

2.

Tổng công ty (TCT) sữa Việt Nam (sau đây gọi tắt là TCT) là chủ sở hữu nhãn hiệu VINAMILK theo Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu số 030612, do Cục Sở hữu trí tuệ cấp ngày 18/01/1990 Ngày 20/7/2006, TCT đã xuất khẩu một Container gồm 10000 hộp sữa tươi nguyên chất loại 900gr mang nhãn hiệu này và bị Hải quan Hà Nội lập biên bản vì lý do trên vỏ hộp sữa có sử dụng hình logo con bò sữa, trong khi đó, hình logo con bò sữa lại không có trong nhãn hiệu đăng ký bảo hộ.

Sau khi giải trình, TCT đã được cơ quan hải quan làm thủ tục thông quan, nhưng với điều kiện là những lô hàng sau, TCT cần phải đăng ký bổ sung thêm logo hình con bò sữa vào nhãn sữa của mình thì mới được xuất hàng.

Anh /chị cho biết việc TCT sử dụng nhãn hiệu “VINAMILK” cùng với những dấu hiệu khác trên bao bì (ví dụ: logo con bò sữa) có vi phạm quy định của pháp luật về nhãn hiệu không và có bị coi là hành vi xâm phạm quyền đối với nhãn hiệu của người khác hay không ?

Anh (chị) tư vấn cho Tổng công ty sữa Việt Nam để bảo đảm hoạt động xuất khẩu sữa của nhà máy, đồng thời phù hợp với quy định của pháp luật về sở hữu trí tuệ?

Bài làm

Việc cơ quan hải quan lập biên bản và đặt điều kiện phải đăng kí bổ sung hình con bò sữa vào nhãn hiệu hàng hóa của TCT là không phù hợp với pháp luật.

Mặc dù hành vi XK không bị coi là xâm phạm đối với NH của người khác mà chỉ bị xử lí trong trường hợp XKHH giả mạo nhãn hiệu, nhưng để việc XKHH được suôn sẻ thì TCT nên tiến hành các biện pháp thích hợp:

- Để tránh xâm phạm quyền đối với nhãn hiệu của người khác, TCT nên tiến hành thủ tục tra cứu tình trạng pháp lí để xem xét khả năng phân biệt của các dấu hiệu không được đăng kí trên bao bì hàng hóa (vd hình con bò sữa)

+ Nếu các dấu hiệu đó không có khả năng phân biệt (đc trình bày thông dụng, k có sự cách điệu...), do đó không có khả năng bảo hộ cho bất kì người nào thì việc sử dụng dấu hiệu đó trên nhãn hiệu sữa là hợp pháp tại Việt Nam

+ Nếu các dấu hiệu đó có khả năng phân biệt tức là có khả năng được bảo hộ làm nhãn hiệu thì cần tiến hành sớm các thủ tục pháp lí để tiến hành đăng kí bảo hộ

- Để việc nhập khẩu và lưu thông sp trên thị trường nước NK được suôn sẻ thì cần phải đáp ứng các yêu cầu của PL về nhãn hiệu tại nước NK:

+ Đăng kí để được bảo hộ tại nước đó

+ Tránh xâm phạm quyền của người khác

3. Huyện Đắc Mil thuộc tỉnh Đắc Nông trước giải phóng có tên gọi là quận Đức Lập thuộc tỉnh Quảng Đức, ngày nay Đức Lập không còn là tên của đơn vị hành

chính, có điều kiện tự nhiên phù hợp đối với cây Cà phê. Cà phê được trồng tại khu vực này từ những năm 30 của thế kỷ trước cho đến ngày nay. Cà phê mang tên Đức Lập (Cà phê Đức Lập) từ lâu đã được người tiêu dùng đánh giá cao và hiện nay đã được xuất khẩu sang các thị trường Châu Âu, Châu Mỹ, Nhật Bản, Trung Quốc... Nhờ có điều kiện địa lý đặc thù của huyện Đắk Mil như: Thổ nhưỡng, địa hình, khí hậu, thủy văn... và kinh nghiệm canh tác của người sản xuất (hơn nửa thế kỷ) mà cà phê Đức Lập có màu sắc, mùi vị, độ hòa tan, hàm lượng cafein và một số tiêu chuẩn khác biệt so với cà phê của các vùng khác. Những người trồng và kinh doanh cà phê Đức Lập và UBND tỉnh Đắk Nông muốn bảo hộ danh tiếng của cà phê Đức Lập.

Anh/Chị hãy tư vấn các hình thức bảo hộ sở hữu công nghiệp thích hợp đối với sản phẩm cà phê Đức Lập.

Bài làm

1. Tên gọi “Đức Lập” dung cho cà phê có thể được bảo hộ dưới dạng CDDL bởi vì:

- Đức lập là CDDL: đó là dấu hiệu chỉ sp có nguồn gốc từ địa phương cụ thể (là tên gọi của cà phê được trồng tại huyện Đắk Mil)

- CDDL Đức Lập đáp ứng đầy đủ các đk bảo hộ về CDDL:

+ Có nguồn gốc địa lí từ địa phương tương ứng với CDDL

+ Có danh tiếng, chất lượng và đặc tính chủ yếu (màu sắc, mùi vị, độ hòa tan, hàm lượng chất cafein và 1 số tiêu chuẩn khác biệt so với cà phê của các vùng khác) do điều kiện địa lí quyết định (thổ nhưỡng, địa hình, khí hậu, thủy văn,... và kinh nghiệm canh tác của người sản xuất)

2. Tên gọi “Đức Lập” dung cho cà phê có thể được bảo hộ dưới hình thức NHCN hoặc NHTT bởi vì:

- Đáp ứng các điều kiện bảo hộ nhãn hiệu:

+ Có thể nhìn thấy dưới dạng từ ngữ

+ Có khả năng phân biệt: là dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc địa lí của hàng hóa, có khả năng phân biệt nếu đăng kí dưới dạng NHCN hoặc NHTT

- Nhãn hiệu công nghiệp:

Có thể đăng làm NHCN là NH mà CSH cho phép tổ chức, cá nhân khác sử dụng trên hàng hóa để chứng nhận các đặc tính của hàng hóa mang nhãn

hiệu: về xuất xứ (thuộc kv địa lí huyện Đắc Mil, tỉnh Đắc Nông), về nguyên liệu, về cách thức sản xuất hàng hóa, về chất lượng và các đặc tính khác (màu sắc, mùi vị, ...)

- Nhãn hiệu tập thể:

Có thể dùng làm NHTT là nhãn hiệu dùng để phân biệt hàng hóa của các thành viên của tổ chức sở hữu nhãn hiệu đó (tổ chức hiệp hội những người sản xuất và kinh doanh cà phê Đức Lập thuộc huyện Đắc Mil) với hàng hóa của tổ chức, cá nhân không là thành viên của tổ chức đó.

4. Doanh nhân Phạm Hồng Vinh đã sáng tạo ra nghệ thuật điêu khắc trên kính và sản xuất tranh kính nghệ thuật cho các công trình xây dựng, lấy tên là tranh Vinh Coban. Vì ông Vinh là người đầu tiên nghĩ ra công nghệ này nên ông Vinh sợ rằng khi đưa ra thị trường, sẽ có nhiều DN khác bắt chước công nghệ và sản xuất những sản phẩm tương tự.

Anh/chị hãy tư vấn cho ông Vinh cách thức bảo vệ các sáng tạo trí tuệ của mình?

Ông Vinh cũng đang muốn xây dựng một thương hiệu riêng cho dòng tranh của mình. Bạn hãy tư vấn cho ông về tên gọi sao cho phù hợp

Bài làm

1. Việc sáng tạo ra nghệ thuật điêu khắc trên kính được coi như một sáng chế: là giải pháp kĩ thuật dưới dạng sản phẩm hoặc quy trình nhằm giải quyết một vấn đề xác định bằng việc ứng dụng các quy luật tự nhiên. Ông Vinh có thể đăng kí để được bảo hộ dưới hình thức cấp bằng độc quyền sáng chế do đáp ứng đầy đủ các điều kiện về bảo hộ sáng chế:

- Có tính mới
- Có tính sáng tạo
- Có khả năng áp dụng công nghiệp

Với việc đăng kí bảo hộ sáng chế, ông Vinh có quyền ngăn cấm và ngăn chặn người khác sử dụng sáng chế của mình, tức là có thể ngăn chặn các DN khác bắt chước về công nghệ và sản xuất những sản phẩm tương tự.

Việc bảo hộ sáng chế có hiệu lực 20 năm kể từ ngày nộp đơn

2. Về việc tạo dựng thương hiệu

- Nhãn hiệu: là dấu hiệu để phân biệt hàng hóa, dịch vụ của các tổ chức cá nhân khác nhau. Ông Vinh có thể lấy tên nhãn hiệu là Tranh Coban Phạm Hồng Vinh (nhấn mạnh việc ông là người có độc quyền sáng chế đối với sản phẩm này) và thiết kế nhãn hiệu dưới dạng đồ họa, có khả năng phân biệt, không mang tính chất lừa dối, gian lận hay có những dấu hiệu trái với đạo đức xã hội. Đáp ứng đủ các điều kiện trên, ông Vinh có thể đi đăng kí bảo hộ nhãn hiệu

- *Tên thương mại: tên gọi của tổ chức, cá nhân dùng trong hoạt động kinh doanh để phân biệt chủ thể kinh doanh đó với chủ thể kinh doanh khác trong cùng lĩnh vực và khu vực kinh doanh. Ông Vinh có thể đi đăng kí bảo hộ tên thương mại để thực hiện các hoạt động kinh doanh dưới tên thương mại đó. Tên thương mại có thể trùng với tên Nhân hiệu để tạo nên khả năng phân biệt sản phẩm của mình với sản phẩm tương tự khác ngoài thị trường, đồng thời nhấn mạnh đến việc độc quyền sáng chế sản phẩm mang thương hiệu của ông Vinh.*

5. Ca sĩ X đã mua độc quyền ca khúc “Vào hạ” của nhạc sĩ Y. Ca sĩ X biểu diễn thành công ca khúc “Vào hạ” và được công chúng nồng nhiệt đón nhận. Một thời gian sau, ca sĩ X tự viết tiếp lời thứ 2 cho ca khúc trên nền nhạc bài “Vào hạ”. Đây có bị xem là hành vi xâm phạm quyền đối với nhạc sĩ Y hay không ? Nếu có, đó là xâm phạm quyền gì?

Trả lời:

Ca sĩ X mua độc quyền ca khúc “Vào hạ” của nhạc sĩ Y, tức là chỉ có quyền biểu diễn và khai thác tác phẩm dựa trên tác phẩm gốc. DO đó, đây được coi như là hành vi xâm phạm quyền đối với nhạc sĩ Y, cụ thể:

- *Quyền nhân thân: Ca sĩ X xâm phạm đến quyền tinh thần của nhạc sĩ Y bởi việc viết tiếp lời 2 có thể làm giảm giá trị của tác phẩm gốc, gây hại đến danh dự và uy tín của tác giả Y, xâm phạm đến quyền bảo vệ sự toàn vẹn của tác phẩm, bảo vệ danh tính của tác giả.*
- *Quyền tài sản: ca sĩ X đã xâm phạm đến quyền tài sản của tác giả Y đối với bài hát “Vào hạ”, bởi đây là hành vi làm tác phẩm phái sinh khi chưa được sự cho phép của CSH của tác phẩm, mà ở đây tác giả Y đồng thời là CSH tác phẩm đó.*

Nhạc sĩ Y đã up nhạc và lời bài hát “Vào hạ” lên blog riêng của mình. Hành vi này có bị xem là xâm phạm quyền tác giả đối với bài hát “Vào hạ” đã được chuyển giao cho X hay không ?

Trả lời:

- *Nếu nhạc sĩ Y up nhạc và lời bài hát do ca sĩ X biểu diễn thì đây được coi là hành vi xâm phạm quyền tác giả đối với bài hát “Vào hạ” đã được chuyển giao cho X, cụ thể, đó là hành vi công bố, phân phối mà không được phép.*
- *Nếu nhạc sĩ Y up nhạc và lời đơn thuần (nhạc không lời kèm lời bài hát được thể hiện bằng văn bản hay dưới dạng đồ họa) thì đây không được xem như là hành vi vi phạm quyền tác giả đối với bài hát “Vào hạ” đã được chuyển giao cho X, mà đây nằm trong phạm vi quyền nhân thân của tác giả Y, đó là quyền công bố tác phẩm đến với công chúng của ông.*

6.: A sản xuất nước mắm đã được cấp quyền sử dụng chỉ dẫn địa lý “Phú Quốc”. Trong quá trình sản xuất, A có bí quyết làm tăng độ đậm mà vẫn giữ được mùi vị truyền thống sản phẩm. **A có được đăng ký thêm nhãn hiệu “Hưng Thịnh” nữa để sử dụng trên nhãn và bao bì sản phẩm không ? Cách đó có giúp A bảo vệ được bí quyết riêng của mình không ?**

Trả lời:

A được quyền đăng kí thêm nhãn hiệu “Hưng Thịnh” để sử dụng trên nhãn và bao bì sản phẩm, bởi vì:

- Sản phẩm của A vẫn đảm bảo được điều kiện được bảo hộ đối với sp mang CDDL:

+ Có nguồn gốc địa lí từ khu vực, địa phương, vùng lãnh thổ với chỉ dẫn địa lí (ở đây là CDDL Phú Quốc)

+ Sản phẩm có danh tiếng, có chất lượng mà đặc tính chủ yếu do đk địa lí quyết định (Giữ được hương vị truyền thống)

- Sản phẩm của A có sự khác biệt so với sản phẩm nước mắm của các tổ chức, cá nhân khác (tăng độ đậm) nên A có thể đăng kí thêm nhãn hiệu Hưng Thịnh có chứa hoặc cấu thành bằng một chỉ dẫn địa lí đối với hàng hóa có nguồn gốc từ khu vực địa lí được chỉ dẫn, một mặt vẫn đảm bảo được các điều kiện về sp mang chỉ dẫn địa lí, một mặt có thể khác biệt hóa sản phẩm của mình.

7. Ngày 12.3.2012, Công ty A đã nộp đơn đăng ký nhãn hiệu gồm phần chữ được cách điệu màu hồng nhạt, phía trên có hình nốt nhạc, cho nhóm sản phẩm số 21 (Khăn lau làm sạch), 24 (Khăn tay, khăn tắm...) và 25 (khăn quàng cổ, áo choàng). Trên thực tế, DN đã bắt đầu sử dụng nhãn Poemy cho dòng sản phẩm 21, 24 và dự kiến sẽ tiếp tục mở rộng cho sản phẩm nhóm 25.

Ngày 22 tháng 03 năm 2013, A đã nhận được Công văn số 8121/SHTT-NH1 của Cục Sở hữu trí tuệ thông báo dự định từ chối đơn của A vì nhãn hiệu đăng ký không có khả năng phân biệt. Cục SHTT đã đưa ra 2 nhãn hiệu đối chứng:

1.Nhãn Poème, số bằng 206243, được cấp ngày 06/01/1958 của Triump International AG, cho Nhóm hàng hoá 10 (thắt lưng – ceintures de hanches), 25 (trang phục lót).

2.Nhãn , số bằng 15941, được cấp ngày 25/12/2006 của công ty ABC, cho Nhóm hàng hoá 25

Anh/chị hãy tư vấn cho Doanh nghiệp A trả lời công văn của Cục SHTT để có thể đăng ký được nhãn hiệu Poêmy?

Trả lời:

- Về cấu tạo và cách trình bày: không có cùng cấu tạo và cách trình bày, cụ thể: Nhãn hiệu **POÊMY** được công ty A thiết kế dưới dạng đồ họa có sự cách điệu và sự kết hợp giữa từ ngữ, ký tự và hình họa có tính phân biệt so với các nhãn Poêmy và nhãn hàng  chỉ là sự thiết kế đơn giản, do đó nó không gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng.
 - Về kênh tiêu thụ hàng hóa, dịch vụ: Công ty A kinh doanh các mặt hàng khác biệt so với hàng hóa của Triump và công ty ABC, nên không có sự nhầm lẫn sản phẩm giữa các công ty này với nhau
 - Nhãn hiệu **POÊMY** là tổ hợp các chữ cái không có ý nghĩa, chưa từng được bất cứ cá nhân, tổ chức nào đăng ký bảo hộ. Đây là nhãn hiệu có tính phân biệt bởi các dấu hiệu có tính chất ngẫu hứng trong các sản phẩm sử dụng dấu hiệu đó.
- ⇒ Do đó, việc đăng ký bảo hộ nhãn hiệu **POÊMY** là hoàn toàn hợp pháp, không xâm phạm đến quyền bảo hộ nhãn hiệu của công ty Triump và công ty ABC