁾).
- Edhe ekstraktet nga “TMview” duhet të pranohen⁽²²⁾ si provë për regjistrimet ndërkombëtare dhe për aplikimet për markë tregtare ose për markat e regjistruara në zyrat pjesëmarrëse, për sa kohë ato përmbajnë të dhëna të lidhura drejtpërdrejt me çështjen.
- Kur ekstrakti nga një bazë të dhënash zyrtare nuk e përmban të gjithë informacionin e kërkuar, pala duhet ta plotësojë atë me dokumente të tjera nga një burim zyrtar, të cilat duhet të tregojnë informacionin që mungon.
- Sa i takon markave tregtare figurë, përfaqësimi i markës duhet të shfaqet në të njëjtën faqe të ekstraktit. Nëse kjo nuk ndodh, duhet të depozitohet një dokument/faqe zyrtare shtesë ku të tregohet imazhi. Mund të bëhet fjalë për vetë bazën e të dhënave (e cila riprodhon imazhin në një faqe më vete e cila, kur printohet ose ruhet si PDF, për shembull, përfshin identifikimin e burimit) ose një burim tjetër zyrtar (si botimi i saj në një buletin zyrtar).

3.1.2.2 Arkivat e faqeve ueb

Shërbimet e arkivimit të faqeve ueb janë proceset e mbledhjes së pjesëve nga “World Wide Web” për të siguruar që informacioni të ruhet në një arkiv për kërkuesit e ardhshëm, për historianët dhe publikun. Për më tepër, arkivat e faqeve ueb, të tilla si “WayBack Machine”⁽²³⁾, u bëjnë të mundur përdoruesve të shohin versionet e arkivuara në memorien specifike të faqeve ueb në kohë. Përmbajtja e arkivave të faqeve ueb përfshin edhe treguesit e datave.

Rekomandime:

- Printimet e nxjerra nga arkivat e faqeve ueb, të tilla si “WayBack Machine”, mund të konsiderohen si lloje të besueshme provash në internet⁽²⁴⁾;
- Megjithatë, rekomandohet që printimet nga arkivat e faqeve ueb, si “WayBack Machine”, të mbështeten me prova të tjera nga burime alternative, aty ku brenda arsyes është e mundur të merren këto prova të tjera.

3.1.2.3 Faqet ueb të redaktueshme

Në përgjithësi, besueshmëria e informacionit të marrë nga faqet ueb të redaktueshme, të tilla si “Wikipedia” ose “Acronym Finder” nuk duhet të vihet në dyshim vetëm për faktin se përdoruesit kanë mundësinë për të shtuar të dhëna të reja⁽²⁵⁾. Megjithatë, përmbajtja/informacioni i marrë nga faqet ueb të redaktueshme si “Wikipedia” ose “Acronym Finder”, mund të konsiderohen si të pasigurta⁽²⁶⁾. Në një rast të tillë, këshillohet që ky informacion të vërtetohet me prova të tjera.

⁽²¹⁾ Versioni “i shkurtër” i ekstraktit mjafton për sa kohë përmban të gjitha informacionet e nevojshme, por preferohet versioni i zgjeruar ose i gjatë i ekstraktit të WIPO-s sepse përmban të gjithë treguesit individualë për çdo vend të përcaktuar, ku përfshihet edhe deklarata e dhënies së mbrojtjes.

⁽²²⁾ 06/12/2018, T-848/16, Deichmann SE v EUIPO, EU:T:2018:884, § 61 dhe 70.

⁽²³⁾ Arkiv digjital në internet që kap, menaxhon dhe kërkon përmbajtje digjitale në “World Wide Web” dhe në internet.

⁽²⁴⁾ Për shembull: 19/11/2014, T-344/13, FUNNY BANDS, EU:T:2014:974, § 30-31 (lidhur me “WayBack Machine”).

⁽²⁵⁾ 25/09/2018, T-180/17, EM, EU:T:2018:591, § 77.

⁽²⁶⁾ 29/11/2018, T- 373/17, LV BET ZAKŁADY BUKMACHERSKIE, EU:T:2018:850, § 98.

Duhet gjithashtu të thuhet se çështja e besueshmërisë së faqeve ueb të redaktueshme, sidomos e faqes “Wikipedia”, duhet të merret në konsideratë nën dritën e zhvillimeve të jurisprudencës dhe zhvillimeve teknike.

Rekomandime:

- Fjalorët, enciklopeditë ose bazat e të dhënave të redaktueshme dhe kolektive në internet, si “AcronymFinder” ose “Wikipedia”, mund të përdoren si referencë, por duhet marrë në konsideratë nevoja që ky informacion të shoqërohet me prova justifikuese ose vërtetuese;
- Në rast se pala në procedurën e apelimit dëshiron të hedhë poshtë informacionin e faqeve ueb të redaktueshme, të tilla si “Wikipedia” dhe “Acronym Finder”, këshillohet që të depozitohen dokumente ose prova shtesë⁽²⁷⁾;
- Një mënyrë tjetër për të vërtetuar në mënyrë të mjaftueshme përdorimin efektiv të një shkurtime të dhënë, përveç bazave të të dhënave në internet të tipit “Acronym Finder”, mund të jetë përdorimi i shkurtimeve nga një numër profesionistësh ose nga konsumatorët përkatës në fushën përkatëse në internet.

3.1.2.4 Faqet ueb të paredaktueshme

Printimet nga faqet ueb të paredaktueshme duhet të përmbajnë referenca për datat dhe vendet ku, për shembull, mallrat në fjalë janë tregtuar ose ku është përdorur materiali në fjalë (të tilla si materialet promovionale të paraqitura në printime etj.)⁽²⁸⁾.

Rekomandime:

- Në parim nuk ka nevojë të depozitohen prova vërtetuese kur paraqiten printime ose kapje ekrani⁽²⁹⁾ nga faqet ueb të paredaktueshme (përveç rastit kur kundërshtohen ose prapësohen ose kur mungojnë të dhënat përkatëse ose kur prova është nxjerrë nga faqet ueb të paredaktueshme në pronësi të palës së interesuar).

3.1.2.5 Të dhënat analitike të faqes ueb (trafiku, raportimet dhe statistikat e faqes së internetit)

Përdorimi i kapjeve të ekranit për të vërtetuar ekzistencën e një faqeje ueb nuk vërteton intensitetin e pretenduar të përdorimit tregtar të të drejtave të kërkuara. Kjo mund të tregohet, *ndër të tjera*, nga një numër i caktuar vizitash në faqe, nga posta elektronike e marrë nëpërmjet faqes ose nga vëllimi i biznesit të prodhuar⁽³⁰⁾. Renditja e lartë për nga numri i vizitorëve mund të shërbejë, për shembull, për të vërtetuar se një markë e caktuar, e cila përsëritet në emrin e faqes ueb të palës⁽³¹⁾ ose që shfaqet në mënyrë të dukshme në këtë faqe ueb, ka fituar karakter dallues nga përdorimi në vendet e interesuara.

Mund të merren parasysh edhe forma të tjera komunikimi ose ndërveprimi me faqen e internetit.

Gjithashtu raportet analitike të faqeve ueb (duke përfshirë mediat sociale) mund të jenë të dobishme në rastin e provave që lidhen, në veçanti, me fushatat me pagesë në internet.

Rekomandime:

- Trafiku i faqes ueb⁽³²⁾ mund të jetë faktor për t’u marrë në konsideratë, për shembull,

⁽²⁷⁾ 25/09/2018, T-180/17, EM, EU:T:2018:591, § 78.

⁽²⁸⁾ 12/09/2007, T-164/06, BASICS, EU:T:2007:274, § 50.

⁽²⁹⁾ Një pamje digjitale e krijuar duke kapur pjesë ose të gjithë informacionin e shfaqur në një ekran (p.sh. ekran kompjuteri, televizor ose pajisje e lëvizshme) në një moment të caktuar.

⁽³⁰⁾ 19/11/2014, T-344/13, FUNNY BANDS, EU:T:2014:974, § 29.

⁽³¹⁾ 14/12/2017, T-304/16, BET 365, EU:T:2017:912, § 66.

⁽³²⁾ Sasia e të dhënave të dërguara dhe të marra nga vizitorët e një faqeje ueb.

në çështjet për përdorimin e vërtetë, për karakterin dallues të fituar nga përdorimi ose për reputacionin. Ekzistojnë mënyra të ndryshme për të matur trafikun e faqes ueb, si shikimet e faqes⁽³³⁾, lloje të tjera matjeje si page hit⁽³⁴⁾ dhe një sesion⁽³⁵⁾, të cilat gjithashtu mund të shprehen në terma sasiorë me ndihmën e instrumenteve të analizës së faqeve të internetit ose me instrumente të tjera.

- Këshillohet që pala të depozitojë një raport analitik të plotë, jo të pjesshëm, të faqes ueb. Megjithatë, si standard minimal, pala duhet të depozitojë raportin ku shfaqen: diapazoni i datave, numri i përdoruesve (p.sh. përdoruesit, përdoruesit e rinj, vizitorët e rinj dhe vizitorët e rikthyer), vendndodhja e tyre territoriale/gjeografike, kohëzgjatja mesatare e sesionit dhe “bounce rate”⁽³⁶⁾.
- Në rast se produkti ose shërbimi në fjalë ka një nënfaqe, pala duhet të depozitojë edhe një raport analitik për këtë nënfaqe ose ku përfshihet kjo nënfaqe.
- Kur vlerësohet disponueshmëria e markës ose e mallrave dhe e shërbimeve në internet, rekomandohet të merren në konsideratë sistemet e etiketimit (tagging systems), fjalët me shenjën diezi (hashtag) dhe lidhjet ndërmjet ndërmjet termave të kërkimit dhe imazheve të përmbajtjes përkatëse nëpër platformat e ndryshme në internet⁽³⁷⁾.
- Edhe treguesit e “popullaritetit” në platformat e mediave sociale si numri i personave të arritur, shikimet, klikimet e postimit, reagimet, komentet, shpërndarjet, ndjekësit dhe pëlqimet mund të merren për bazë kur vlerësohet disponueshmëria e përmbajtjes përkatëse.
- Në rast se depozitohen printime ose kapje ekrani nga platformat e mediave sociale ku shfaqet përmbajtje me pëlqime, shikime dhe ndjekës etj. pala duhet të depozitojë edhe raporte analitike nga platforma e medias sociale ku të tregohet origjina territoriale/gjeografike e përdoruesve që kanë dhënë pëlqime, shikime dhe ndjekje etj. (shih edhe nënkreun 3.1.2.6). Nëse është me rëndësi, këshillohet edhe të tregohet më shumë informacion për përdoruesit si gjinia, mosha etj., nëse pala mund t’i nxjerrë këto të dhëna një platformë e dhënë ose nga instrumentet e saj të analizës.

3.1.2.6 Mediat sociale

Me media sociale duhet të kuptojmë: aplikacionet, programet dhe faqet ueb në kompjuter ose pajisje të lëvizshme të cilat u mundësojnë njerëzve të komunikojnë dhe shpërndajnë informacion në internet, të tilla si blogjet dhe faqet ueb të rrjeteve sociale.

Disa nga tiparet kryesore të mediave sociale janë se përmbajtja krijohet nga përdoruesit dhe se përhapja e informacionit mund të jetë tejte e shpejtë dhe e gjerë. Për më tepër, disa shërbime të mediave sociale krijojnë mundësinë për të rikuperuar informacion historik ose edhe për të kërkuar përmbajtje. Në raste të tjera, përmbajtja mund të jetë e disponueshme vetëm për një kohë të shkurtër.

Nga ana tjetër, është e ditur se vetë faqet e mediave sociale krijojnë vëllim shumë të madh informacioni që nuk mund të kontrollohet ose ndryshohet nga pronari i llogarisë ose faqes, p.sh. data e krijimit të llogarisë ose informacioni për ndryshimin e emrit të llogarisë/faqes.

⁽³³⁾ Një vizitë në një faqe të një faqeje ueb specifike. Në rast se vizitori e ringarkon faqen, kjo llogaritet si një shikim shtesë i faqes. Në rast se përdoruesi lundron në një faqe tjetër dhe kthehet prapë në faqen fillestare, kjo llogaritet si shikim shtesë i faqes.

⁽³⁴⁾ Kërkesë e vetme për skedë në regjistrin e aksesit të serverit ueb. Një kërkesë për një faqe HTML me tre imazhe grafike do të llogaritet si katër goditje në regjistrin: një për skedën me tekst HTML dhe një për çdo skedë me imazh grafik.

⁽³⁵⁾ Një periudhë e paspecifikuar kohe brenda së cilës një përdorues është lidhur me një faqe ueb specifike, qoftë kjo në mënyrë të vazhdueshme apo me ndërprerje. Lidhja me ndërprerje është përfshirë në përkufizimin e sesionit në mënyrë që të zbritet mundësia e shkëputjeve të shumta dhe të qëllimshme dhe i rilidhjeve që kanë për qëllim të fryjnë numrin e shikimeve të faqeve në një faqe uebi.

⁽³⁶⁾ Matja e sesioneve të një faqeje të vetme ku përdoruesi viziton një faqe ueb dhe largohet pa asnjë ndërveprim tjetër (shprehur në %).

⁽³⁷⁾ Një grup teknologjish që përdoren si bazë mbi të cilën zhvillohen aplikacione, procese ose teknologji të tjera. Në informatikën individuale, është hardueri bazë (kompjuteri) dhe softueri (sistemi operativ) mbi të cilat funksionojnë aplikacionet softuerike.

Prandaj, ky informacion mund të konsiderohet se vjen nga një palë e tretë.

Në fund, duhet thënë se rekomandimet e mëposhtme mund të zbatohen jo vetëm për llojet e faqeve ueb të përmendura më sipër, por edhe për faqe të tjera ueb të patrajuara në këtë Praktikë.

Rekomandime:

- Ekstraktet nga mediat sociale mund të trajtohen si burime të pavarura⁽³⁸⁾ deri në masën ku ato përmbajnë informacione të krijuara nga vetë platformat, të cilat nuk mund të kontrollohen ose ndryshohen nga pronari i faqes/llogarisë. Këto informacione mund të përmbajnë, për shembull, datën e krijimit të llogarisë ose informacion për datën e ndryshimit të emrit të llogarisë/faqes.
- Megjithatë, duke pasur parasysh se përmbajtja e disa mediave sociale mund të ndryshohet ose rritet, rekomandohet që provat që përmbajnë pëlqime, ndjekës, shikime etj. duhet të vërtetohen nga prova të tjera, në veçanti, aty ku është e zbatueshme, me shifrat e shitjeve që lidhen me markën tregtare dhe territorin në fjalë.
- Provat e marra nga faqet ueb të mediave sociale duhet të paraqiten të printuara ose me kapje ekrani të informacionit përkatës të paraqitur aty.
- Provat e depozituara duhet të shfaqin një imazh të qartë të përmbajtjes përkatëse (markë, mallra dhe shërbime etj.), datën e publikimit të përmbajtjes dhe adresën URL si dhe lidhjen e saj me subjektin/palën në fjalë. Për më tepër, siç është përshkruar në nënkreun më lart për raportet analitike të faqeve ueb, printimet ose kapjet e ekranit nga platformat e mediave sociale duhet të depozitohen bashkë me raportet analitike, të cilat gjithashtu tregojnë origjinën territoriale/gjeografike të përdoruesve që i kanë dhënë pëlqime, shikime dhe që ndjekin faqen etj. (shih edhe nënkreun 3.1.2.5).
- Në rast se depozitohen prova për personat që ndikojnë në marketing (marketing influencer), pala duhet të japë informacionin kryesor për atë ndikues, për shembull, vendndodhjen gjeografike të këtij ndikuesi dhe shpenzimet përkatëse për reklamë, sepse mund të jetë me rëndësi në vlerësimin e provës. Prova duhet edhe të tregojë rezultatet e fushatave të kryera për të fituar ndjekës, për shembull, duke paraqitur vëllimin e shitjeve për secilin vend nëpërmjet adresës URL ose kodit specifik të ndikuesit.
- Informacioni për qëllimin dhe karakteristikat kryesore të faqes ueb të medias sociale në fjalë mund të jetë i rëndësishëm në vlerësimin e disponueshmërisë së përmbajtjes.

3.1.2.7 Faqet ueb që shpërndajnë video dhe fotografi

Përmbajtja përkatëse në procedurat e markave tregtare mund të përhapet duke shpërndarë imazhe dhe video në internet.

Sa i takon datës përkatëse, kjo mund të jetë data në të cilën:

- imazhi ose videoja është parë vërtet; ose
- është bërë e disponueshme për shikim ose shkarkim p.sh. në një platformë online.

Ky informacion mund të merret nga raportet analitike. Në nënkrerët 3.1.2.5 dhe 3.1.2.6 më lart janë përshkruar detaje të mëtejshme.

Edhe pse imazhi mund të paraqitet normalisht në një printim ose kapje ekrani, mënyrat për paraqitjen e provave të përmbajtura në një video mund të ndryshojnë. Mund të jetë vetë videoja e depozituar si provë (p.sh. si skedë) ose vetëm kapjet e pjesëve përkatëse ku paraqitet përmbajtja në fjalë.

Duhet të theksohet se nuk është e mjaftueshme të paraqitet vetëm një hiperlidhje ose adresë URL e videos, sepse përmbajtja e saj mund të fshihet ose ndryshohet. Këto elemente duhet

⁽³⁸⁾ 24/10/2017, T-202/16, coffeinn, EU:T:2017:750, § 51.

të shoqërohen me printime ose kapje ekrani të përmbajtjes përkatëse të gjendur në atë video.

Rekomandime:

- Kur depozitohet vetë videoja, duhet të jepet informacioni se ku dhe kur ajo është bërë e disponueshme për publikun (p.sh. prova si printime të videos të postuar në faqet e mediave sociale ose kur videoja është shfaqur si reklamë në një faqe ueb).
- Kur paraqitet një video si provë, rekomandohet të tregohet momenti i saktë [minuta(t), sekonda(t)] në të cilin marka, mallrat dhe shërbimet ose përmbajtja tjetër përkatëse janë të dukshme në video.
- Aty ku nuk ka datë tjetër që të tregojë publikimin e një përmbajtjeje të caktuar në internet, mund të shërbejnë si provë komentet e bëra nga përdoruesit, me kusht që ato të kenë datë dhe të duket se janë të besueshme.
- Duhet të jepet informacioni për burimin ku përmbahen imazhet ose videoja.
- Këshillohet të paraqitet informacion shtesë ose një raport analitik për numrin e shikimeve që kjo video ka marrë në të vërtetë (p.sh. të jepen prova si printime nga një faqe ueb që shpërndan video), diapazonin e datave dhe origjinën territoriale/gjeografike të shikuesve. Nëse është me rëndësi, këshillohet edhe të tregohet më shumë informacion për shikuesit si gjinia, mosha etj., nëse këto të dhëna mund të nxirren nga një platformë e dhënë ose nga instrumentet e saj të analizës.

3.1.2.8 Hiperlidhjet dhe adresat URL

Me disa përjashtime të kufizuara, hiperlidhjet ose adresat URL në vetvete nuk mund të konsiderohen si provë e mjaftueshme. Këto duhet të plotësohen me prova shtesë. Kjo ndodh sepse informacioni i aksesueshëm nëpërmjet hiperlidhjes ose adresës URL mund të ndryshohet ose fshihet më vonë. Për më tepër, mund të jetë e vështirë të identifikohet përmbajtja përkatëse (marka, data e publikimit etj.).

Rekomandime:

- Duhet të pranohet përdorimi një hiperlidhjeje ose adrese URL të drejtpërdrejtë me bazat zyrtare të të dhënave të Zyrrave të PI-së, me bazat zyrtare të të dhënave të mirëmbajtura nga institucionet dhe organet e BE-së ose institucionet ndërkombëtare (siç përshkruhet në nënkreun 3.1.2.1 me lart). Megjithatë, në rast se pala mbështetet në këto lloje provash online, duhet ta deklarojë shprehimisht këtë dhe duhet të identifikohet qartë burimi online.
- Me përjashtim të hiperlidhjeve dhe adresave URL të bazave të të dhënave të mësipërme, kur paraqiten si provë një adresë URL ose një hiperlidhje, duhet të paraqitet edhe një printim ose kapje ekrani e informacionit përkatës të gjendur aty.

Duhet të theksohet se pavarësisht se palët deklarojnë dhe përdorin formalisht një hiperlidhje ose adresë URL direkte me bazat zyrtare të të dhënave, siç e kemi përshkruar më lart, ato duhet të kenë detyrimin të verifikojnë që burimet online të pasqyrojnë informacionin përkatës më të saktë dhe më të përditësuar.

Për më tepër, në rastin ku pala prapë paraqet prova fizike pa revokuar formalisht deklarin e saj të mëparshëm për përdorimin e një hiperlidhjeje ose adrese URL, aty ku ka kundërshti ndërmjet provës online dhe provës fizike, duhet të pranohet prova më e përditësuar.

3.1.2.9 Platformat e tregtisë elektronike

Mjaft faqe ueb sot i kushtohen formave të ndryshme të tregtisë elektronike, si shitja me pakicë në internet, ankandet në internet dhe tregjet në internet. Sa i takon datës përkatëse, platformat e tregtisë elektronike⁽³⁹⁾ shumë shpesh e tregojnë datën në të cilën, për shembull, një produkt

⁽³⁹⁾ Platformat e tregtisë elektronike: platforma në internet që mundësojnë transaksionet me mallra dhe shërbime nëpërmjet transferimit të informacionit dhe fondeve në internet.

i një marke (ose shërbimi i ofruar nga kjo markë) është nxjerrë për herë të parë në shitje. Ky informacion i përmbajtur në printime ose kapje ekrani mund të jetë me rëndësi kur vërtetohet *ndër të tjera* prova e përdorimit ose e karakterit dallues të fituar nga përdorimi.

Për më tepër, produkti ose shërbimi specifik i marrë si referencë, për shembull një emër ose kod, mund të jetë i dobishëm kur informacioni për atë produkt/shërbim lidhet me informacionin e gjendur në prova të tjera (p.sh. data e shitjes për herë të parë).

Provat që e kanë origjinën nga platformat e tregtisë e elektronike mund të kenë vlerë provuese edhe në mungesë të shfaqjes së markës tregtare ose mallrave/shërbimeve, me kusht që të ketë një numër identifikues referencë të lidhur me atë markë, mall ose shërbim të veçantë.

Megjithatë, duhet të vihet në dukje se disa platforma të tregtisë elektronike ruajnë të njëjtën datë, që prej së cilës produkti është i disponueshëm, madje edhe të njëjtin numër reference, për versionet e reja të një produkti/shërbimi, të cilat mund të përfshijnë ose të ofrohen nën një markë të ndryshme.

Rekomandime:

- Këshillohet që pala të përfshijë printime të përshtypjeve që kanë lënë përdoruesit pas blerjes së produktit ose porosisë së shërbimit në një platformë të caktuar të tregtisë elektronike, sepse ky informacion mund të jetë i dobishëm për të përcaktuar datën përkatëse të publikimit të përmbajtjes.
- Një referencë specifike që identifikon produktin ose shërbimin në fjalë mund të shërbejë si një lidhje ndërmjet informacionit të shfaqur në platformën e tregtisë elektronike (p.sh. produkti që mban markën) dhe informacionit të gjendur në provat e tjera (p.sh. data e shitjes).

3.1.2.10 Aplikacionet

Një pjesë e konsiderueshme e veprimtarisë online kërkon përdorimin e aplikacioneve (Apps)⁽⁴⁰⁾, p.sh. shitjet me pakicë online, ankandet online, rrjetet sociale, mesazhet e menjëhershme etj. Prandaj, në këtë nënkre merren në konsideratë edhe këto mjete.

Duhet vënë re se disa faqe ueb kanë edhe versionin e tyre në aplikacion⁽⁴¹⁾.

Sa i takon publikimit të përmbajtjes përkatëse në internet, aplikacionet dhe faqet ueb mund të ofrojnë të njëjtën përmbajtje në mënyrë pak a shumë të ngjashme (të tilla si data, marka tregtare, mallrat dhe shërbimet etj.). Prandaj, dallimi kryesor ndërmjet aplikacioneve dhe faqeve ueb nuk qëndron te vetë përmbajtja, por te mënyra e paraqitjes së informacioni përkatës.

Mund të jetë e vështirë të provohet publikimi i përmbajtjes përkatëse në aplikacione që nuk kanë faqe ueb, sidomos për shkak të arsyeve të mëposhtme:

- mund të jetë e vështirë të përftohen prova se përmbajtja përkatëse është publikuar nëpërmjet një aplikacioni, kur informacioni i shfaqur është i përkohshëm dhe mund të mos rikuperohet më pas një periudhe të caktuar kohe;
- kapacitetet e shërbimeve të arkivimit të faqes ueb janë të kufizuara në mbledhjen e të dhënave historike nga aplikacionet;
- mundësia për të krijuar një version të printuar të informacionit të shfaqur në aplikacione

⁽⁴⁰⁾ Një program ose grup programesh të konceptuara për përdoruesin fundor. Këtu përfshihen programet e bazave të të dhënave, lexuesit e multimedive, programet e përpunimit të teksteve, shfletuesit e uebit, tabelat përlllogaritëse dhe aplikacione e tjera. Ato janë konceptuar për të kryer funksione, detyra ose aktivitete të bashkërenduara.

⁽⁴¹⁾ Versioni në aplikacion (i lëvizshëm): Lloj aplikacioni i konceptuar të funksionojë në një pajisje të lëvizshme si telefon celular ose tablet, të cilat shpesh synojnë t'u japin përdoruesve shërbime të ngjashme me ato që aksesohen në kompjuter.

është e kufizuar.

Rekomandime:

- Kur aplikacionet kanë edhe një version faqe ueb, këshillohet që informacioni përkatës të nxirret nga faqja ueb;
- Në rast se versioni i faqes ueb nuk është i disponueshëm, mund të përdoret si provë një kapje ekrani nga një pajisje e lëvizshme;
- Kur informacioni përkatës paraqitet si kapje ekrani e marrë nga një aplikacion, data kur është marrë kapja e ekranit do të supozohet se është data e publikimit të përmbajtjes përkatëse, nëse nuk mund të përcaktohet një datë tjetër nga përmbajtja e vetë kapjes së ekranit ose nga prova të tjera mbështetëse;
- Kur vlerësohet prova e publikimit të përmbajtjes përkatëse që vjen nga disa aplikacione (p.sh. nga ato që përdoren për blerje ose për mediat sociale etj.), informacioni për qëllimin dhe karakteristikat kryesore të aplikacionit në fjalë mund të jetë me rëndësi për vlerësimin provës.

3.1.2.11 Faktorët që mund të ndikojnë tek aksesimi i informacionit në internet

Kur paraqiten prova të marra në internet, duhet të merren parasysh edhe kufizimet e mëposhtme:

- fjalëkalimet dhe pagesat;
- domenet e nivelit të parë⁽⁴²⁾;
- lehtësia e kërkimit⁽⁴³⁾;
- bllokimi gjeografik⁽⁴⁴⁾.

Temat e lehtësisë së kërkimit dhe bllokimit gjeografik janë trajtuar në Dokumentin Praktik CP10 - *Kriteret për vlerësimin e përhapjes së disenjove në internet*. Më poshtë jepen një numër rekomandimesh të tjera.

Rekomandime:

- Në përgjithësi, as kufizimi i aksesit në një rreth të kufizuar njerëzish duke vendosur mbrojtje me fjalëkalim, as kërkesa e pagesës për akses nuk duhet të pengojnë që printimet ose kapjet e ekranit nga këto faqe uebi të sigurtat ose nga aplikacionet të paraqiten si provë. Megjithatë, disponueshmëria e përmbajtjes përkatëse mund të varet nga rrethanat specifike të një çështjeje në veçanti.
- Domenet e nivelit të parë, në parim, nuk duhet të pengojnë mundësinë për të gjetur një markë ose përmbajtje tjetër përkatëse në internet. Sidoqoftë, ato mund të shërbejnë si një tregues se cilët konsumatorë kishin më shumë gjasë t'i qaseshin një faqeje ueb të caktuar. Për shembull, në rast se një domen i nivelit të parë do të ishte domen i një Shteti Anëtar të BE-së, do të kishte më shumë gjasë që konsumatorët në atë Shtet Anëtar ose përgjithësisht në BE të jenë në dijeni të përmbajtjes së asaj faqeje ueb, duke marrë parasysh edhe gjuhën e përdorur në faqen ueb.

3.1.3 Autenticiteti, vërtetësia dhe besueshmëria e provave dhe kriteret e vlerësimit të tyre

Për qëllimet e Dokumentit Praktik CP12, me autenticitet dhe vërtetësi të provave duhet të kuptojmë se nuk janë të rreme, të ndryshuara, tjetërsuara ose të falsifikuara më pas.

⁽⁴²⁾ Segmenti i fundit i emrit të një domeni ose pjesa që vjen menjëherë pas simbolit "pikë". Ka një numër të kufizuar prapashtesash të paracaktuara, të cilat përfaqësojnë domenin e nivelit të parë. Në shembujt e domeneve të nivelit të parë gjejmë: .com — për biznese tregtare; .gov — për agjencitë qeveritare; .edu — për institucionet arsimore.

⁽⁴³⁾ Mundësia për të gjetur një faqe ueb duke kërkuar me terma kërkimi në një motor kërkimi ose me mjete të tjera.

⁽⁴⁴⁾ Një formë sigurie e përdorur në serverët e emailve, uebit ose çfarëdo serveri tjetër interneti për të kufizuar qasjen e përmbajtjes duke u bazuar në vendndodhjen gjeografike të përdoruesit. Vendndodhja e përdoruesit përcaktohet duke kontrolluar adresën e tij IP (shtetin) ose një gamë adresash të konsideruara të padëshirueshme ose armiqësore.

Në përgjithësi, çdo elementi prove i jepet pesha e duhur sipas vlerës provuese që ka. Prandaj, duhet theksuar edhe një herë se rekomandimet e mëposhtme nuk kanë të bëjnë me vlerësimin e vlerës provuese të provës. Ato janë vetëm një qasje e përbashkët për hapat paraprakë - konkretisht elementet që mund të analizohen në mënyrë që të kontrollohet fillimisht nëse prova e depozituar është autentike.

Rekomandime:

- Kur çmohet autenticiteti dhe vërtetësia e provës, *ndër të tjera* duhen marrë parasysh edhe:
 - (i) personi nga i cili e ka origjinën prova dhe kapaciteti i personit për të dhënë prova ose burimin e tij (p.sh. origjina e provës);
 - (ii) rrethanat e përgatitjes së saj;
 - (iii) kujt i drejtohet;
 - (iv) nëse nga përmbajtja duket e arsyeshme, në gjendje të mirë dhe e besueshme⁽⁴⁵⁾.
- Provat që kanë datë ose elemente të tjera të shtuara më pas (p.sh. data të shënuara me dorë në dokumente të printuara) mund të ngrenë arsye për të dyshuar për autenticitetin dhe vërtetësinë e tyre;
- Shqyrtimi i të gjitha elementeve të provave duhet të përfshijë edhe verifikimin nëse ka ndonjë mospërputhje ndërmjet elementeve të provave të paraqitura.

3.2 Përcaktimi i datës përkatëse të provës

Kur çmohet prova, është e rëndësishme të përcaktohet data e dokumentit ose e elementit të provës. Për më tepër, Zyra e PI-së ose organet e apelimit si dhe palët në procedurë duhet të marrin parasysh datën/periudhën përkatëse të kohës dhe rëndësinë e saj në procedura të caktuara (për shembull në çështjet e vërtetimit të përdorimit të vërtetë, të karakterit dallues të fituar nga përdorimi ose të reputacionit). Megjithatë, të vërtetuarit e datës përkatëse ndonjëherë mund të ngrejë një sërë problemesh, për shembull, kur në provë nuk tregohet data ose kur kemi të bëjmë me provat online.

Prandaj, ky kre trajton çështjen e e përcaktimit të datës përkatëse të provës në rastin e: dokumenteve dhe mostrave, provave online dhe studimeve të tregut.

3.2.1 Provat dokumentuese: përcaktimi i datës së dokumenteve

Siç u shpjegua në nënkreun 3.1.1 të këtij Dokumenti Praktike CP12, një palë mund të depozitojë mjete të ndryshme provash për të vërtetuar të njëjtin fakt. Për më tej, shqyrtimi në tërësi i këtyre elementeve të provave kërkon që ato të çmohen në raport me njëra-tjetrën.

Si rregull i përgjithshëm, në rastin e dokumenteve, mediave të printuara, raporteve vjetore të auditimit etj. ata duhet të kenë datë të qartë. Në të kundërt, pala duhet të depozitojë prova shtesë. Ky është edhe rasti nëse është e zakonshme që në një sektor të veçantë të tregut, vetë mostrat e produkteve të mos kenë tregues të kohës. Në pjesën më të madhe të rasteve, fotografitë e mostrave fizike ose vetë ekzemplarët do të duhet të shoqërohen me prova mbështetëse për të përcaktuar datën përkatëse.

Rekomandime:

- Data e provës duhet të jetë e dukshme nga vetë prova;
- Materiali i depozituar pa tregues të datës, në kontekstin e një vlerësimi në tërësi, përsëri mund të jetë me rëndësi dhe të merret në konsideratë bashkë me elementet e tjera të provave të depozituara nga pala, të cilat e kanë datën⁽⁴⁶⁾.

⁽⁴⁵⁾ 15/12/2005, T-262/04, Three-dimensional trade mark in the shape of a lighter, EU:T:2005:463, § 78; 25/04/2018, T-312/16, CHATKA, EU:T:2018:221, § 50.

⁽⁴⁶⁾ 17/02/2011, T-324/09, STRATEGI, EU:T:2011:47, § 33.

3.2.2 Provat online: instrumentet për të përcaktuar datën përkatëse

Kreu i mëparshëm për mjetet dhe burimet e provave trajton *ndër të tjera* aspektet që duhet të merren në konsideratë kur kemi të bëjmë me burime të ndryshme online.

Nga ana e tij, ky nënkre (3.2.2) ofron një **listë joshteruese instrumentesh** të cilat mund të ndihmojnë në përcaktimin e datës në të cilën një përmbajtje e caktuar është publikuar në internet.

Në këtë kontekst, mund të përdoren instrumentet e mëposhtme për të përcaktuar datën përkatëse:

- motorët e kërkimit dhe shërbimet e arkivimit të faqeve ueb;
- vulat kohore të krijuara nga kompjuteri;
- instrumentet softuerike të kriminalistikës.

Megjithatë, përdorimi i mjeteve të mësipërme nga palët në procedurë dhe përfaqësuesit e tyre **nuk është i detyrueshëm**. Nga pala në procedurë ose përfaqësuesi i saj mund të përdoren alternativa të tjera (për shembull vërtetimi i noterit) ose instrumente online. Çështja e vlerësimit të tyre mbetet gjithmonë në vetëgjykimin e organeve të apelimit dhe të zyrave të PI-së.

Rekomandimet e mëposhtme bazohen në dokumentin CP10 Dokument Praktike — *Kriteret për vlerësimin e përhapjes së disenjove në internet*.

3.2.2.1 Datat e ofruara nga motorët e kërkimit dhe shërbimet e arkivimit të faqeve ueb

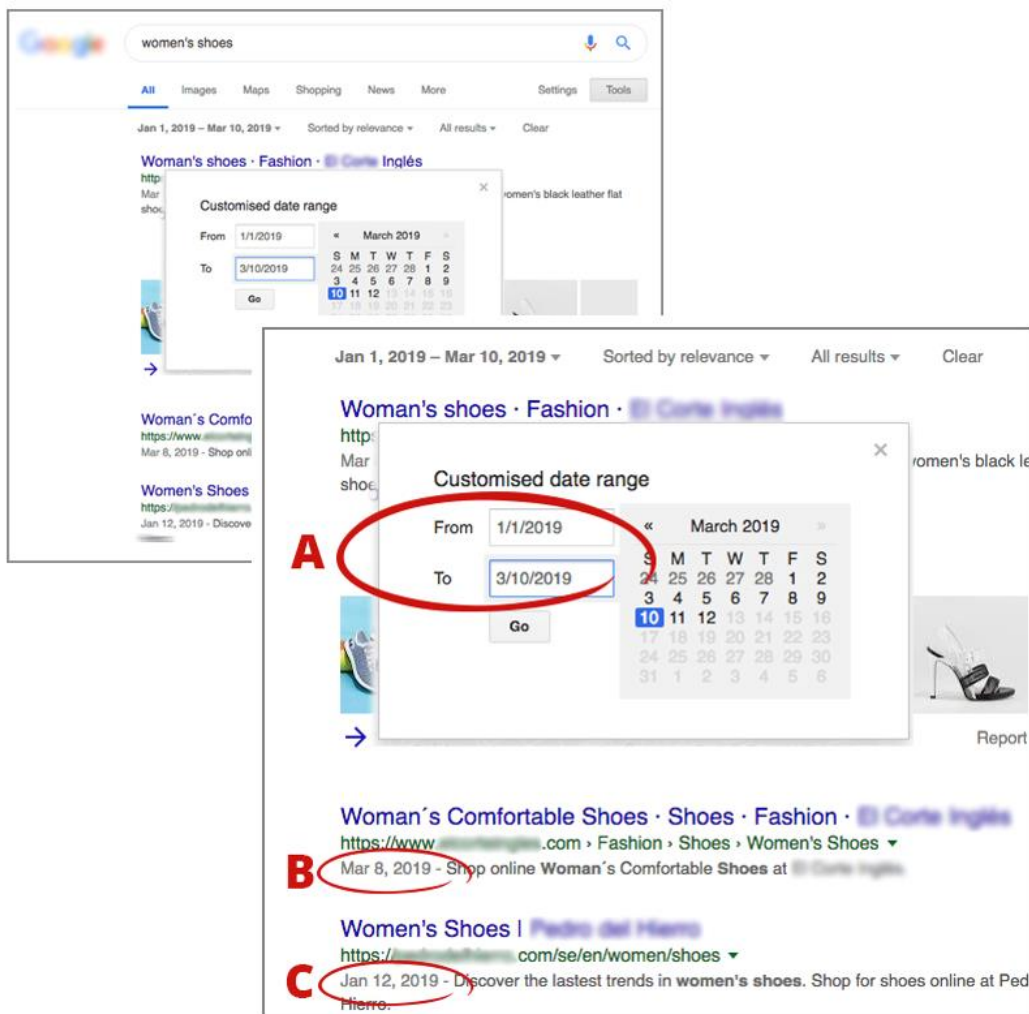
Data e përhapjes mund të përcaktohet duke përdorur të dhënat e ofruara nga motorët e kërkimit⁽⁴⁷⁾ dhe nga shërbimet e arkivimit të faqeve ueb.

Motorët e kërkimit u bëjnë të mundur përdoruesve të kërkojnë informacion brenda një kuadri specifik kohor (shih treguesin “A” në shembullin 3 më poshtë)⁽⁴⁸⁾. Rezultati i marrë mund të përbëjë tregues paraprak se kur ka qenë e disponueshme përmbajtja përkatëse.

Megjithatë, që të provohet publikimi i një përmbajtjeje të caktuar, data përkatëse duhet të vërtetohet nga informacione të tjera, mundësisht nga datat e gjendura në përmbajtjet e faqeve të caktuara ueb të renditura në rezultatet e kërkimit.

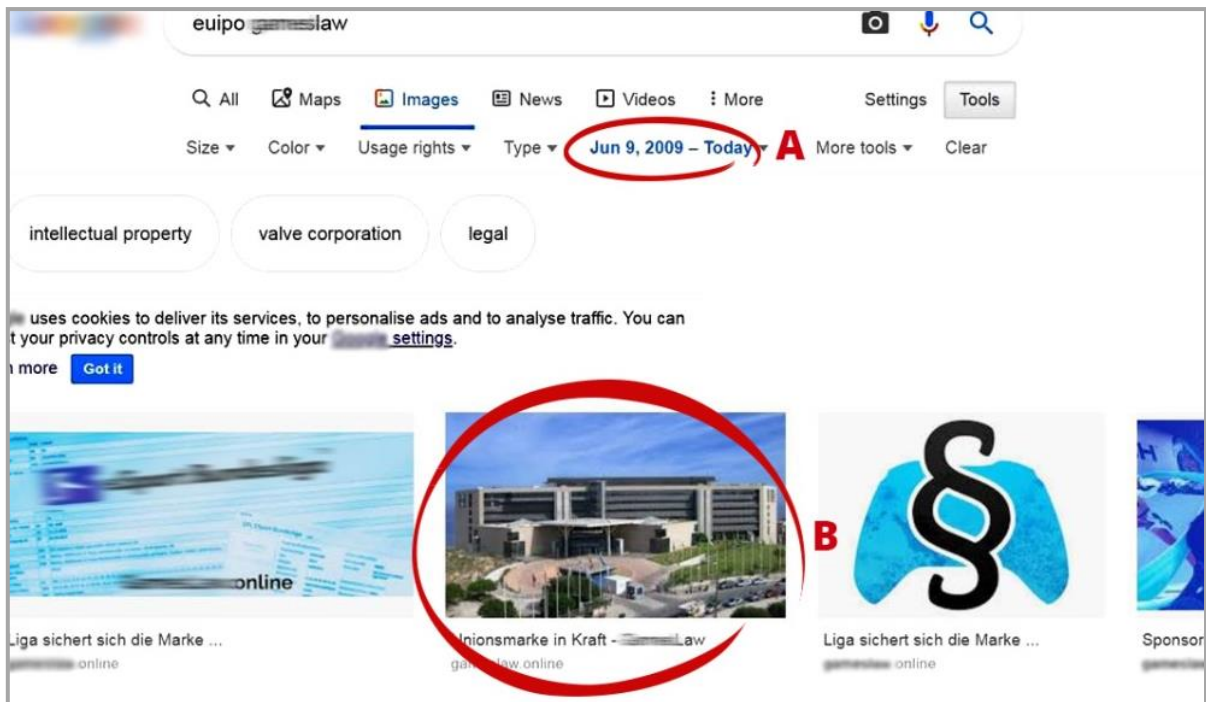
⁽⁴⁷⁾ Programe kompjuterike që kërkojnë informacion duke përdorur fjalë kyçe të caktuara në internet.

⁽⁴⁸⁾ Disa motorë kërkimi ruajnë përkohësisht në memorien specifike [cache] — ose magazinonë informacion— për përmbajtjen e faqes ueb. Kjo kryhet nëpërmjet një programi të quajtur “web crawler- grumbullues uebi”, i cili skanon internetin, viziton çdo faqe ueb që mundet dhe magazinon informacion (si data e publikimit ose krijimit të faqes ose të përmbajtjes së saj) për ato faqe uebi në një indeks.

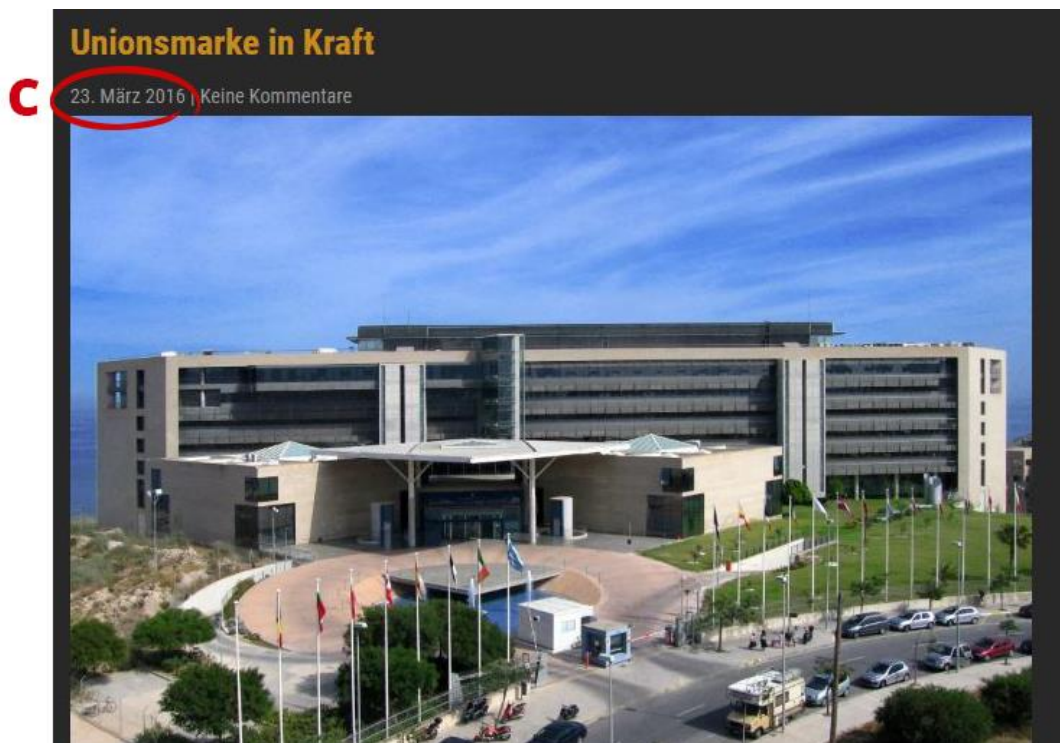


Shembulli 3

Për shkak të kufizimeve të përmendura më poshtë, duhet të kemi kujdes kur mbështetemi te motorët e kërkimit. Së pari, kur kërkohet brenda një periudhe kohe (shih treguesin "A" në shembullin 4), data e përfutur jo doemos mund të jetë data kur është publikuar përmbajtja përkatëse (shih treguesin "C" në shembullin 4), por data kur instrumenti e ka ruajtur në memorien specifike ose kur e ka regjistruar këtë faqe të veçantë (shih treguesin "B" në shembullin 4). Së dyti, përmbajtjet e një faqeje ueb që shfaqin përmbajtjen/informacionin përkatës mund të mos lidhen me datën e treguar, por me versionin më të freskët të asaj faqeje ueb.



Kur shkruani faqen ueb përkatëse që përmban fotografinë, zbuloni se data e përhapjes së imazhit është 23 mars 2016.



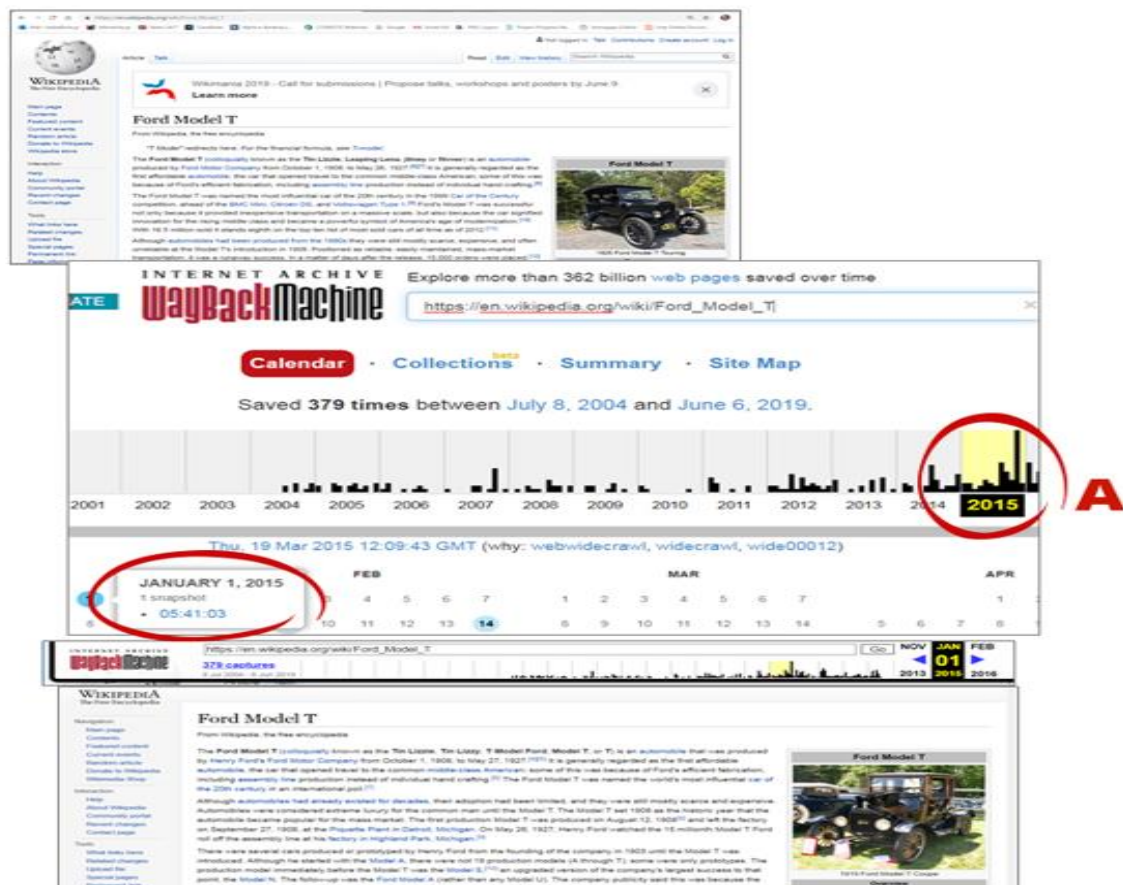
Shembulli 4

Nga ana tjetër, shërbimet e arkivimit të faqes ueb (si “WayBack Machine”) mund të shërbejnë si instrumente të dobishme për të provuar datën e publikimit të përmbajtjes së caktuar në internet.

Ato japin akses në faqet ueb të arkivuara ose në pjesë të tyre ashtu siç janë shfaqur në atë pikë të caktuar në kohë (“kapjet”) (shih treguesin “A” në shembullin 5 më poshtë). Për më tepër, arkivat e faqeve ueb japin edhe mundësinë për t’i parë dhe lundruar në to.

Megjithatë, kur çmohen provat e marra nga shërbimet e arkivimit të faqeve ueb, duhen marrë në konsideratë aspektet e mëposhtme:

- Akses i kufizuar në përmbajtjen e faqes ueb. Për shembull, mund të mos jetë e mundur të arkivohet përmbajtja e mbrojtur me fjalëkalim ose pronarët e faqes ueb mund të bllokojnë sistemet e arkivimit që t’u qasen përmbajtjeve të saj (p.sh. përjashtimi i robotëve⁽⁴⁹⁾).
- Arkivimi i paplotë ose pjesor i përmbajtjet së faqes ueb.
- Fshirja e përmbajtjes. Pronarët e faqes ueb kanë të drejtë të kërkojnë fshirjen e përmbajtjes së arkivuar.
- Përditësimet sporadike. Faqet ueb nuk arkivohen sa herë përditësohen ose ndryshohen, por vetëm kur vizitohen nga “web crawlers”⁽⁵⁰⁾. Këto vizita, nga ana tjetër, varen nga popullariteti i faqes ueb.



Shembulli 5

Rekomandime:

- Duhet bërë kujdes kur mbështetemi te rezultatet e nxjerra nga kërkimet nëpërmjet motorëve të kërkimit;
- Është e rëndësishme të marrim parasysh se, kur lundrojmë në faqet ueb të arkivuara, pjesë të ndara të faqes ueb mund të lidhen me data të ndryshme;

⁽⁴⁹⁾ Standard i përdorur nga faqet ueb për të komunikuar me “web crawlers” dhe robotë të tjerë ueb. Përjashtimi i robotëve i informon robotët ueb se cila hapësira të faqes nuk duhet të përpunohen ose skanohen.

⁽⁵⁰⁾ Robot interneti që shfleton sistematikisht “World Wide Web”, në përgjithësi për të indeksuar uebin.

- Për qëllimet e të provuarit të publikimit të përmbajtjes përkatëse në internet, këshillohet që në vend të motorëve të kërkimit të përdoren shërbimet e arkivimit të faqeve ueb;
- Për të provuar publikimin e një përmbajtjeje të veçantë në internet, data përkatëse duhet të vërtetohet me prova të mëtjshme.

3.2.2.2 Informacion për vulën kohore të krijuar nga kompjuteri

Vula kohore elektronike⁽⁵¹⁾ i cakton një skede, mesazhi, transaksioni, imazhi etj. një kohë të saktë, duke dhënë kështu provë se përmbajtja ka ekzistuar në një pikë kohore.

Janë të disponueshme shërbime të ndryshme që ofrojnë vulën kohore⁽⁵²⁾. Disa prej tyre janë njohur nga Komisioni Evropian se ato janë në përputhje me kërkesat e Rregullores (BE) Nr. 910/2014⁽⁵³⁾. Ofruesit e këtyre shërbimeve mund të lëshojnë vula kohore elektronike të kualifikuara⁽⁵⁴⁾.

Lista evropiane e ofruesve të vulës kohore të kualifikuar⁽⁵⁵⁾ është publikuar nga Komisioni Evropian.

Vula kohore e kualifikuar e lëshuar nga një Shtet Anëtar njihet si e tillë në të gjitha Shtetet Anëtare. Për më tepër, supozohet se ajo është e saktë në datën dhe orën që tregon dhe në integritetin e të dhënave me të cilat lidhen data dhe ora⁽⁵⁶⁾.

Vula kohore mund ta sigurojë përmbajtjen e kapjes së ekranit ose printimit (shih treguesit “A” në shembujt 6 dhe 7 më poshtë) nga mundësia që ajo më pas të ndryshohet ose të hiqet nga burimi origjinal. Përveç kësaj, ky lloj prove nuk i nënshtrohet asnjë kufizimi territorial.

Kur për një faqe ueb specifike kërkohet vula kohore, shërbimi do të lëshojë një certifikatë që verifikon se përmbajtja e vulës kohore, si adresa URL dhe data, janë të lidhura me atë faqe ueb në momentin që është lëshuar vula kohore (shih treguesin “A” në shembullin 7 dhe treguesit “A” dhe “B” në shembullin 8 më poshtë).

Mund të marrin vulë kohore si faqet ueb statike ashtu edhe sesionet e shfletimit.

Në rastin e vulosjes kohore të një faqeje ueb statike, në përgjithësi, shërbimi i vulosjes kohore lëshon një certifikatë që tregon përmbajtjen e dukshme në një URL specifike në një moment të dhënë, duke specifikuar datën dhe orën e saktë. Ky tip vulosjeje kohore shërben për të garantuar që kapja e ekranit të mos jetë modifikuar, duke qenë se certifikata, e cila është e nënshkruar në mënyrë elektronike dhe është pajisur me vulë kohore, përfshin informacionin pamor të dhënë nga URL-ja dhe kodi HTML bashkëngjitur certifikatës.

⁽⁵¹⁾ Të dhëna në formë elektronike të cilat lidhin të dhëna të tjera në formë elektronike me një moment të caktuar duke krijuar kështu provën se këto të fundit ekzistojnë në atë moment (Neni 3 (33) i Rregullores eIDAS). Disa prej shërbimeve të vulës kohore bazohen në teknologjinë “blockchain”

⁽⁵²⁾ Sekuencë karakteresh ose informacionesh të koduara që identifikojnë se kur ka ndodhur një ngjarje, duke treguar zakonisht datën dhe orën e ditës.

⁽⁵³⁾ Rregullorja (BE) Nr. 910/2014 “Për identifikimin elektronik dhe shërbimet e besuara për transaksionet elektronike në tregun e brendshëm” (Rregullorja eIDAS).

⁽⁵⁴⁾ Vulë kohore elektronike që është në përputhje me disa kërkesa të parashikuara në Nenin 42 të Rregullores eIDAS, konkretisht që: a) të lidhë datën dhe orën me të dhënat në mënyrë që të eliminohet në mënyrë të arsyeshme mundësia e ndryshimit të të dhënave pa u diktuar; b) të mbështetet në një burim të përkohshëm informacioni të lidhur me Orën Universale të Koordinuar [UTC] (sistem i unifikuar orësh atomike i menaxhuar në rang ndërkombëtar që korrespondon me Orën Mesatare të Grinuiçit).

⁽⁵⁵⁾ Lista e besuar: <https://webgate.ec.europa.eu/tl-browser/#/> Ofrues i vulës kohore i kualifikuar (Ofrues të shërbimeve të besuara të kualifikuar — QTSP): Ofrues shërbimesh të besuara që ofron dhe ruan certifikatat digjitale përveç se krijon dhe vërteton nënshkrimet elektronike. Ofruesit të shërbimeve të besuara i është dhënë statusi i mbikëqyrësit dhe i kërkohet, në BE dhe në Zvicër, të rregullojë procedurat e nënshkrimit elektronik.

⁽⁵⁶⁾ Neni 41 i Rregullores eIDAS.

Vulosja kohore e një faqeje ueb statike

The screenshot shows a web browser displaying the Amazon product review page for 'Artemide Eclipse Blanca Lámpara de Mesa'. The browser's address bar is circled in red, showing the URL: https://www.amazon.es/Artemide-Eclipse-Blanca-Lámpara-de-Mesa/product-reviews/B00OQ6QWSU/ref=dpx_acr_txt?showViewpoints=1. The page features the Amazon logo, navigation menus, and a search bar. The main content area displays the product name, a 3.7-star rating from 3 reviews, and a bar chart showing the distribution of star ratings: 5 stars (67%), 4 stars (0%), 3 stars (0%), 2 stars (33%), and 1 star (0%). Below this, there is a search bar for customer reviews and filter options for sorting and filtering reviews. Two customer reviews are visible, each with a star rating, date, and text.

Estrellas	Porcentaje
5 estrellas	67%
4 estrellas	0%
3 estrellas	0%
2 estrellas	33%
1 estrella	0%

Opiniones de clientes

Artemide Eclipse Blanca Lámpara de Mesa

por **isabel**

Color: Blanco | Cambiar

Precio: 112,90 €

Mostrando 1-3 de 3 opiniones

isabel

★★★★★ **Un clásico**

13 de febrero de 2018

Color: Blanco | **Compra verificada**

Un clásico, es justo lo que esperaba de esta maravillosa lámpara de mesa. No tengo ni ninguna duda en recomendarla.

A una persona le ha parecido esto útil

Útil | Comentar | Informar de un abuso

Thischarmingman

★★★★★ **preciosa lámpara**

23 de diciembre de 2018

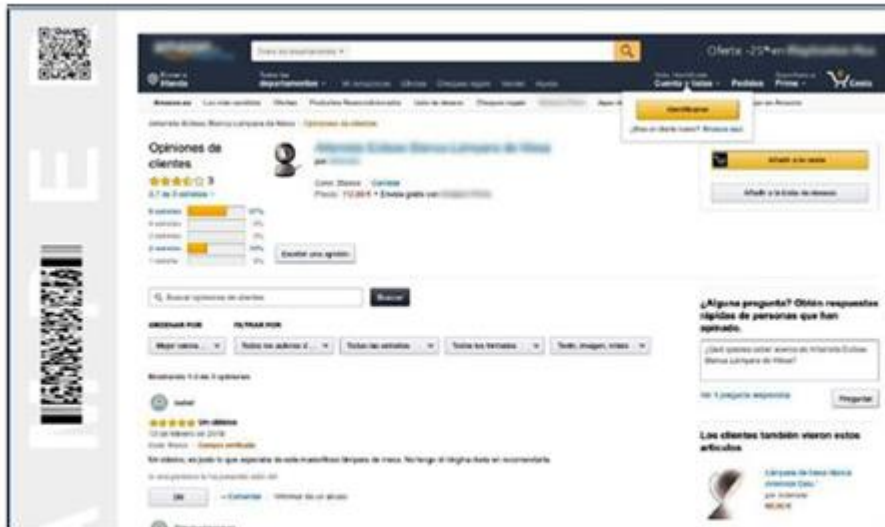
Color: Rojo | **Compra verificada**

Perfecta para el espacio que le tenía destinado, da una luz preciosa y con un diseño que me encanta.

A

Shembulli 6
Pa vulë kohore

Vulosja kohore e një faqeje ueb statike: certifikata



This is the information provided by the address [https://www.amazon.es/Artemide-Eclisse-Blanca-L'...](https://www.amazon.es/Artemide-Eclisse-Blanca-L%C3%A9mpara-Mesa/product-reviews/B000Q6QWSI/ref=dpx_acr_txt?showViewpoints=1) responding from IP address 216.137.57.191, when queried on Mar 15, 2019 6:32:25 PM (UTC) from the IP address 54.247.116.13. The page source code (ref=dpx_acr_txt) has been included as attachment to this document. User agent used on the query: Mozilla/5.0 (X11; Linux x86_64) AppleWebKit/537.36 (KHTML, like Gecko) Chrome/59.0.3071.86 Safari/537.36

This query has been performed by www.certification.com service from [Certification](http://www.certification.com) Ltd. which records and digitally signs its result in this PDF document on Mar 15, 2019 6:32:25 PM (UTC)

System of web content certification developed by [Certification](http://www.certification.com). Patented and released to allow its open use. Patent number: [Certification](http://www.certification.com)

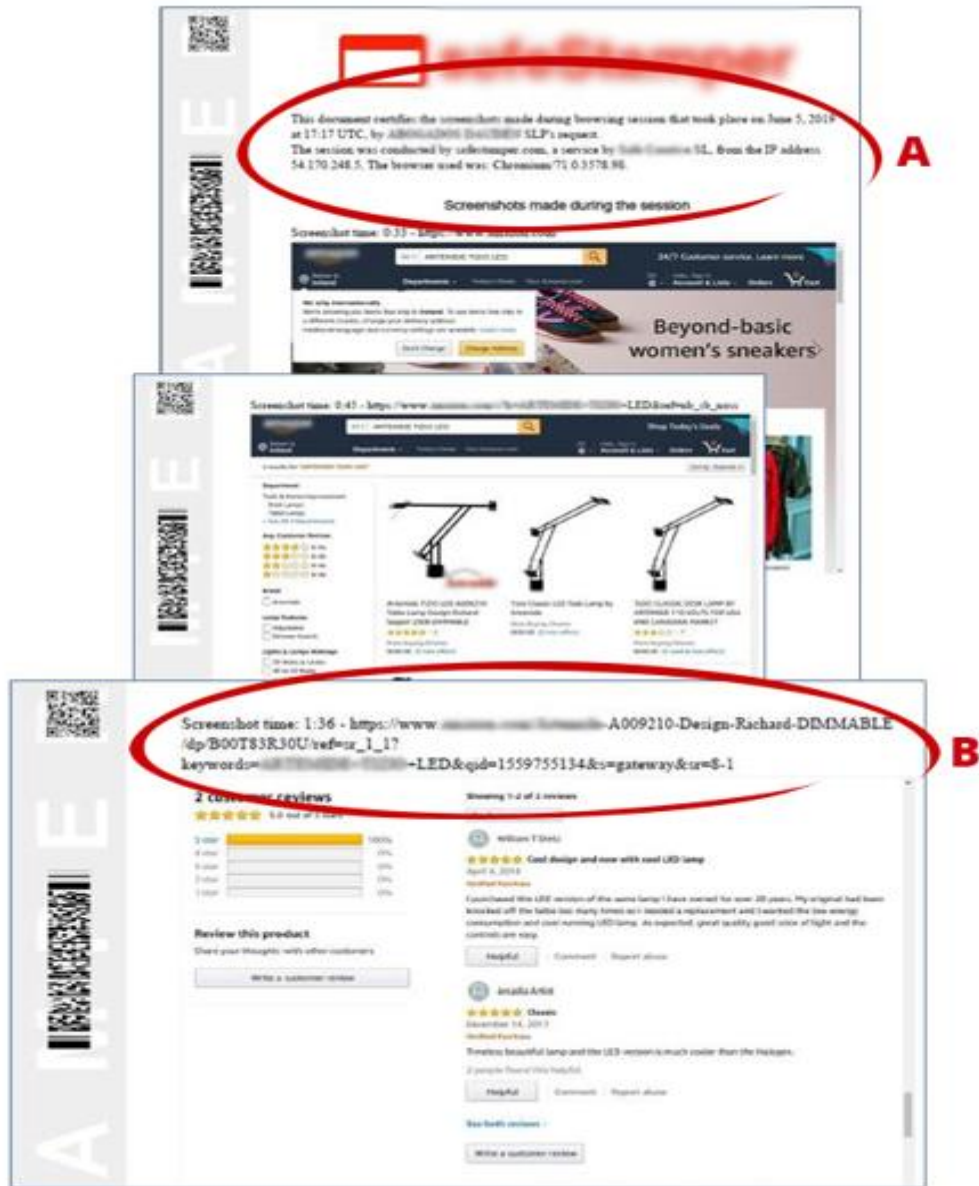
A



Shembulli 7
Me vulë kohore

Vulosja kohore e sesioneve të shfletimit (ose e “faqeve ueb dinamike”), u mundëson përdoruesve të vulosin me vulë kohore disa kapje ekrani ose të regjistrojnë një video të një sesioni shfletimi në ueb, gjë që vërtetohet nga një certifikatë e nënshkruar dhe me vulë kohore që përmban informacionin e videos dhe kapjet e ekranit të marra gjatë sesionit të shfletimit (shih treguesit “A” dhe “B” në shembullin 8 më poshtë).

Vulosja kohore e një sesioni shfletimi



Shembulli 8

Rekomandime:

- Këshillohet të përdoret vulosja kohore si masë parandaluese për të siguruar provën e publikimit të një përmbajtjeje të veçantë;
- Kur kërkohen disa hapa për të përfutur provën përkatëse, këshillohet që të vuloset me vulë kohore i gjithë sesioni i shfletimit.

3.2.2.3 Instrumentet softuerike të kriminalistikës

Instrumentet softuerike të kriminalistikës⁽⁵⁷⁾ përdoren për të përfutur prova digjitale dhe të krijuara nga kompjuteri. Disa prej tyre u drejtohen përdoruesve joekspertë dhe janë të disponueshme falas në internet.

⁽⁵⁷⁾ Instrumente që ndihmojnë hetuesit të nxjerrin prova nga kompjuterët dhe identifikojnë, ruajnë, rikuperojnë dhe hetojnë informacionet përkatëse në pajtim me normat ligjore për teknologjitë digjitale.

Këto instrumente mund të përdoren, veçanërisht, për të nxjerrë informacione për datën përkatëse që mund të jetë e përfshirë në imazhe, video ose në programet e përdorura për të krijuar një faqe ueb (p.sh. metadatat). Këto të dhëna mund të përdoren për të provuar publikimin e një përmbajtjeje të caktuar në internet.

Instrumentet softuerike të kriminalistikës mund të përdoren edhe për të monitoruar mediat sociale duke kapur postimet bashkë me imazhet.

Rekomandime:

- Kur provat nxirren me instrumentet softuerike të kriminalistikës, rekomandohet të jepet informacion shpjegues për instrumentin, për mënyrën me të cilën u përftua prova, për llojin e informacionit që është nxjerrë dhe nga ç'përmbajtje është marrë si dhe për datën dhe orën në të cilën është përfutur informacioni.

3.2.3 Periudha dhe kalendari i një studimi tregu

Kur vjen puna te studimet e tregut, lind pyetja se cila duhet të jetë periudha kohore e pasqyruar në studimin e tregut — periudha para datës së depozitimit, ajo në momentin e procedurës apo periudha pas datës së depozitimit etj. Prandaj, pala duhet të marrë në konsideratë rekomandimet e dhëna më poshtë.

Rekomandime:

- Periudha e studimit duhet të lidhet me periudhën kur ka lindur shkak i procedurës, pasi studimi do të ishte kështu i dobishëm për të vërtetuar, për shembull, njohjen e një marke tregtare të caktuar.

Megjithatë, studimi i kryer disa kohë para ose pas datës mund të përmbajë tregues të dobishëm, pavarësisht se vlera e tij si provë mund të ndryshojë në varësi të faktit nëse periudha e mbuluar është e afërt ose e largët me datën përkatëse⁽⁵⁸⁾.

3.3 Mënyrat e paraqitjes së provave

Përgjegjësia për të renditur provat i mbetet palës në procedurë. Përveç kësaj, depozitimi i provave duhet të jetë aq i qartë dhe i saktë sa t'i bëjë të mundur palës tjetër të ushtrojë të drejtën për t'u mbrojtur dhe zyrës së PI-së ose organeve të apelimit të kryejnë shqyrtimin e provave. Duke pasur parasysh sa më lart, kjo Praktikë përmban rekomandime për paraqitjen dhe strukturën e provave, për formatet e tyre të pranueshme, për përmasat dhe vëllimin si dhe për indeksin e shtojcave.

Dokumenti përmban edhe orientime për ShP-të, palët dhe përfaqësuesit e tyre për mënyrën si duhet të konceptojnë dhe kryejnë një studimi tregu që duhet të paraqitet si provë në procedurat e markave tregtare, si dhe një listë kontrolli, e cila mund të përdoret nga zyra e PI-së ose organet e apelimit si instrument mbështetës për marrjen e vendimit, kur trajtojnë studimet e tregut.

Përveç kësaj, kreu paraqet standardet minimale për dëshmitë nën betim dhe deklaratimet e dëshmitarëve.

⁵⁸⁾ Shembull: 12/07/2006, T-277/04, VITACOAT, EU:T:2006:202, § 38: "[...] Duhet theksuar, para së gjithash, se për të pasur një nivel jashtëzakonisht të lartë të dallueshmërisë si rezultat i njohjes së mundshme nga publiku, një markë e mëparshme duhet, në çdo rast, të jetë e njohur për publikun në datën e depozitimit të aplikimit për markën tregtare ose, sipas rastit, për datën e prioritetit që kërkohet në mbështetje të këtij aplikimi [...]. Megjithatë, në parim nuk përjashtohet që një studim i kryer disa kohë para ose pas kësaj date të përmbajë informacione të dobishme, edhe pse është e qartë se vlera provuese e tij me gjasë mund të ndryshojë në varësi të faktit nëse periudha e mbuluar është afër ose larg datës së depozitimit ose datës së prioritetit të aplikimit të markës tregtare në fjalë."

3.3.1 Paraqitja e provave: formatet, përmasat dhe vëllimi i pranuar

Duke marrë parasysh disa dallime ndërmjet llojeve të depozitimit, për qëllimet e kësaj Praktike, janë krijuar pesë grupe rekomandimesh për: (i) të gjitha llojet e depozitimeve (ii) për depozitimet në formën e dokumenteve të printuara në letër, duke përfshirë edhe elementet fizike (iii) depozitimet elektronike (iv) depozitimet me faks dhe (v) depozitimet me bartës të të dhënave.

Megjithatë, duhet theksuar se depozitimi elektronik, kur është i disponueshëm, mbetet mënyra e preferuar për depozitim të dosjeve dhe provave. Përveç kësaj, pala ose përfaqësuesi i saj duhet gjithmonë të kontrollojë paraprakisht cilat lloje provash pranojnë nga zyra përkatëse e PI-së ose nga organet e apelimit. Për shembull, disa mund të pranojnë formatin elektronik ose mund të mos pranojnë depozitim me faks.

3.3.1.1 Të gjitha llojet e depozitimit

Duhet të depozitohen si shtojca vetëm elementet e provave të përmendura në dosjen e depozitimit dhe të referuara në indeksin e shtojcave.

Pala depozituese duhet të konsiderojë aspektet e mëposhtme kyçe të paraqitjes së strukturuar të provave për të gjitha llojet e depozitimit.

Rekomandime:

- Provat duhet të përfshihen në shtojcën e dosjes së depozitimit, e cila duhet të jetë e numërtuar në mënyrë të njëpasnjëshme, për shembull: Shtojca 1, Shtojca 2 etj.
- Secila shtojcë duhet të jetë e diferencuar në mënyrë të qartë, p.sh. duke u paraqitur me një faqe ballore specifike ose duke e shënuar Shtojca 1, Shtojca 2 etj. mbi faqen e parë të provave.
- Duhet të numërohet çdo depozitim provash të shkruara (p.sh. brenda secilës shtojcë), nëse është e mundur.
- Provat duhet të shoqërohen me indeksin e shtojcave (të përshkruar në nënkreun 3.3.2.1 më poshtë).
- Brenda dosjes së depozitimit të provave, pala duhet të përfshijë një përshkrim se çfarë përfaqëson ose synon të provojë çdo element prove.
- Çdo referencë në dosjen e depozitimit të provave të paraqitura duhet të tregojë numrin përkatës të shtojcës, siç jepet në indeksin e shtojcave (përshkruar në nënkreun 3.3.2.1 më poshtë).
- Përveç kësaj, nëse pala i referohet provës së përfshirë në një depozitim tjetër, kjo gjë duhet të tregohet qartë (p.sh. Shtojca 3 në deklarinimin e motivacionit).
- Nëse kërkohet, data dhe nënshkrimi duhet të jenë të përfshira në çdo faqe ose depozitim prove, sipas procedurës së secilës zyrë të PI-së ose secilit organ apelimi.
- Nëse në një element të vetëm prove shfaqen disa marka tregtare, mallra dhe shërbime ose data, duhet të tregohet qartë informacioni përkatës.
- Nëse origjinalet përmbajnë elemente ngjyre që lidhen me dosjen (për shembull një certifikatë regjistrimi⁽⁵⁹⁾ ose provë e përdorimit të vërtetë), prova duhet të depozitohet me ngjyra.

Palët në procedurën e apelimit duhet të konsiderojnë me kujdes sa prova u duhet të depozitohen për të vërtetuar dhe provuar faktet përkatëse. Ato duhet të zgjedhin me kujdes provat e depozituara në procedurë për nga sasia dhe nga cilësia dhe të vlerësojnë me arsyetim sasinë e provave dhe vlerën e tyre provuese. Prandaj, palët në procedurë duhet të

⁽⁵⁹⁾ 25/10/2018, T-359/17, ALDI, EU:T:2018:720, § 45-57; 27/03/2019, T-265/18, Formata, EU:T:2019:197, § 48-53.

marrin parasysh pikat e mëposhtme.

Rekomandime:

- Në rast se vetëm një pjesë e provës — për shembull, faqja ballore dhe disa faqe brenda saj — kanë lidhje me çështjen në fjalë, pala duhet të depozitojë vetëm faqet/pjesët e lidhura me çështjen;
- Megjithatë, sipas kërkesës, duhet të jepet versioni i plotë/tërësor i provës.

3.3.1.2 Depozitimi në format të printuar në letër, duke përfshirë elemente fizike

Në rast se depozitimi bëhet me dokumente të printuara në letër, rekomandohen orientimet e mëposhtme.

Rekomandime:

- Në rast se dokumentacioni (prova) dërgohet në paketime të ndryshme, në faqen ballore të indeksit të shtojcave duhet të tregohet numri total i shtojcave, numri i paketimeve dhe identifikimi i shtojcave të përmbajtura në secilin paketim.
- Nuk duhet të dërgohen dokumente origjinale. Duhet të prodhohen dhe dërgohen kopje si shtojca (nëse duhet, me ngjyra).
- Dërgimi i ekzemplarëve fizikë, mostrave etj. duhet të mënjanohet sa herë të jetë e mundur. Në vend të tyre, atyre duhet t'u bëhen fotografi (nëse duhet, me ngjyra), të cilat printohen dhe dërgohen si dokumente (në shtojcë).
- Në rast se një palë në procedurë dërgon fotografi të ekzemplarëve/mostrave fizike, ajo duhet të përfshijë të gjitha pamjet që lidhen me çështjen në fjalë duke shkrepur fotografi të secilës anë të mostrës dhe më pas të detajeve të tilla si marka, gjuha, datat ose emrat e vendeve që mund të shfaqen mbi të. Aty ku është e mundur, edhe etiketat që janë element i mostrës në fjalë duhet të fotografohen mbi një sipërfaqe të sheshtë horizontale.
- Nëse është e zbatueshme, kopja e dytë që duhet t'i dërgohet palës tjetër duhet të identifikohet qartë.
- Nëse është e zbatueshme, grupi i dytë i elementeve ngjyrë duhet të përfshihet që t'i dërgohet palës tjetër.

Ka edhe një mundësi për të depozituar provat e regjistruara në bartësit e të dhënave. Kjo temë përshkruhet më poshtë në nënkreun 3.3.1.5

3.3.1.3 Depozitimet elektronike

Në rast se një palë depoziton prova në formë elektronike (nëpërmjet depozitimit elektronik), ajo duhet të mbajë parasysh rekomandimet e mëposhtme.

Rekomandime:

- Në rastin e depozitimit elektronik nuk duhet dërguar kopje e dytë. Megjithatë, nëse kërkohet nga zyra e PI-së ose nga organi i apelimit, kopja e printuar duhet të depozitohet brenda afatit të caktuar.
- Kufizimet për përmasat e skedave varen nga kufizimet dhe kapacitetet teknike të çdo zyre të PI-së ose të çdo organi apelimi.

Për më tepër, duke qenë se shtojcat (provat) duhet të dërgohen si skeda, pala duhet të marrë parasysh rekomandimet e mëposhtme.

Rekomandime:

- Shtojcat (provat) duhet të përfshihen në një ose disa skeda më vete nga skeda të

përmban depozitimin.

- Një skedë mund të përmbajë një ose disa shtojca. Krijimi i një skede më vete për çdo shtojcë nuk duhet të jetë i detyrueshëm. Megjithatë, rekomandohet që kur depozitohen, shtojcat të shtohen në rend numerik rritës dhe që ato të jenë emërtuar mjaftueshëm qartë (siç përshkruhet më poshtë).
- Skedat duhet të përmbajnë emra, të cilat në rrethanat ideale duhet të identifikojnë përmbajtjen e tyre sa më qartë të jetë e mundur (për shembull: Shtojca 1, Shtojca 2, Shtojca 1 deri 6, Shtojca 1 deri 3 Fatura etj.).

Kufizimet për gjatësinë e emrit për skedat e mësipërme varen nga kufizimet dhe kapacitetet teknike të çdo zyre të PI-së ose të çdo organi apelimi.

3.3.1.4 Bartësit e të dhënave (DVD-të, CD ROM-ët, çelësat USB etj.) dhe formatet e tjera të pranueshme

Bartësit e të dhënave duhen përdorur vetëm kur depozitimi elektronik nuk është i disponueshëm ose kur përmasat e skedës së provave të depozituara i tejkalojnë kapacitetet teknike të një instrumenti të dhënë për depozitimin elektronik.

Nëse një palë në procedurë i depoziton provat duke përdorur bartës të dhënash si çelësi USB etj., ajo duhet të ndjekë rekomandimet për skedat si shtojca të përshkruara në nënkreun 3.3.1.3 më lart.

Në raste të jashtëzakonshme kur me bartësit e të dhënave depozitohen një numër shumë i madh skedash, provat duhet të organizohen në nëndosje dhe për çdo shtojcë (provë) duhet të krijohet një nëndosje më vete dhe jo të depozitohet gjithçka në një dosje të vetme të madhe. Këto nëndosje duhet të përmbajnë emra (që pasqyrojnë shtojcën që ato përmbajnë), duke identifikuar në mënyrë ideale përmbajtjen e tyre sa më qartë të jetë e mundur.

Ky dokument paraqet edhe *Një panoramë të plotë të të gjitha formateve të pranueshme për të depozituar provat në procedurat e apelimit të markave tregtare*⁽⁶⁰⁾, e cila bazohet në praktikën e organeve të brendshme të apelimit të zyrave të PI-së, në praktikën e organeve të jashtme të apelimit dhe/ose gjykatave që veprojnë si organe të jashtme apelimi në procedurat e markave tregtare në Shtetet Anëtare të BE-së. Të dhënat e mbledhura duhet të jenë të dobishme për ShP-të, për palët dhe përfaqësuesit e tyre.

Pranimi i formateve të mëposhtme nga organet e apelimit nuk çënon pranimin e formateve të tjera në të ardhmen, për shembull, si rezultat i zhvillimeve teknologjike.

Duhet të theksohet se pavarësisht se bartësit e të dhënave janë formate të njohura për depozitimin e provave në zyrat e PI-së ose në organet e apelimit siç tregohet më lart, mund të mos pranohen të gjitha formatet e skedave të përmbajtura në to. Prandaj, provat e ruajtura në bartësit e të dhënave pranohen në formatet e treguara dhe të pranuar nga çdo zyrë e Pronësisë Intelektuale ose çdo organ apelimi në mënyrë individuale.

Për formatet e skedave mund të gjenden disa orientime në dokumentin *Komunikim i përbashkët për përfaqësimin e tipave e rinj të markave tregtare*⁽⁶¹⁾. Ky dokument jep një panoramë të plotë të formateve të skedave elektronike të pranuar për të gjitha llojet e markave tregtare nga çdo zyrë PI-je.

Rekomandime:

⁽⁶⁰⁾ Të dhëna të mbledhura në tetor 2019.

⁽⁶¹⁾ https://euipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/contentPdfs/about_euipo/who_we_are/common_communication/common_communication_8/common_communication8_en.pdf

- Si standard minimal, depozitimet me CD ROM, DVD ose me çelës USB duhet të pranohen nga organet e apelimit.

3.3.1.5 Printimet dhe kapjet e ekranit: kërkesat speciale

Ky nënkre mbështetet në përfundimet dhe rekomandimet e Dokumentit Praktik CP10 — *Kriteret për vlerësimin e përhapjes së disenjove në internet.*

Përveç kësaj, rekomandimet e mëposhtme janë të zbatueshme për të gjitha faqet ueb dhe aplikacionet nga të cilat janë marrë printimet ose kapjet e ekranit.

Duhet theksuar se, ashtu si me provat e tjera, printimet ose kapjet e ekranit nuk duhet të jenë të modifikuara në mënyrë manuale (me përjashtim të numërimit), për shembull, duke shtuar datën e publikimit të përmbajtjes përkatëse ose burimin.

Rekomandime:

- Printimet dhe kapjet e ekranit të bashkëngjitura si prova duhet të përmbajnë informacion për:
 - burimin nga ku është marrë përmbajtja (p.sh. adresën URL);
 - datën përkatëse;
 - përmbajtjen përkatëse (p.sh. markën, mallrat dhe shërbimet etj.).
- Kur një printim ose kapje ekrani nuk përmban të gjithë informacionin përkatës, rekomandohet që palët të depozitojnë prova shtesë ku të jepen elementet që mungojnë (p.sh. nëse në postin përkatës ku përfshihet marka mungon data, këtë informacion mund ta japin komentet, vërejtjet ose shpërndarjet e bëra në mediat sociale ose në katalogët e botuar në faqet tregtare ose të shitjeve me pakicë).
- Në rast se burimi (p.sh. një adresë URL) nuk është plotësisht i dukshëm në printimin ose në kapjen e ekranit, rekomandohet që të jepen prova shtesë.
- Sa u takon printimeve, është e rëndësishme të bëhet dallimi midis datës së printimit⁽⁶²⁾ të dokumentit (printimit) dhe datës kur përmbajtja përkatëse është publikuar në internet. Data e printimit do të merret si data e publikimit të përmbajtjes, nëse nga adresa URL, nga përmbajtja e vetë dokumentit ose nga prova të tjera nuk vërtetohet një datë më e hershme.
- Kur informacioni përkatës paraqitet si kapje ekrani, data kur është marrë kapja e ekranit do të supozohet se është data e publikimit të përmbajtjes përkatëse, nëse nga vetë përmbajtja e kapjes së ekranit ose nga prova të tjera mbështetëse nuk vërtetohet një datë më e hershme.
- Një printim ose kapje ekrani mund edhe ta ketë datën kur është përfshirë, në varësi të llojit të kompjuterit dhe/ose pajisjes së përdorur. Kjo datë mund të jetë e rëndësishme për publikimin e një përmbajtjeje të caktuar në internet.

3.3.2 Struktura e provave

Rekomandimet e renditura në këtë nënkre duhet të zbatohen për të gjitha provat e depozituara, pavarësisht nëse ato janë depozituar fizikisht, me bartës të dhënash, në mënyrë elektronike ose me faks.

3.3.2.1 Indeksi i shtojcave

Siç u përmend më lart, për të pasur paraqitje të qartë dhe të saktë të provave, ato duhet të

⁽⁶²⁾ Data e dhënë nga kompjuteri kur printohet përmbajtja nga një faqe ueb (qoftë në kopje fizike në letër qoftë si format PDF). Kjo datë shfaqet në krye ose në fund të faqeve të printuara.

përfshihen në shtojcat e dosjes së depozitimit. Përveç kësaj, pala në procedurë, bashkë me provat e saj, duhet të krijojë dhe depozitojë indeksin e shtojcave para zyrës së PI-së ose para organeve të apelimit.

Indeksi i shtojcave duhet të depozitohet bashkë me dosjen dhe të jetë në përputhje me rekomandimet e mëposhtme.

Rekomandime:

- Dosja e depozitimit duhet të përmbajë një indeks (p.sh. indeksin e shtojcave) që të tregojë informacionin e mëposhtëm, për çdo element prove të gjendur në shtojca:
 - numrin e shtojcës;
 - një përshkrim të shkurtër të provës dhe, nëse është e zbatueshme, numrin e faqeve;
 - numrin e faqes në dosjen e depozitimit ku përmendet prova⁽⁶³⁾;
 - nëse është e zbatueshme, një element i veçantë prove duhet mbajtur konfidencial (që do të thotë se pala ka paraqitur një kërkesë të arsyetuar për konfidencialitetin e kësaj prove dhe se duhet të shënohet si konfidencial dhe duhet mbajtur si e tillë).
- Treguesi i vendimit objekt apelimi ose një numër dosjeje (në varësi të fazës së procedurës së apelimit) duhet të përfshihet në krye të indeksit të shtojcave;
- Nëse është rasti, për depozitimet me faks, faqja e parë e indeksit të shtojcave duhet të tregojë qartazi nëse shtojcat/provat e depozituara përmbajnë elemente me ngjyrë me rëndësi për dosjen;
- Është gjithashtu e këshillueshme, por jo e detyrueshme, që pala depozituese të tregojë, në indeksin e shtojcave, se mbi cilat pjesë specifike të një dokumenti (prove) mbështetet ajo për të justifikuar argumentet e saj.

Për t'ua bërë referencën më të lehtë palëve, përfaqësuesve të tyre dhe ShP-ve është krijuar një model i indeksit të shtojcave dhe është përfshirë si **Shtojca 1** e këtij Dokumenti Praktike.

3.3.2.2 Provat e pastrukturuara: pasojat

Aty ku kushtet e përshkruara në këtë kre nuk përmbushen, zyra e PI-së ose organet e apelimit mund të ftojnë palët të plotësojnë mangësitë. Afatet kohore që duhet të përmbushen për të plotësuar mangësitë varen nga procedura e çdo zyre të Pronësisë Intellektuale ose e çdo organi apelimi dhe ato duhet të tregohen në njoftimin për mangësitë.

Rekomandime:

Mangësitë duhet të bëhen të ditura kur ndodh të paktën njëri prej skenarëve të mëposhtëm:

- prova nuk gjendet në shtojcat e dosjes së depozituar (ky mund të jetë rasti kur dosja e depozituar ose indeksi i referohen provës, por ajo nuk ndodhet bashkëngjitur — përjashtoj këtu situatat kur afatet kohore për depozitimin e provave kanë skaduar tashmë);
- shtojcat nuk janë numërtuar në mënyrë të njëpasnjëshme;
- faqet në shtojcat nuk janë numërtuar;
- indeksi i shtojcave nuk është depozituar bashkë me dosjen;
- indeksi nuk tregon, për çdo dokument ose element të provave në shtojca:
 - numrin e shtojcës;
 - një përshkrim të shkurtër të provës dhe, nëse është e zbatueshme, numrin e faqeve;
 - numrin e faqes në dosje ku përmendet prova.

⁽⁶³⁾ Neni 55(2) i Rregullores së Deleguar të Komisionit (BE) Nr. 2018/625.

Në rastet kur mungon ose është i mangët vetëm indeksi i shtojcave ose është e mangët vetëm një shtojcë e vetme, pala duhet të dërgojë vetëm indeksin e ri ose shtojcën e re.

Në rast se mangësia nuk zgjidhet brenda afatit të caktuar kohor, pranimi mbetet në vetëgjykimin e zyrës së PI-së ose të organit të apelimit në fjalë.

3.3.3 Struktura e studimeve të tregut

Ky kre përmban një sërë rekomandimesh për mënyrën e konceptimit dhe kryerjes së studimit të tregut që mund të depozitohet para zyrës të PI-së ose organeve të apelimit si provë në procedurat e lidhura me markat tregtare⁽⁶⁴⁾. Këto rekomandime mund të ndihmojnë kërkimin e elementeve të nevojshme për një studim.

Në pajtim me praktikat e mirëvendosura tashmë në nivel BE-je, studimet e tregut zakonisht depozitohen si prova për të provuar karakterin dallues të fituar nga përdorimi ose reputacionin e një marke tregtare. Megjithatë, rekomandimet mund të zbatohen edhe për llojet e tjera të studimeve të tregut në procedurat e lidhura me markat tregtare.

3.3.3.1 Kërkesat për ofruesit e studimeve të tregut

Në parim, studimet duhet të kryhen nga institute të pavarura kërkimore, nga shoqëri tregtare ose ekspertë të tjerë të pavarur. Nisur nga natyra e ndërlikuar e këtyre llojeve të studimeve të tregut, ekspertët e kontraktuar për t'i kryer ato duhet të kenë njohuritë dhe/ose përvojën përkatëse. Ekspertët pajtohen me mendimin se është më mirë të konsultohet një shoqëri e specializuar për studimet sesa një shoqëri e përgjithshme. Një shoqëri/institucion i specializuar e kupton më mirë qëllimin e studimit, prandaj mund të strukturojë, kryejë dhe interpretojë më mirë dhe në mënyrë më të besueshme studimin. Megjithatë, zgjedhja e ekspertit/institucionit të studimit mbetet në vetëgjykimin e palëve.

Raporti i depozituar i studimit nuk duhet të rrëzohet vetëm për arsyen se eksperti/institucioni që ka kryer atë vrojtim nuk është organizatë e njohur/ndërkombëtare/e madhe, me kusht që të gjitha elementet kryesore të raportit të studimit të jenë përcaktuar dhe shpjeguar mirë dhe që metodologjia e studimit të përmbushë standardet e industrisë. Te këto elemente kryesore mund të përfshihen: universi përkatës, përshkrimi i mostrës, metoda për mbledhjen e përgjigjeve, grupi i pyetjeve që janë bërë dhe rezultatet përfundimtare.

Për të konfirmuar *ndër të tjera* besueshmërinë e rezultateve të studimit të tregut, rekomandohet që të jepen informacione për historikun profesional të ekspertit (ekspertëve)⁽⁶⁵⁾/institutit të kërkimit ose shoqërisë që ka kryer vrojtimin.

3.3.3.2 Mostrat e konsumatorëve (metoda e ndërtimit të mostrës, përmasa e mostrës)

Mostra duhet të jetë treguese e të gjithë publikut përkatës dhe duhet të zgjidhet në mënyrë rastësore⁽⁶⁶⁾. Ajo duhet të konceptohet në mënyrë të tillë që numri dhe profili i të anketuarve (të paktën për nga gjinia, moshja, shpërndarja rajonale/gjeografike, niveli arsimor, profesional dhe origjina) të përfaqësojë llojet e ndryshme të konsumatorëve potencialë të mallrave dhe/ose shërbimeve në fjalë.

⁽⁶⁴⁾ Megjithatë, disa organe apelimi ose zyra të PI-së mund të kenë rregulla specifike për pranimin e studimeve të tregut, të cilat mund t'i detyrojnë palët të kërkojnë leje për të prodhuar këtë lloj prove. Përveç kësaj, në disa juridiksione në BE, studimet mund të konceptohen bashkë me organet e apelimit ose me zyrat e PI-së ose të miratohen prej tyre.

⁽⁶⁵⁾ Mund të jetë kopja e CV-së së ekspertit ose profili i shoqërisë, një listë me publikimet e tyre për studimet e tregut; informacioni se eksperti ka marrë pjesë në konferencat e fushës si folës; anëtarësia në shoqatat profesionale etj.

⁽⁶⁶⁾ 29/01/2013, T-25/11, Cortadora de cerámica, EU:T:2013:40, § 88.

Çështja se si të përcaktohet nëse studimit është përfaqësues, është një çështje madhore në praktikë. Prandaj, mund të jetë e dobishme të konsiderohet se çfarë do të thotë “përfaqësuese” kur flasim për mostrën. Duke qenë se është e pamundur të anketohet një popullsi e tërë ose çdo konsumator/profesionist përkatës në një çështje të caktuar, duhen marrë mostra. Mostra është një grup shumë më i vogël, me përmasë që mund të menaxhohet. Planifikohet në mënyrë të tillë që të përkojë në mënyrë besnike me përbërjen e të tërë grupit që duhet të vrojtohet; në mënyrë ideale, mostra duhet të jetë një version ekzakt në miniaturë i “universit” që duhet të studiohet.

Mënyra për të arritur nivelin e përfaqësimit është duke zbatuar procedura shkencore për marrjen e mostrës, p.sh. “mostra rastësore”⁽⁶⁷⁾ ose “kuotat”⁽⁶⁸⁾ si metoda të marrjes së mostrës⁽⁶⁹⁾ ose me metoda të tjera shkencore që i bëjnë mostrat përfaqësuese. Këto metoda i zgjedhin të anketuarit në mënyrë sistematike dhe aktive, krijojnë një përzgjedhje rastësore dhe dalin me një mostër të përshtatshme/përfaqësuese.

Në varësi të mallrave dhe shërbimeve në fjalë, konsumatorët përkatës mund të përcaktohen jo vetëm nga territori, por edhe nga ndarja në grupe të ndryshme: (1) publiku i gjerë (konsumatorët e mallrave dhe shërbimeve të përgjithshme, të disponueshme publikisht dhe të kërkuara nga çdokush), (2) ose një grup specifik konsumatorësh brenda publikut të gjerë (p.sh. personat që blejnë pajisje që i shërbejnë një qëllimi të caktuar që nuk është i rëndësishëm për të gjithë konsumatorët e publikut të gjerë, p.sh. kaska për motorë, pajisje golfi, produkte për kujdesin e lenteve të kontaktit, pelena për bebe etj. të cilat qartësisht përdoren nga vetëm një segment specifik dhe në mënyrë tipike më i vogël i publikut të gjerë) ose (3) profesionistët (konsumatorët e mallrave dhe shërbimeve specifike që normalisht nuk i drejtohen publikut të gjerë).

Përmasa e mostrës që përmban, për shembull, ndërmjet 1000 deri 2000 konsumatorë mund të konsiderohet e mjaftueshme për publikun e gjerë dhe për mallrat dhe shërbimet e përgjithshme. Megjithatë, përmasa e mostrës mund të përmbajë një numër më të ulët konsumatorësh, në varësi të popullatës së Shtetit Anëtar në fjalë (publiku përkatës), në varësi të specifikave të vendeve dhe në varësi të fushës së mallrave dhe shërbimeve. Nga këtu del se, për profesionistët dhe mallrat dhe shërbimet më të specializuara/specifike një mostër shumë më e vogël mund të jetë përfaqësuese dhe me vlerë provuese, për sa kohë është përzgjedhur rreptësisht në mënyrë rastësore. Krahasuar me popullatën totale, përdoruesit e mallrave ose shërbimeve specifike dhe grupet e profesionistëve janë përgjithësisht më homogjenë dhe përgjigjet e tyre tregojnë shumë më pak divergjencë.

Prandaj, karakteri përfaqësues i mostrës nuk varet nga numri i madh i të anketuarve. Sa më i ulët të jetë marzhi i gabimit⁽⁷⁰⁾, aq më i madh është niveli i sigurisë se vrojtimi është i besueshëm dhe përfaqësues⁽⁷¹⁾.

⁽⁶⁷⁾ Metoda rastësore parashikon se mostra zgjidhet në mënyrë rastësore nga popullata duke u bazuar në disa kriteret sistematike. Parimi kryesor i ndërtimit të mostrës rastësore është se çdo element i universit ka të njëjtat mundësi (të parashikueshme) që të zgjidhet si element i mostrës.

⁽⁶⁸⁾ Ndërtimi i mostrës me kuota përpiket të konceptojë mostrën si një model në miniaturë që pasqyron sa më afër të jetë e mundur strukturën sociodemografike të universit përgjegjës duke vendosur objektiva për përbërjen e mostrës p.sh. duke u nisur nga gjinia, mosha, shpërndarja gjeografike dhe punësimi, duke u bazuar në statistika nga burime të tjera. Anketuesit duhet të anketojnë një numër të caktuar njerëzish që kanë disa karakteristika sociodemografike ose kombinime të karakteristikave, në mënyrë që struktura e mostrës të përkojë me ato të universit.

⁽⁶⁹⁾ Në të dyja rastet (në mostrën rastësore dhe në atë me kuota), të dhënat duhet të peshohen nëse struktura e mostrës (p.sh. përkundrejt moshës ose gjinisë) devijon shumë nga struktura sociodemografike e synuar e universit përkatës. Në procesin e ponderimit, personat e papërfaqësuar në mostër marrin një faktor ponderimi më të lartë (> ‘1’), d.m.th. ata përfshihen në masë më të madhe në vlerësim, ndërsa personat e mbipërfaqësuar marrin një faktor ponderimi përkatësisht më të ulët (< ‘1’). Kjo gjë siguron që mostra, si pasojë, të pasqyrojë strukturën e universit përgjegjës.

⁽⁷⁰⁾ **Marzhi i gabimit** shpreh diferencën më të madhe të pritshme ndërmjet parametrit të popullatës reale dhe një vlerësimi me mostër të atij parametri. Që të jetë domethënës, marzhi i gabimit duhet të kualifikohet me një deklaratë probabiliteti (shpesh e shprehur në formën e nivelit të besimit). Në statistika, **niveli i besimit** tregon probabilitetin me të cilin vlerësimi i vendndodhjes së një parametri statistikor (p.sh. një mesatare matematike) në një mostër vrojtimi është gjithashtu i vërtetë për të popullatën.

⁽⁷¹⁾ Për shembull: në rast se zgjedhim në nivel besimi prej 95 % dhe një marzh gabimi prej 5 %, do të jemi të sigurt për rezultatit me ± 5 % mundësi gabimi dhe 95 % besim se mostra e përdorur përfaqëson të gjithë popullatën. Një nivel besimi prej 95 % me një marzh gabimi 5 % është qasja e marrjes së mostrës që përgjithësisht pranohet se është përfaqësuese.

Për ta përmbledhur, në raportin e studimitduhet të shfaqen elementet e mëposhtme:

- një tregues i qartë i publikut përkatës;
- nëse “konsumatori” përkatës në një çështje të caktuar është publiku i gjerë, një grup specifik apo qarqet e profesionistëve;
- një shpjegim i qartë për mënyrën si është konceptuar dhe përzgjedhur mostra dhe cila metodë shkencore është përdorur (metoda e kuotës, ajo rastësore apo ndonjë tjetër);
- duhet të jepen të dhënat statistikore përkatëse (tabela), duke përfshirë informacion për popullatën, të paktën për nga rajoni, mosha, gjinia, niveli arsimor, punësimi etj.;
- një shpjegim të qartë se cila ishte përmasa e mostrës për një çështje të caktuar dhe një shpjegim se mostra është përfaqësuese;
- çdo përqindje e përmendur në vrojtim duhet gjithashtu të shpjegohet (nëse përkon me numrin total të të anketuarve ose vetëm me numrin e atyre që janë përgjigjur).

3.3.3.3 Metodatat e kryerjes së studimit (ballë për ballë, me telefon, online etj.)

Nuk ekzistojnë metoda ose kanale të detyrueshme dhe mund të dallojmë disa mënyra për kryerjen e vrojtimeve, secila me avantazhet dhe disavantazhet e veta. Mënyrat e ndryshme të anketimit janë anketat ballë për ballë, me telefon dhe me ndërfaqet në internet (kryesisht në formën e atyre të ashtuquajturave panele të aksesit nëpërmjet internetit).

Metoda dhe rrethanat në të cilat pyeten të anketuarit ka një ndikim të drejtpërdrejtë në cilësinë dhe besueshmërinë e rezultateve të studimit. Është e rëndësishme që në raportin e studimit të jepet një shpjegim për metodën e zgjedhur për të kryer vrojtimin, ndryshe mund të vihet në pikëpyetje besueshmëria e këtij vrojtimi.

Metoda e kryerjes së studimit duhet të zgjidhet duke marrë në konsideratë:

- (1) publikun përkatës dhe numrin potencial të personave që janë përgjigjur;
- (2) nevojën për t’u treguar të anketuarve objektin e testimit (një shenjë, paketim produkti);
- (3) mundësitë për të siguruar gjurmueshmërinë e përgjigjeve (të cilave një person u përgjigjet vetëm një herë dhe që përgjigjet nuk mund të ndryshohen më vonë nga personi që është përgjigjur);
- (4) nevojën për të krijuar kushte të tilla që të anketuarit të përgjigjen në mënyrë spontane (p.sh. kohë e kufizuar për t’iu përgjigjur pyetësorit, pamundësia për të parë internetin/burime të tjera informacioni).

Metoda e duhur për të kryer vrojtimin duhet të zgjidhet nga eksperti i vrojtimeve rast pas rasti.

Sa i takon studimeve të kryera në internet, në raportin e studimitduhet të tregohet qartë se mostra e konsumatorit është përfaqësuese dhe të anketuarit u janë përgjigjur pyetjeve në një mjedis të kontrolluar. Në rastin e paneleve online, të anketuarit duhet të përzgjidhen në mënyrë rastësore nga anëtarët e panelit. Të anketuarit duhet të kalojnë një proces verifikimi që të sigurojë që ata janë vërtet anëtarë të publikut përkatës. Një kuadër i kontrolluar analize ndihmon më vonë për të garantuar rëndësinë e rezultateve (d.m.th. nëse një i anketuar e ka ndërprerë studimin për një arsye të çfarëdoshme, përgjigjet e tij duhet të përjashtohen).

Për ta përmbledhur, në raportin e studimitduhet të shfaqen elementet e mëposhtme:

- informacioni për metodën e përdorur për mbledhjen e përgjigjeve (metoda e kryerjes së studimit); dhe
- një shpjegim për arsyen përse kjo metodë është zgjedhur si metoda e duhur në këtë rast të veçantë.

3.3.3.4 Struktura dhe formulimi i pyetësorit të studimit

Në çdo rast është e rëndësishme të konceptohet një qasje objektive për testimin, duke e ndarë me një grup pyetjesh neutrale që përkohet me qëllimin e studimit. Pyetjet e bëra në pyetësor nuk mund të jenë pyetje sugjeruese⁽⁷²⁾. Duhet të shmangen pyetjet e dyfishta (pyetjet e studimit nuk duhet të përmbajnë disa tema por duhet të përqendrohen në një temë të vetme) - pyetësi duhet të jetë i thjeshtë dhe konciz.

Vlera provuese e studimeve varet nga mënyra si janë formuluar pyetjet. Studimi mund të përmbajë një kombinim pyetjesh të mbyllura⁽⁷³⁾ dhe pyetjesh të hapura⁽⁷⁴⁾. Kjo duhet të merret parasysh nëse është zgjedhur lloji i përshtatshëm i pyetjeve në funksion të objektivit të studimit⁽⁷⁵⁾.

Këshillohet të mos përdoret i njëjti test ose pyetësor uniform për lloje të ndryshme studimesh. Përkundrazi, për çdo lloj studimi duhet të përdoren pyetje të ndryshme dhe modele të ndryshme testesh.

Duke u nisur nga qëllimet e ndryshme, rekomandohet të mos kombinohen protokollet e testeve në një test të vetëm ose të kryhen të dy llojet e testeve brenda së njëjtës anketë vrojtimi ose me të njëjtin të anketuar, për shembull kur bëhen vrojtme për karakterin dallues të fituar nga përdorimi ose për reputacionin.

Sa i takon formulimit dhe strukturës së pyetësorëve, rekomandohen elementet e mëposhtme:

- Studimi duhet të përdorë pyetje të strukturuar qartë, të cilat ndjekin të njëjtin rend dhe format për të gjithë të anketuarit.
- Gjuha e pyetjeve duhet të jetë e qartë dhe koncize.
- Pyetjet e bëra nuk duhet të jenë sugjeruese dhe nuk duhet ta drejtojnë personin që i përgjigjet pyetjes drejt një fushe spekulimi në të cilën ky person nuk do të hynte kurrë nëse nuk do t'i bëhej pyetja.
- Pyetjet duhet të formulohen në mënyrë të tillë që të merren përgjigje spontane.
- Zakonisht duhet t'u jepet më shumë peshë pyetjeve të hapura dhe spontane.
- Duhet të regjistrohen përgjigjet e sakta dhe jo përgjigjet e shkurtuara, të përmbledhura ose të kondensuara.
- Përgjigjet si "po", "jo" ose "nuk e di" janë të thjeshta dhe më të lehtë për t'u kuptuar dhe matur. Që të merren përgjigje të tilla, nevojiten pyetje të mbyllura, edhe pse ndonjëherë është me rëndësi të fiksohet një shkallë dhe të mësohet më shumë për opinionin ose preferencat e konsumatorit: në raste të tilla nevojiten pyetje të hapura.
- Duhet të bëhet e ditur lista e plotë e pyetjeve të përfshira në pyetësor.
- Duhet të bëhen të ditura të gjitha përgjigjet e dhëna gjatë studimit.
- Duhet të bëhen të ditura edhe udhëzimet që u janë dhënë anketuesve.

Duke qenë se studimet e tregut paraqiten shpesh si prova për të provuar karakterin dallues të fituar nga përdorimi ose reputacionin, ky Dokument Praktike jep orientime të përgjithshme për "qasjen e testit me tre hapa" që mund të jetë i dobishëm, sidomos për palët në procedurë dhe përfaqësuesit e tyre.

Megjithatë, duhet theksuar se numri dhe formulimi i veçantë i pyetjeve duhet të përcaktohet gjithmonë nga një ekspert vrojtues rast pas rasti.

⁽⁷²⁾ 13/09/2012, T-72/11, Espetec, EU:T:2012:424, § 79.

⁽⁷³⁾ Pyetjet e mbyllura mund të përgjigjen me 'Po'/'Jo'/'Ndoshta' ose ato kanë një grup të kufizuar përgjigjesh të mundshme (si p.sh.: 'A', 'B', 'C').

⁽⁷⁴⁾ Pyetjet e hapura janë pyetje që i lejojnë dikujt të japë një përgjigje në formë të lirë.

⁽⁷⁵⁾ Disa shembuj të pyetjeve sugjeruese mund të gjenden në: 15/12/2005, T-262/04, Marka tregtare tredimensionale në formën e një çakmaku, EU:T:2005:463, § 83-86; 13/09/2012, T-72/11, Espetec, EU:T:2012:424, § 79.

Karakterit dallues i fituar nga përdorimi

Testi me tre hapa synon të provojë aftësinë e të anketuarve **për të njohur në mënyrë spontane** një objekt të veçantë të testit⁽⁷⁶⁾, shpeshherë ndërmjet objekteve të tjera⁽⁷⁷⁾, në lidhje me një lloj të caktuar produkti ose shërbimi (njohja) si i ardhur nga një burim i vetëm specifik tregtar.

Një strukturë e tillë pyetjesh është mekanizëm filtrimi, i cili mundëson matjen e shkallës së karakterit dallues që rrjedh nga pjesa e personave që në mënyrë ekskluzive ia atribuojnë objektin e testit vetëm një burimi specifik me origjinë tregtare.

I anketuari kalon në përgjigjen tjetër vetëm pasi të ketë dhënë përgjigje pozitive. Për pasojë, në çdo hap mund të humbasin një numër të anketuarish.

Hapi i dytë i testit është hapi vendimtar sepse përcakton pjesën e personave të cilët, për shkak të markës, e atribuojnë objektin e testit në kontekstin e mallrave dhe shërbimeve specifike si me origjinë nga vetëm një sipërmarrje e vetme.

Hapi i tretë ndërtohet si një verifikim shtesë; nuk ka nevojë që përgjigjet të jenë të sakta ose që të anketuarit të jenë të aftë të emërtojnë aktivisht dhe saktësisht atë sipërmarrje të veçantë. Megjithatë, në këtë fazë duhet të merret në konsideratë ndikimi i përgjigjeve negative ose të pasakta të hamendësuarra për karakterin e dallueshëm. Në thelb, dy pyetjet e para të mbyllura përcaktojnë shkallën e karakterit dallues të fituar nga përdorimi, ndërsa pyetja e tretë e hapur mund të konsiderohet si një faktor shtesë që e forcon këtë karakter të dallueshëm, por nuk është faktor përcaktues.

⁽⁷⁶⁾ Disa shembuj të pyetjeve mund të gjenden në: Vendimin e Bordit të Apelimit, 18/04/2018, për çështjen R 972/2017-2, § 6, apeluar në gjykatë, 10/10/2019, T-428/18, mc dreams hotels Träumen zum kleinen Preis!, EU:T:2019:738, § 71 (rekurs i rrëzuar).

⁽⁷⁷⁾ 15/12/2005, T-262/04, Three-dimensional trade mark in the shape of a lighter, EU:T:2005:463, § 84.

Hapi 1

Njohja

- Njohja e shenjës lidhur me llojin përkatës të produkteve ose shërbimeve të pretenduara
- Pyetje të mbyllura
- Mund të përdoren pyetjet e mëposhtme, por natyrisht mund të përshtaten për kontekstin faktik, ekonomik dhe kulturor në fjalë: “E njihni shenjën X*/ndonjërin prej këtyre shenjave X Y Z etj**”. në lidhje me mallin Z?”/“E keni parë këtë ngjyrë/ndonjërin prej këtyre ngjyrave të përdorura te X më përpara?”
- Përgjigjet e mundshme: “po”, “jo”, “ndoshta”
- *Lutemi shihni shënimin në fund të faqes #79
- **Lutemi shihni shënimin në fund të faqes #80

Hapi 2

Atribuimi ekskluziv vetëm për një burim të vetëm tregtar

- Vetëm ata që përgjigjen “po” ose “ndoshta” në hapin 1
- Vërtetimi i njohjes së shenjës si shenjë që i përket një sipërmarrjeje të vetme
- Pyetje të mbyllura
- Mund të përdoren pyetjet e mëposhtme, por natyrisht mund të përshtaten për kontekstin faktik, ekonomik dhe kulturor në fjalë: “Mallrat me shenjën X vijnë nga një sipërmarrje e vetme apo nga sipërmarrje të ndryshme?”/ “Mallrat që mbajnë këtë ngjyrë (1) vijnë nga një shoqëri tregtare e veçantë; (2) vijnë nga një numër shoqëri tregtare të ndryshme; (3) ju sjellin ndonjë gjë ndër mend?”
- Përgjigjet e mundshme: “nga një shoqëri tregtare”, “nga shoqëri të ndryshme tregtare”, “nuk më sjellin gjë ndër mend”

Hapi 3

Niveli i identifikimit të atij burimi (shumicën e rasteve nga emri) me pyetje kontrolli

- Vetëm për ata që përgjigjen “nga një shoqëri tregtare e veçantë” në hapin 2
- Identifikimi i asaj sipërmarrjeje me emër ose me përshkrim tjetër
- Pyetje të hapura
- Mund të përdoren pyetjet e mëposhtme, por natyrisht mund të përshtaten për kontekstin faktik, ekonomik dhe kulturor në fjalë: “Cili është emri i sipërmarrjes? Mund të na thoni emrin e kësaj shoqërie tregtare të veçantë?”

Reputacioni

Studimet që matin reputacionin, në thelb, duhet të përqendrohen te vërtetimi i nivelit të **kujtesës aktive** ndër konsumatorët. Për matjen e reputacionit, janë të përshtatshme pyetje të hapura që kërkojnë njohuri aktive dhe formulim spontan të përgjigjeve nga vetë të anketuarit.

Nga pikëpamja ligjore, po vlerësojmë nëse një markë tregtare mund të përfitojë nga një fushë më e gjerë mbrojtjeje për shkak të shkallës së “kujtesës” së të anketuarit d.m.th. nga asociimi i drejtpërdrejtë dhe i menjëhershëm ose nga informacionet më përshkruese të dhëna.

Rekomandohet që pyetjet të formulohen në mënyrë të tillë që t’u bëjnë të mundur të anketuarve të japin përgjigje spontane. Pastaj, këto përgjigje të formuluar lirshëm analizohen duke përdorur një sistem kategorish (çelës kodimi).

Edhe struktura e rekomanduar e pyetësorit përmban tre hapa.

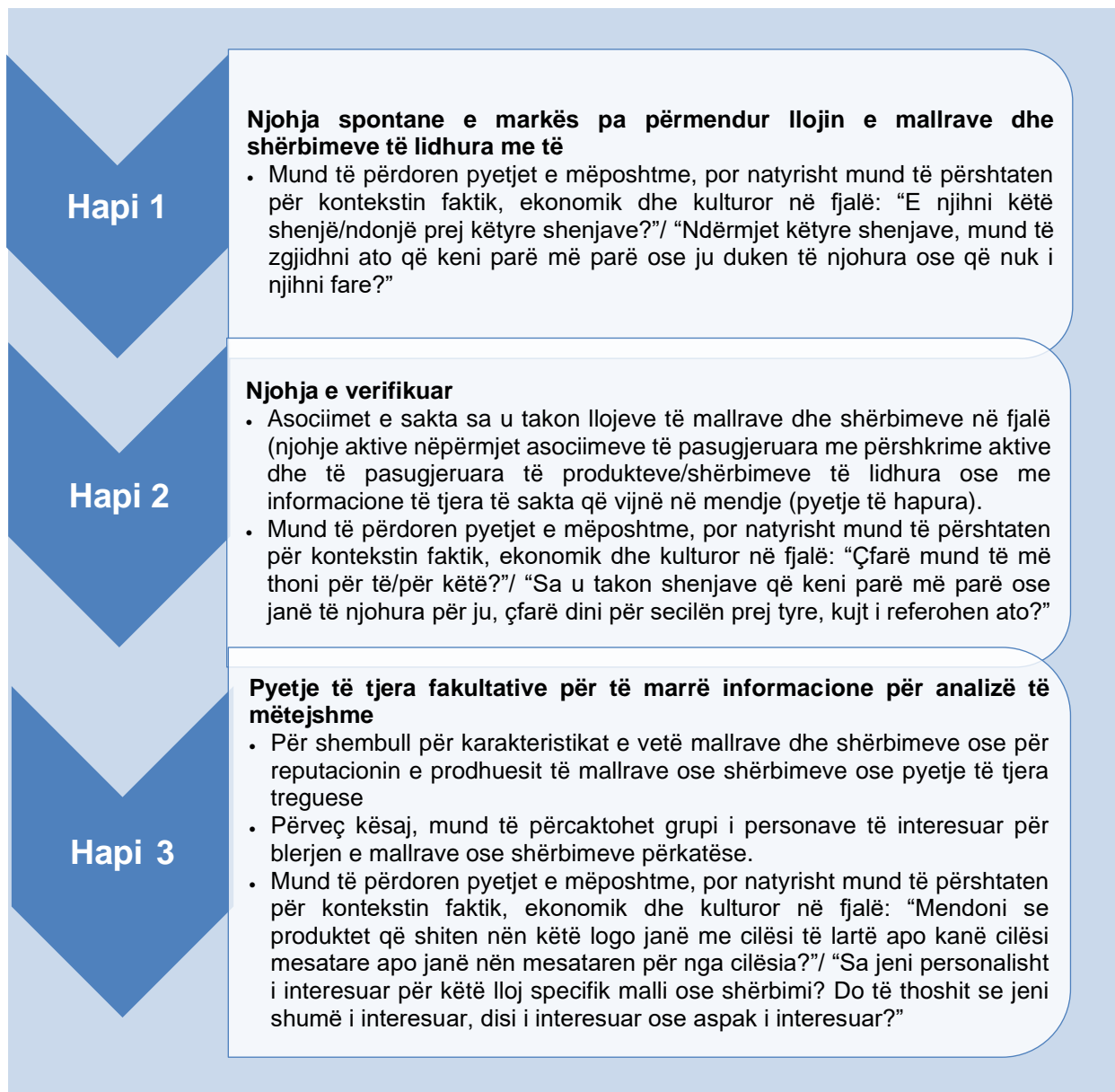
Në hapin 1, pyetja duhet të konceptohet për të matur njohjen spontane të shenjës/shenjave.

Në hapin 2, të anketuarve duhet t'u kërkohet të përshkruajnë se çfarë njohin për shenjën, çfarë asociojnë ata me këtë shenjë. Të anketuarit duhet t'i formulojnë vetë përgjigjet e tyre, pa ndihmën e kategorive të përgjigjeve të parapërgatitura. Përçindja e duhur për të sqaruar çështjen ligjore në fjalë përcaktohet duke u bazuar në raportin e të anketuarve që e njohin markën dhe, në të njëjtën kohë, janë të aftë të përshkruajnë me saktësi llojet përkatëse të mallrave dhe shërbimeve të ofruara nga pronari i markës tregtare.

Gjetja vendimtare ligjore, "njohja aktive" përftohet me pyetjet e bëra në hapin dy. Ajo supozon njohjen, njësoj siç matet në hapin një, në nivel individual.

Në hapin tre, mund të bëhen disa pyetje fakultative për të përcaktuar me detaje opinionin e të anketuarve për analizë të mëtejshme (për shembull, sa u takon karakteristikave të mallrave dhe shërbimeve, interesit të veçantë të konsumatorëve kundrejt disa mallrave dhe shërbimeve etj.).

Struktura e mëposhtme pasqyron këtë qasje:



3.3.3.5 *Lista e kontrollit: një instrument mbështetës për të vlerësuar përmbajtjen dhe standardin e një studimi*

Në parim, lista e kontrollit më poshtë mund të përdoret nga zyra e PI-së ose nga organet e apelimit për të vlerësuar përmbajtjen dhe standardin me të cilët duhet të përputhen studimet e tregut.

Indeksi	Pyetje	Përgjigje
Mjetet e provave të prodhuara		
1	A është studimi pjesë e një grupi më të madh provash të paraqitura apo është elementi i vetëm?	Pjesë e një grupi provash/ Element i vetëm prove
Qëllimi i studimit		
2	A është treguar qartë qëllimi i studimit?	Po/Jo
Kërkesat për një ekspert/institucion studimi		
3	A është kryer studimi nga një ekspert/institucion i pavarur?	Po/Jo
4	A ka dëshmi se eksperti/institucioni ka kualifikimet dhe/ose përvojën e përshtatshme?	Po/Jo
Një përgjigje "Jo" për njërin prej këtyre pyetjeve mund të çojë në rrëzimin e studimit, sepse rezultatet mund të konsiderohen të pasakta. Çështja mbetet në vetëgjykimin e zyrës së PI-së ose të organeve të apelimit.		
Tregu përkatës dhe ekstrapolimi		
5	A është përcaktuar qartë publiku përkatës që duhet të vrojtohet?	Po/Jo
6	A është publiku përkatës që duhet të studiohet i njëjtë me tregun në të cilin përdoret marka tregtare dhe/ose në të cilin vepron zotëruesi i të drejtave?	Po/Jo
7	Në varësi të markës dhe natyrës së mallrave dhe shërbimeve, a është kryer studimi në territorin e BE-së/Shtetit Anëtar specifik?	Po/Jo
8	A është bërë ekstrapolimi territorial ⁽⁷⁸⁾ ? Nëse po, a është shpjeguar në dosjen e depozitimit baza e ekstrapolimit?	Po/Jo
Si rekomandim i përgjithshëm, pyetjet 5, 6 dhe 7 duhet të marrin përgjigjen "po" dhe duhet t'i jepet kujdesi i duhur përgjigjes ndaj pyetjes 8 në mënyrë që të vlerësohet besueshmëria e studimit si provë. Çështja mbetet në vetëgjykimin e zyrës së PI-së ose të organeve të apelimit.		
Mostra e konsumatorëve		
9	A është shpjeguar qartë dhe plotësisht konceptimi i mostrës së popullatës?	Po/Jo
10	A është përcaktuar dhe arritur përmasa minimale e rekomanduar e mostrës?	Po/Jo
11	A është dhënë një nivel mjaftueshëm i besueshëm i nivelit të besimit të mostrës dhe një marzh specifik gabimi?	Po/Jo
12	A janë dhënë tabelat statistikore dhe të dhënat e papërpunuara?	Po/Jo
Një përgjigje "Jo" për njërin prej këtyre pyetjeve mund të çojë në rrëzimin e studimit si i pasaktë. Çështja mbetet në vetëgjykimin e zyrës së PI-së ose të organeve të apelimit.		
Metoda e kryerjes së studimit		
13	A ka ndonjë përshkrim se si janë pyetur të anketuarit dhe si është kryer vrojtimi (ballë për ballë ⁽⁷⁹⁾ , me telefon, në internet etj.) dhe, nëse është e zbatueshme, nga kush?	Po/Jo

⁽⁷⁸⁾ Kjo zbatohet nëse studimi synon të mbulojë më shumë se një Shtet Anëtar. Ky koncept paraqitet, për shembull, në: 25/07/2018, në çështjet e bashkuara C-84/17 P, C-85/17 P dhe C-95/17 P, Three-dimensional mark representing the shape of a four-fingered chocolate bar, EU:C:2018:596, § 80-83; 24/02/2016, T-411/14, Shape of a contour bottle without fluting, EU:T:2016:94, § 80.

⁽⁷⁹⁾ Nëse po, ku? Në shtëpi, në një dyqan etj.?

14	A ka ndonjë përshkrim të qartë të rezultateve dhe/ose një shpjegim të mënyrës si janë vlerësuar rezultatet?	Po/Jo
15	A janë dhënë kopjet e udhëzimeve dhe pyetjeve të anketuesit? Këtu mund të përfshihen rezultatet e miratimit, librat e kodeve dhe treguesit e gamës së përgjigjeve që u janë ofruar të anketuarve.	Po/Jo
16	A janë vënë këto pyetje në të njëjtën renditje për të gjithë të anketuarit?	Po/Jo
17	A ka informacion për si ⁽⁸⁰⁾ dhe me cilat mënyra shenja u është paraqitur të anketuarve? A u është treguar shenja të anketuarve ashtu siç shfaqet në aplikacion apo ashtu siç është regjistruar ⁽⁸¹⁾ ?	Po/Jo
<p>Nëse njëra prej këtyre përgjigjeve është “jo”, vrojtimi mund të rrëzohet si i pasaktë. Çështja mbetet në vetëgjykimin e zyrës së PI-së ose të organeve të apelimit. Megjithatë, në rast se përgjigjja ndaj pyetjes “A u është treguar shenja të anketuarve ashtu siç shfaqet në aplikacion apo ashtu siç është regjistruar” është “jo”, atëherë duhen dhënë/kryer informacione/shqyrtime të tjera. Çështja mbetet në vetëgjykimin e zyrës së PI-së ose të organeve të apelimit.</p>		
Llojet e pyetjeve		
18	A ka një kopje të formulimit ekzakt të pyetjeve të bëra?	Po/Jo
19	A ka ndonjë pyetje sugjeruese në pyetësor?	Po/Jo
20	A është kryer vrojtimi në mënyrë të tillë që të identifikohet marka, produkti (produktet) ose shërbimi (shërbimet) në fjalë?	Po/Jo
<p>Vrojtimi duhet të pranohet vetëm nëse respektohet struktura e pyetjeve (përgjigjja 18 është “po”), nëse pyetjet nuk janë sugjeruese (përgjigjja 19 është “jo”) dhe nëse janë identifikuar marka/produktet/shërbimet (përgjigjja 20 është “po”). Megjithatë, çështja mbetet në vetëgjykimin e zyrës së PI-së ose të organeve të apelimit. Përveç kësaj, për pyetjen 18 është me rëndësi të shënohet që duhet të ndiqen struktura të ndryshme për pyetësorin, në varësi të qëllimit të studimit — sipas shpjegimeve të dhëna në nënkreun “<i>Struktura dhe formulimi i pyetësorit të studimit</i>” më lart.</p>		
Menaxhimi i shmangie dhe gabimeve		
21	A ka ndonjë përshkrim të masave shtesë të marra për të ulur më shumë gabimet dhe shmangiet p.sh. testime kontrolli?	Po/Jo
22	A është kryer më parë ndonjë vërtetim për produktin/shërbimin përkatës në sektorin e dhënë në territorin në fjalë?	Po/Jo
<p>Studimi duhet të ketë një seksion ku studiuesi tregon se ka vlerësuar shmangiet dhe gabimet e mundshme gjatë të gjithë procesit të hapave të konceptimit, ekzekutimit dhe raportimit të studimit (përgjigjja 21 është “po”).</p>		

3.3.4 Modelet

Shpesh, në procedurat e lidhura me markat tregtare paraqiten deklarime me shkrim. Prandaj, ky Dokument Praktike paraqet propozime për standardin minimal të përmbajtjes së dëshmvive nën betim dhe të deklarimeve të dëshmitarëve. Ato mund të jenë të dobishme për ShP-të, për palët në procedurë dhe për përfaqësuesit e tyre dhe mund t’i ndihmojnë ato të prodhojnë dhe depozitojnë këto prova në procedurat e lidhura me markat tregtare. Për më tepër, këto mund të mbështetin proceset e vendimmarrjes së zyrës së PI-së ose të organeve të apelimit sepse krijon standardin minimal për deklaratimet e diskutuara dhe të rëna dakord ndërmjet palëve të ndryshme të interesuara në BE. Megjithatë, vlerësimi i këtyre provave mbetet gjithmonë në vetëgjykimin e zyrës së PI-së ose organeve të apelimit.

⁽⁸⁰⁾ Për shembull: anketuesi thjesht ka treguar vetëm fjalën/shenjën të anketuarve pa e shprehur atë (10/10/2012, T-569/10, BIMBO DOUGHNUTS, EU:T:2012:535, § 72-73).

⁽⁸¹⁾ 19/06/2019, T-307/17, Figurative mark representing three parallel stripes, EU:T:2019:427, § 133-137; 10/11/2014, T-402/02, Figurative mark representing the form of a twisted wrapper (shape of a sweet wrapper), EU:T:2004:330, § 88; 10/11/2004, T-396/02, Shape of a sweet, EU:T:2004:329, § 66.

3.3.4.1 Dëshmitë nën betim

Këshillohet që në dëshmitë nën betim të përfshihen elementet e mëposhtme⁽⁸²⁾:

- a) vendi dhe data;
- b) titulli i dokumentit;
- c) emri i plotë i dëshmitarit/deklaruesit;
- d) numri i identifikimit ose numër tjetër identifikimi kombëtar të dëshmitarit/deklaruesit;
- e) vendi i punës së dëshmitarit/deklaruesit;
- f) marrëdhëniet familjare, profesionale ose personale, lidhjet, bashkëpunimi ose interesat e përbashkëta tregtare të dëshmitarit/deklaruesit me palët në mosmarrëveshje; nëse është e zbatueshme, në rast se dëshmia jepet në kapacitet profesional, tregtar ose në kapacitet tjetër punësimi, adresën ku punon dëshmitari/deklaruesi, vendin e tij të punës dhe emrin e shoqërisë tregtare ose të punëdhënësit;
- g) pranimi i njohjes së qëllimit të dëshmisë;
- h) dëshmia/deklarimi i fakteve specifike, pa asnjë çmuarje ose opinion ligjor;
- i) pohimi se dëshmia është e vërtetë;
- j) nëse është e zbatueshme, numri i faqeve bashkëngjitur dëshmisë nën betim;
- k) nënshkrimi.

Duhet theksuar se lista e mësipërme është thjesht orientuese dhe nuk ndikon në rëndësinë ose vlerën provuese të dëshmimeve nën betim. Lista **nuk është shteruese**, prandaj duhet të shtohen elemente të tjera që janë të rëndësishme (ose edhe ato të kërkuara nga legjislacioni i vendit) për zyrën e PI-së ose organet e apelimit.

3.3.4.2 Deklarimet e dëshmitarëve

Këshillohet që në deklaratimet e dëshmitarëve të përfshihen elementet e mëposhtme⁽⁸³⁾:

- a) vendi dhe data;
- b) titulli i dokumentit;
- c) emri i plotë i dëshmitarit;
- d) numri i identifikimit ose numër tjetër identifikimi kombëtar të dëshmitarit;
- e) vendi i punës së dëshmitarit;
- f) marrëdhëniet familjare, profesionale ose personale, lidhjet, bashkëpunimi ose interesat e përbashkëta tregtare të dëshmitarit me palët në mosmarrëveshje; nëse është e zbatueshme, në rast se dëshmia jepet në kapacitet profesional, tregtar ose në kapacitet tjetër punësimi, adresën ku punon dëshmitari, vendin e tij të punës dhe emrin e shoqërisë tregtare ose të punëdhënësit;
- g) pranimi i njohjes së qëllimit të dëshmisë;
- h) deklarimi i fakteve specifike, pa asnjë çmuarje ose opinion ligjor;
- i) pohimi se dëshmia është e vërtetë;
- j) nëse është e zbatueshme, numri i faqeve bashkëngjitur deklaratimit;
- k) nënshkrimi.

Duhet theksuar se lista e mësipërme është thjesht orientuese dhe nuk ndikon në rëndësinë ose vlerën provuese të deklaratimeve të dëshmitarëve. Lista **nuk është shteruese**, prandaj duhet të shtohen elemente të tjera që janë të rëndësishme (ose edhe ato të kërkuara nga legjislacioni i vendit) për zyrën e PI-së ose organet e apelimit.

3.4 Konfidencialiteti i provave

⁽⁸²⁾ Zbatohet vetëm nëse sistemi ligjor i Shtetit Anëtar e përmban konceptin e "dëshmisë nën betim".

⁽⁸³⁾ Gjen zbatim vetëm nëse sistemi ligjor përmban konceptin e "deklaratimeve të dëshmitarëve".

Ky Dokument Praktike nuk ka lidhje me Rregulloren e Përgjithshme për Mbrojtjen e të Dhënave Nr. 2016/679 (këtu e më poshtë quajtur GDPR) ose me fakte të tjera për këtë temë — përveç anonimizimit të të dhënave personale të personave fizikë dhe të të dhënave personale shëndetësore⁽⁸⁴⁾ në dosjet dhe vendimet (shih më poshtë nënkreun 3.4.5.).

Termi “Konfidencialiteti i provave/të dhënave” në këtë kre i referohet sekreteve të biznesit dhe tregtisë⁽⁸⁵⁾ si dhe informacioneve të tjera konfidenciale⁽⁸⁶⁾ (për shembull informacionet për ortakët në biznes, furnitorët dhe klientët; informacionet ekonomike sensitive si shifrat e xhiros ose të shitjeve, kërkimet e tregut ose strategjitë e planifikuara si dhe planet e biznesit). Përveç kësaj, duhet të merren parasysh rregullat kombëtare përkatëse dhe, sipas rastit, jurisprudenca vendase që përkufizon konceptet e mësipërme.

Zyrat e PI-së ose organet e apelimit duhet të mbrojnë të dhënat konfidenciale dhe personale të palëve dhe të palëve të treta (p.sh. të dëshmitarëve), të cilat mund të përfshihen në provat e depozituara dhe më pas të gjenden në dosjen ose vendimet e çështjes. Për më tepër, me kusht që të ketë pasur një kërkesë të qartë ose kërkesë të arsyetuar për konfidencialitet ose zyra e PI-së ose organet e apelimit konsiderojnë *ex officio* se provat përmbajnë të dhëna personale shëndetësore ose të dhëna sensitive (shih nënkrerët 3.4.1 - 3.4.5), ato duhet t'i përjashtojnë nga publikimi të dhënave të lartpërmendura.

Pala në procedurë duhet të informojë gjithmonë zyrën e PI-së ose organet e apelimit se ajo po depoziton prova konfidenciale, të cilat duhet të shënohen si konfidenciale dhe të ruhen si të tilla. Në rrethana specifike, një palë mundet edhe të kërkojë konfidencialitet për provat e depozituara nga një palë tjetër.

Duke pasur parasysh sa më lart, ky kre paraqet disa rekomandime rreth kërkesës për konfidencialitet, për justifikimin dhe vlerësimin e saj si dhe për trajtimin e të dhënave konfidenciale nga zyra e PI-së ose organet e apelimit në dosjet e tyre dhe gjatë publikimit të vendimeve të tyre. Përveç kësaj, më poshtë jepen disa rekomandime për anonimizimin.

3.4.1 Fushëveprimi i kërkesës për konfidencialitet

Për qëllimet e këtij dokumenti, duhet të bëjmë dallimin midis dy situatave: (i) mbajtja e provave/të dhënave konfidenciale kundrejt palëve të treta dhe (ii) mbajtja e provave/të dhënave konfidenciale kundrejt palës tjetër në procedurat ndërmjet palëve (*inter partes*).

Secila palë e përfshirë në procedurat *inter partes* duhet të ketë gjithmonë të drejtën të mbrojtjes veten. Prandaj, si rregull i përgjithshëm, pala (ose përfaqësuesi i saj) duhet të ketë qasje në të gjitha materialet, duke përfshirë provat, të depozituara nga pala tjetër në procedurat e apelimit.

Në rast se njëra nga palët kërkon që disa të dhëna të mbahen konfidenciale, kërkesa duhet të tregojë qartë nëse kjo gjë duhet bërë kundrejt palëve të treta apo edhe kundrejt palës tjetër në procedurë, në mënyrë që zyra e PI-së ose organet e apelimit të mund të marrin hapa të tjerë të përshtatshëm për këtë çështje.

Rekomandime:

⁽⁸⁴⁾ Në kuptimin e Nenit 4 GDPR, duke përfshirë kategoritë speciale të të dhënave personale (të dhënat sensitive) sipas Nenit 9 GDPR.

⁽⁸⁵⁾ Në kuptimin e Nenit 2 të Direktivës (BE) Nr. 2016/943 “Për mbrojtjen e njohurive teknike dhe informacionit të biznesit të papërhapur (sekretet tregtare) kundër përfutimit, përdorimit dhe përhapjes së paligjshme”; duke u bazuar te Neni 39 i Marrëveshjes për Aspektet e të Drejtave të Pronësisë Intelektuale të Lidhura me Tregtinë (Marrëveshja TRIPS).

⁽⁸⁶⁾ Mund të kuptohet si informacion i ndryshëm nga sekretet tregtare, deri aty ku përhapja e tyre do të dëmtohte rëndë një person ose sipërmarrje dhe interesat që mund të dëmtohen nga përhapja duhet të jenë të denja për t'u mbrojtur. Mund të gjejmë frymëzim në jurisprudencën e gjykatave të BE-së, p.sh. 12/10/2007, T-474/04, EU:T:2007:306, § 65.

- Pala, në dosjen e depozitimit ose në kërkesën e saj për konfidencialitet, duhet të tregojë qartë nëse prova e depozituar duhet të mbahet konfidenciale kundrejt palëve të treta apo kundrejt palës tjetër në procedurë;
- Në rast se zyra e PI-së ose organet e apelimit marrin prova të shoqëruara me një kërkesë për konfidencialitet kundrejt palës tjetër në procedura *inter partes*, pala (dërguese) që kërkon konfidencialitet të plotë duhet të njoftohet, për shembull me një shkresë për mangësi, se ajo mund të zgjedhë midis këtyre alternativave:
 - (i) të pranojë hapjen e këtyre provave ndaj palës tjetër dhe/ose përfaqësuesit të saj, por të ruajë konfidencialitetin për palët e treta; ose
 - (ii) të depozitojë provën e saj në mënyrë të tillë që të shmangë zbulimin e pjesëve të dokumentit ose të të dhënave që pala i konsideron si konfidenciale (për shembull duke redaktuar/errësuar pjesët përkatëse); ose
 - (iii) të tërheqë elementin e provës.

Në fund, duhet theksuar se rrethanat në të cilat zyra e PI-së ose organet e apelimit mund të lejojnë **palë të treta ose organe/gjykata të tjera administrative** të aksesojnë provat/të dhënat e depozituara gjatë procedurave mbetet jashtë fushëveprimit të këtij Dokumenti Praktike CP12.

3.4.2 Mënyrat e pranueshme dhe pika kohore për të kërkuar konfidencialitetin

Në përgjithësi, konfidencialiteti kërkohet për sekretet tregtare dhe informacionet e tjera konfidenciale⁽⁸⁷⁾. Megjithatë, të dhënat/informacionet që njihen tashmë jashtë sipërmarrjes, shoqatës, grupit etj. dhe që janë të disponueshme për publikun **nuk duhet të konsiderohen** si sekrete tregtare apo si konfidenciale.

Për të kërkuar konfidencialitetin, pala në procedurë duhet të paraqesë një kërkesë të arsyetuar bashkë me provat që përmbajnë të dhëna konfidenciale.

Rekomandime:

- Gjatë depozitimit të provës, pala duhet të tregojë se prova është konfidenciale ose përmban pjesë konfidenciale.
- Pala duhet gjithashtu të justifikojë kërkesën e saj për konfidencialitet (sipas përshkrimeve në nënkreun 3.4.3. më poshtë) gjatë depozitimit të provës, e cila duhet shënuar dhe ruajtur si konfidenciale.
- Kërkesa për konfidencialitet nuk duhet të bëhet për të dhëna që janë tashmë të njohura jashtë sipërmarrjes, shoqatës, grupit etj. dhe janë bërë të disponueshme për publikun.
- Provat konfidenciale duhet të identifikohen duke treguar qartë numrat e shtojcës që përmban të dhënat konfidenciale si dhe duke treguar cilat pjesë të provës⁽⁸⁸⁾ duhen mbajtur konfidenciale dhe përse prova e bashkëngjitur ose pjesë e saj është konfidenciale (siç përshkruhet në nënkreun 3.4.3. më poshtë).
- Duhet të jepet edhe një tregues nëse është kërkuar konfidencialiteti në indeksin e shtojcave , në krah të provës përkatëse (siç përshkruhet në nënkreun 3.3.2.1 më lart).
- Vetë kërkesa për konfidencialitet duhet të kufizohet te natyra e përgjithshme e të dhënave ose informacionit konfidencial⁽⁸⁹⁾ dhe duhet të bëhet e aksesueshme për palët që kanë të drejtë të kenë akses në dosje. Prandaj, ajo nuk duhet të shënohet si konfidenciale dhe pala ose përfaqësuesi i saj nuk duhet të përfshijë të dhëna konfidenciale në kërkesën për konfidencialitet. Megjithatë, materialet bashkëngjitur saj (provat) mund të etiketohen/shënohen si konfidenciale dhe të përjashtohen nga aksesimi në dosje ose nga publikimi

⁽⁸⁷⁾ Përkufizuar në hyrjen e këtij seksioni të Praktikës (shënimet 88 dhe 89 në fund të faqes).

⁽⁸⁸⁾ Nuk zbatohet nëse e gjithë prova duhet të mbahet konfidenciale.

⁽⁸⁹⁾ Një shembull i informacionit të përgjithshëm për të dhënat ose informacionet konfidenciale: “të dhënat për listat e çmimeve për shpërndarësit ose listat e klientëve, të cilat janë të rëndësishme për strategjinë e biznesit/marrëdhëniet tregtare aktuale”.

3.4.3 Kriteret për çmuarjen e kërkesës për konfidencialitet

Çmuarja nëse një provë e dhënë përmban sekrete tregtare ose informacion/të dhëna të tjera konfidenciale duhet të bëhet rast pas rasti, duke marrë gjithashtu në konsideratë rregullat e parashikuara nga legjislacioni kombëtar⁽⁹⁰⁾. Megjithatë, kur çmohet kërkesa për konfidencialitet, interesat e veçanta⁽⁹¹⁾ të paraqitura nga kërkuesi për të mbajtur të dhënat konfidenciale duhet të merren parasysh nga zyra e PI-së ose nga organet e apelimit, duke përfshirë ndikimin që mund të ketë te pala kërkuese pranimit ose rrëzimit të kërkesës për konfidencialitet.

Rekomandime:

- Pala duhet të japë justifikime për të mbështetur kërkesën për konfidencialitet — në veçanti, duhet të përmendë shprehimisht dhe të justifikojë mjaftueshëm interesin e veçantë për të mbajtur informacionin/të dhënat konfidenciale. Megjithatë, pranohet se disa informacione/të dhëna shpesh konsiderohen si konfidenciale, për shembull listat e çmimeve për shpërndarësit ose listat e klientëve. Prandaj, të treguarit e karakterit sensitiv dhe i konfidencialitetit të këtyre informacioneve/të dhënave duhet të konsiderohet si justifikim i mjaftueshëm.
- Nëse pretendohet një interes special për të mbajtur disa informacione/të dhëna konfidenciale, zyra e PI-së ose organet e apelimit duhet të verifikojnë nëse ky është justifikuar mjaftueshëm.
- Në rast se konfidencialiteti kërkohet **me një shpjegim** që justifikon natyrën ose statusin konfidencial të informacioneve/të dhënave, kërkesa për konfidencialitet duhet të pranohet.
- Në rast se konfidencialiteti kërkohet **pa shpjegime** apo pa tregues të një interesi të veçantë ose pa asnjë përpjekje për të justifikuar natyrën ose statusin e informacioneve/të dhënave, zyra e PI-së ose organet e apelimit mund të identifikojnë një mangësi. Në rast se mangësia nuk rregullohet, zyra e PI-së ose organet e apelimit duhet ta heqin konfidencialitetin, nëse vendimi është i formës së prerë, pa komunikime të mëtejshme.
- Në rast se konfidencialiteti kërkohet **me shpjegime të pamjaftueshme** për të justifikuar natyrën ose statusin e informacioneve/të dhënave, zyra e PI-së ose organet e apelimit duhet të identifikojnë një mangësi. Në rast se mangësia nuk rregullohet, zyra e PI-së ose organet e apelimit duhet ta heqin konfidencialitetin, nëse vendimi është i formës së prerë, pa komunikime të mëtejshme. Në rast se mangësia rregullohet, kërkesa për konfidencialitet duhet pranuar.

3.4.4 Trajtimi i të dhënave konfidenciale në dosje dhe vendime

Si rregull i përgjithshëm, këshillohet që vendimet e zyrës së PI-së ose organeve të apelimit të bëhen publike (në internet ose jashtë tij) për të informuar dhe për t'u konsultuar nga publiku i gjerë dhe në interes të transparencës dhe parashikueshmërisë. Megjithatë, disa pjesë të vendimeve mund të përjashtohen nga publikimi për shkak të konfidencialitetit.

Për më tepër, të dhënat konfidenciale duhet të shënohen dhe të ruhen si të tilla në dosje. Prandaj, mund të zbatohen disa mjete specifike për të siguruar që të ruhet konfidencialiteti. Ka disa mjete që zyra e PI-së ose organet e apelimit mund të përdorin për të mbrojtur konfidencialitetin e të dhënave. Duke qenë se disa zyra të PI-së ose organeve të apelimit nuk i

⁽⁹⁰⁾ Lutemi shihni përkufizimin e termit "konfidencialitet i provave/të dhënave" në hyrjen e këtij seksioni të Praktikës.

⁽⁹¹⁾ Interesi i veçantë duhet të vijë për shkak të natyrës konfidenciale që provave/të dhënave, statusit të tyre si sekrete të biznesit ose sekrete tregtare ose për shkak të interesave të tjera (për të mbajtur të dhënat konfidenciale) të njohura nga legjislacioni ose praktika gjyqësore e BE-së ose ajo kombëtare.

publikojnë vendimet e tyre ose provat në internet, rekomandimet e mëposhtme duhet të përdoren vetëm për ato raste ku gjejnë zbatim.

Rekomandime:

Këshillohet që në rast:

Sekretesh biznesi dhe sekretesh tregtare dhe informacionesh të tjera konfidenciale

a) Në dosje (në internet ose jashtë tij)

- këto duhet të përjashtohen nga aksesit i dosjes online, vetëm me kërkesë të qartë të depozituar nga pala (shih nënkreun 3.4.2 — 3.4.3);
- aksesit online duhet të bllokohet për provat e shënuara si konfidenciale, pa shqyrtuar nëse ato vërtet përmbajnë të dhëna konfidenciale;
- nëse është e zbatueshme, në rast se një palë e tretë kërkon akses në provat që nuk janë të disponueshme nëpërmjet aksesit të dosjes online, zyra e PI-së ose organet e apelimit shqyrtojnë këtë kërkesë individualisht, në pajtim me praktikën e tyre ose me parashikimet ligjore përkatëse.

b) Në vendime (në internet ose jashtë tij)

- në rast se ka pasur kërkesë për konfidencialitet, të dhënat duhet të përshkruhen si të tilla në mënyrë të përgjithshme që të mos përmbajë sekrete biznesi dhe sekrete tregtare ose informacione të tjera konfidenciale;
- kur vendimi domosdoshmërisht përmban sekrete biznesi dhe tregtare ose informacione të tjera konfidenciale, këto të dhëna konfidenciale duhet të përjashtohen nga publikimi duke redaktuar pjesët përkatëse. Duhet mbajtur dy versione të ndryshme të vendimit: një version i plotë për t'iu njoftuar palëve (i cili mbahet konfidencial) dhe një version i redaktuar për publikim.

Zgjidhja e mosmarrëveshjeve me mirëkuptim

- Të gjitha provat që i referohen zgjidhjes së mosmarrëveshjes me mirëkuptim gjatë procedurave të kundërshtimit, shfuqizimit, apelimit ose gjatë procedurave të ndërmjetësimit duhet të konsiderohen konfidenciale dhe në parim nuk hapen që të aksesohen online ose nuk publikohen.

3.4.5 Trajtimi i të dhënave personale, i të dhënave personale shëndetësore dhe i të dhënave sensitive në dosje dhe vendime (anonimizimi)

Si shembull, në vendimet ose gjykimet e zyrës së PI-së ose të organeve të apelimit, informacioni i mëposhtëm mund të anonimizohet në përputhje me ligjin e zbatueshëm: emri dhe numri i identifikimit të personave fizikë.

Rekomandime:

I. Të dhënat personale:

a) Në dosje (në internet ose jashtë tij)

- këto duhet të përjashtohen nga aksesit i dosjes online vetëm me kërkesë të qartë të depozituar nga pala;
- nëse është e zbatueshme, në rast se një palë e tretë kërkon akses në provat që nuk janë të disponueshme nëpërmjet aksesit të dosjes online, zyra e PI-së ose organet e apelimit shqyrtojnë këtë kërkesë individualisht, në pajtim me praktikën e tyre ose me parashikimet ligjore përkatëse.

b) Në vendime (në internet ose jashtë tij)

- Çdo palë në procedurë mund të kërkojë heqjen e të dhënave personale të përfshira në vendim. Prandaj, këto mund të përjashtohen nga publikimi.

II. Të dhënat personale shëndetësore dhe të dhënat sensitive⁽⁹²⁾

a) Në dosje (në internet ose jashtë tij)

- Zyra e PI-së ose organet e apelimit duhet të shqyrtojnë *ex officio* nëse prova përmban të dhëna personale shëndetësore ose të dhëna sensitive dhe, nëse ky është rasti, duhet t'i përjashtojë ato nga aksesimi i dosjes online. Prandaj, këto të dhëna duhet të përjashtohen nga aksesimi i dosjes online edhe pa kërkesë specifike.

b) Në vendime (në internet ose jashtë tij)

- Të dhënat personale shëndetësore dhe të dhënat sensitive duhet të përjashtohen nga publikimi duke redaktuar pjesët përkatëse. Duhet mbajtur dy versione të ndryshme të vendimit: një version i plotë për t'iu njoftuar palëve (i cili mbahet konfidencial) dhe një version i redaktuar për publikim.

⁽⁹²⁾ Sipas parashikimeve të Nenit 9 GDPR.

4 SHTOJCA 1

MODEL

Vendimi objekt i apelimit/numri i dosjes:..... (lutemi shënoni)
Shtojcat përmbajnë elemente ngjyrë: PO/JO (vetëm për depozitimet me faks)

INDEKSI I SHTOJCAVE

Dokumentet dhe elementet e provave të depozituara fizikisht, në mënyrë elektronike, me bartës të dhënash ose me faks

Shtojca Nr.	Një përshkrim i shkurtër i shtojcës ⁽⁹³⁾	Numri i faqeve ⁽⁹⁴⁾	Numri i faqes në dosje ku përmendet prova	Kërkesë për konfidencialitet ⁽⁹⁵⁾	Fakultative Te cilat pjesë specifike të një dokumenti (prove) mbështetet pala depozituese për të vërtetuar argumentet e saj
1.	Letër, 10.12.2017, nga Zoti Green për Zonjën Smith	3	fq. 2	Po	
2.	25 fatura, jan. 2017–qer. 2018, NewCo Sh.P.K	60	fq. 7		
3.	40 fatura, jan. 2016 – qer. 2018, ABC Sh.P.K	50	faqet 15-16		
4.	Dëshmi nën betim, 24.08.2018, Zonja Green, Drejtore e Përgjithshme e NewCo Sh.P.K	1	faqet 17-18	Po	
5.	Artikull nga Dr. Blue i publikuar më 12.12.2017 në revistën "GO" 4/2017: "Të ngatërrosh markën X me Y", ku trajtohet karakteri i dallueshëm i pandarë i markës X	23	fq. 30		fq. 12
6.	Printim më 01.01.2019 i faqes ueb www.webpage1.com	5	fq. 41		
7.	Video që tregon (nga minuta 00:07:42) përdorimin e markës tregtare të BE-së X Nr 123 456 789 në <i>Panairin e produkteve për konsumatorin 2018</i> (skeda "vid1.mp4" depozituar me çelës USB)	N/A	fq. 45		00:07:42

⁽⁹³⁾ Një përshkrim i shkurtër i shtojcës që synon t'i japë lexuesit një kuptim të qartë të natyrës së dokumentit ose elementit të provës. Për shembull, titulli ose lënda e dokumentit ose elementit të provës p.sh. "letër"/"kontratë licence për markën tregtare X"/"ekstrakt", data e tij, autori, adresa, palët etj.

⁽⁹⁴⁾ Gjithashtu, çdo shtojcë, nëse është e mundur, duhet të numërohet.

⁽⁹⁵⁾ Nëse është paraqitur një kërkesë për konfidencialitet dhe ky element prove duhet të shënohet si konfidencial, lutemi shënoni: PO. Nëse jo, lëreni hapësirën bosh. Kur depozitohen të dhëna konfidenciale, duhet të jepet justifikim për kërkesën për konfidencialitet.