

Lưu ý: Bạn cần sử dụng khoảng 3 giờ để nghiên cứu Học phần này

Học phần 5: Chỉ dẫn địa lý

Mục tiêu

Sau khi hoàn thành học phần này, bạn có thể:

1. Trình bày trong khoảng 100 từ về bản chất và mục đích của việc bảo hộ chỉ dẫn địa lý.
2. Đưa ra một số ví dụ về chỉ dẫn địa lý.
3. Trình bày trong khoảng 100 từ về sự khác nhau giữa các thuật ngữ: chỉ dẫn địa lý, tên gọi xuất xứ và chỉ dẫn nguồn gốc.
4. Trình bày các cách thức bảo hộ khác nhau cho dịch vụ hoặc hàng hóa được sản xuất mang tính địa phương.

Giới thiệu

Sử dụng chỉ dẫn địa lý là một cách thức chỉ dẫn quan trọng về nguồn gốc của hàng hóa và dịch vụ. Một trong số các mục tiêu của việc sử dụng này là nhằm khuyến khích hoạt động thương mại bằng việc thông tin cho khách hàng nguồn gốc của sản phẩm. Chỉ dẫn địa lý thường ngụ ý tới một chất lượng xác định, điều mà khách hàng có thể mong chờ. Chúng có thể được sử dụng cho các sản phẩm công nghiệp và nông nghiệp. Sự bảo hộ các chỉ dẫn địa lý dựa trên cơ sở pháp luật quốc gia nhưng cũng có một số điều ước quốc tế hỗ trợ cho việc bảo hộ trên phạm vi một số nước.

Chỉ dẫn địa lý

Chỉ dẫn địa lý theo nghĩa rộng bao gồm các chỉ dẫn nguồn gốc, tên gọi xuất xứ, và chỉ dẫn địa lý (theo nghĩa hẹp). Cần lưu ý rằng Công ước Paris không sử dụng thuật ngữ chỉ dẫn địa lý mà lại sử dụng các thuật ngữ chỉ dẫn nguồn gốc và tên gọi xuất xứ.

Chỉ dẫn nguồn gốc có nghĩa là dấu hiệu bất kỳ được sử dụng để chỉ dẫn rằng một sản phẩm hoặc dịch vụ có nguồn gốc từ một nước, một khu vực và một địa điểm cụ thể, nơi mà sản phẩm được tạo ra. Ví dụ: Sản xuất tại Nhật Bản (Made in Japan).

Tên gọi xuất xứ có nghĩa là tên địa lý của một nước, khu vực, địa điểm cụ thể, dùng để chỉ một sản phẩm bắt nguồn từ đó với điều kiện là chất lượng đặc thù của nó

hoàn toàn hoặc về cơ bản do môi trường địa lý quyết định, bao gồm các yếu tố về tự nhiên hoặc con người, hoặc cả hai. Ví dụ: Champagne.

Hãy bắt đầu bằng việc nghe đoạn băng đầu tiên giải thích ý nghĩa của chỉ dẫn địa lý theo phạm vi rộng.

Đoạn băng 1: *Bạn có thể nói cho tôi biết chỉ dẫn địa lý là gì không?*

Về cơ bản, chỉ dẫn địa lý là một thông báo tuyên bố rằng sản phẩm liên quan có nguồn gốc từ một khu vực địa lý xác định. Các ví dụ được biết đến rộng rãi về chỉ dẫn địa lý là chỉ dẫn địa lý về rượu vang và rượu mạnh. Ví dụ, chỉ dẫn địa lý Champagne được sử dụng để chỉ một loại rượu sủi tăm đặc biệt, có nguồn gốc từ vùng Champagne ở nước Pháp. Tương tự, chỉ dẫn địa lý Cognac được sử dụng cho loại rượu mạnh có xuất xứ từ vùng xung quanh thị trấn Cognac của Pháp. Tuy nhiên, chỉ dẫn địa lý cũng được sử dụng cho các sản phẩm khác ngoài rượu vang và rượu mạnh, như thuốc lá từ Cu Ba, hoặc cho pho mát như Roquefort. Chúng cũng được sử dụng cho các sản phẩm công nghiệp, ví dụ như Sheffield cho thép.

Câu hỏi tự đánh giá

Câu hỏi 1: **Hãy nêu 2 hoặc 3 chỉ dẫn địa lý được sử dụng ở nước bạn.**

Điền câu trả lời vào ô dưới đây:

Nhấp chuột vào đây để biết đáp án

Đáp án của câu hỏi 1:

Tôi hy vọng bạn đã có thể tìm ra một số ví dụ. Nếu không tìm thấy, hãy thử nghĩ tại sao lại như vậy. Có phải những nhà sản xuất ở địa phương không biết đến khái niệm sở hữu trí tuệ hay họ không nhận ra được giá trị của những chỉ dẫn này?

Tóm lại, “Champagne”, “Cognac”, “Roquefort”, “Chianti”, “Porto”, “Havana”,

và “Tequila” – là một số ví dụ nổi tiếng về những cái tên gắn liền với các sản phẩm có tính chất và chất lượng nhất định ở khắp nơi trên thế giới.

Đoạn băng 2: *Sự khác nhau giữa chỉ dẫn địa lý và nhãn hiệu là gì?*

Nhãn hiệu là dấu hiệu mà một thương nhân hoặc một công ty sử dụng để phân biệt hàng hóa hoặc dịch vụ của họ với hàng hóa hoặc dịch vụ của các đối thủ cạnh tranh. Chỉ dẫn địa lý được sử dụng để chỉ ra rằng những sản phẩm được nhắc tới có xuất xứ từ một vùng nào đó. Một chỉ dẫn địa lý phải được dành cho tất cả các nhà sản xuất ở khu vực đó sử dụng. Ví dụ, Bordeaux và Champagne có thể được sử dụng bởi tất cả những người sản xuất rượu vang ở vùng Bordeaux hoặc Champagne, nhưng chỉ có Moët & Chandon có thể gọi rượu vang sủi tăm của mình là "Moët & Chandon®" như một nhãn hiệu dành cho rượu vang sủi tăm của mình.

Tôi hy vọng rằng bây giờ bạn đã có thể thấy được những lợi ích có được từ việc sử dụng chỉ dẫn địa lý, và câu hỏi tiếp theo dành cho bạn là các chỉ dẫn địa lý được bảo hộ như thế nào? Đoạn băng tiếp theo sẽ giải thích vấn đề này.

Đoạn băng 3: *Vậy thì bạn bảo hộ chỉ dẫn địa lý bằng cách nào?*

Không giống như nhãn hiệu và sáng chế, có rất nhiều hình thức bảo hộ đối với chỉ dẫn địa lý. Chúng có thể được bảo hộ bằng luật hay các nghị định “riêng”, ví dụ như hệ thống bảo hộ của Pháp và Bồ Đào Nha. Một khả năng khác là thông qua hệ thống đăng ký chỉ dẫn địa lý.

Một khả năng khác nữa là dựa vào luật chống cạnh tranh không lành mạnh hoặc bồi thường thiệt hại do hành vi “gian lận”, theo đó các hành vi thương mại không trung thực sẽ không được chấp nhận. Việc sử dụng chỉ dẫn địa lý cho sản phẩm không có nguồn gốc từ khu vực được nói tới là một ví dụ điển hình về hành vi thương mại gian lận. Nếu yêu cầu bảo hộ theo pháp luật về bồi thường thiệt hại dân sự thì không phải tuân thủ bất cứ thủ tục nào như đăng ký hay quy định pháp luật (luật hoặc nghị định), bên bị xâm hại sẽ có quyền kiện ra tòa án.

Chỉ dẫn địa lý cũng có thể được bảo hộ bằng việc đăng ký nhãn hiệu tập thể hoặc nhãn hiệu chứng nhận. Không giống như các nhãn hiệu riêng (thuộc về một cá nhân hoặc tổ chức), nhãn hiệu tập thể thuộc về nhóm các thương gia hoặc các nhà sản xuất. Ngược lại, nhãn hiệu chứng nhận lại không thuộc về bất cứ ai, nó được đăng ký để bất kỳ người nào đáp ứng đủ các điều kiện đã định đều có thể sử dụng nhãn hiệu

đó. Ví dụ, việc sử dụng nhãn hiệu chứng nhận cho pho mát Stilton chỉ được dành cho những người nông dân đồng ý làm theo các quy tắc phải tuân thủ để được phép sử dụng nhãn hiệu đó.

Bởi vậy, có nhiều cách khác nhau để bảo hộ chỉ dẫn địa lý dựa trên luật quốc gia và có những cách khác nhau mà theo đó việc bảo hộ này có thể được mở rộng ở cấp độ quốc tế.

Đoạn băng 4: *Dường như bạn đã nói khá nhiều về cách thức bảo hộ chỉ dẫn địa lý trong phạm vi một quốc gia, vậy thì chỉ dẫn địa lý có thể được bảo hộ trên phạm vi toàn thế giới hay không?*

Về mặt lý thuyết là có thể được nhưng thực tiễn thì rất khó. Sáng chế và nhãn hiệu có thủ tục nộp đơn đăng ký rõ ràng, nhưng đối với chỉ dẫn địa lý thì lại khác vì có quá nhiều các hệ thống bảo hộ khác nhau. Nếu một hệ thống nào đó không quy định về đăng ký chỉ dẫn địa lý hay trao quyền sử dụng một tên gọi xuất xứ thì có thể có nguy cơ nảy sinh một số vấn đề. Sự khác biệt vẫn thường tạo ra giữa hai trường hợp, một là song phương và hai là đa phương. Trong bối cảnh song phương, một nước ký kết thoả thuận với nước khác nhằm mục đích bảo hộ lẫn nhau các chỉ dẫn địa lý của họ. Giai đoạn tiếp theo là trao đổi danh sách các chỉ dẫn địa lý, và việc bảo hộ dựa trên cơ sở có đi có lại. Ví dụ, nếu Pháp có hiệp định song phương với Tây Ban Nha, Pháp sẽ gửi một danh mục các chỉ dẫn địa lý của mình cho Tây Ban Nha và Tây Ban Nha cũng sẽ gửi danh mục các chỉ dẫn địa lý của mình cho Pháp, và sau đó các chỉ dẫn địa lý của nước này sẽ được nước kia bảo hộ.

Công việc này dành cho hai nước cùng ký kết một hiệp định, nhưng không phải tất cả các nước đều ký kết các hiệp định song phương với nhau. Tất nhiên, cũng có các hiệp định đa phương, một trong số đó được quản lý bởi Tổ chức Sở hữu trí tuệ thế giới (WIPO), đó là Hiệp định Lisbon về bảo hộ và đăng ký quốc tế tên gọi xuất xứ.

Bạn cũng có thể tình cờ bắt gặp thuật ngữ tên gọi xuất xứ và đoạn băng sau đây sẽ giải thích sự khác biệt giữa thuật ngữ này với thuật ngữ chỉ dẫn địa lý.

Đoạn băng 5: *Bạn có thể nói cho tôi biết sự khác nhau giữa tên gọi xuất xứ và chỉ dẫn địa lý được không?*

Tên gọi xuất xứ là dạng đặc biệt của chỉ dẫn địa lý. Chỉ dẫn địa lý là một thông báo tuyên bố rằng một sản phẩm nào đó có xuất xứ từ một khu vực cụ thể. Ví dụ, cụm từ “Made in Switzerland” (sản xuất tại Thụy Sĩ) là một chỉ dẫn địa lý: người mua hàng biết rằng sản phẩm có xuất xứ từ Thụy Sĩ. Tên gọi xuất xứ là

một chỉ dẫn địa lý cụ thể hơn, theo đó chỉ rõ rằng sản phẩm được nhắc tới có những chất lượng xác định và những chất lượng này có được là nhờ một phần hoặc hoàn toàn vào nơi xuất xứ. Ý nghĩa cơ bản là các sản phẩm được nhắc tới có được chất lượng đặc biệt chính là nhờ xuất xứ của sản phẩm. Điều này rất phổ biến trong các trường hợp sản phẩm là nông sản như pho mát Roquefort. Những người làm ra Roquefort nói rằng nó có mùi vị từ cách mà nó được làm bởi vì nó được làm ngấu trong các hang động của vùng Roquefort. Và chỉ nhờ cách làm ngấu ở nơi đặc biệt như vậy mà cuối cùng nó có được mùi vị nổi tiếng



Nếu bạn thực hiện phương pháp sản xuất pho mát tương tự trong các hang động khác, bạn sẽ có được một mùi vị khác và kết quả không phải là pho mát Roquefort. Điều này cũng áp dụng cho các điều kiện tự nhiên ảnh hưởng tới sản xuất rượu vang như khí hậu, thổ nhưỡng, v.v...

Về cơ bản, tên gọi xuất xứ là một chỉ dẫn địa lý tuyên bố chất lượng của hàng hóa mang tên gọi xuất xứ đó về cơ bản hoặc hoàn toàn do khu vực sản xuất mang lại.

Đoạn băng 6: *Vậy thì chúng ta hãy quay lại ví dụ đầu tiên của bạn về rượu Champagne, đó là tên gọi xuất xứ hay chỉ dẫn địa lý?*

Nó là cả hai. Tuy nhiên, chỉ dẫn địa lý là thuật ngữ theo nghĩa rộng. Nói cách khác, tất cả các tên gọi xuất xứ đều là chỉ dẫn địa lý, nhưng không phải tất cả các chỉ dẫn địa lý đều là tên gọi xuất xứ.

Câu hỏi tự đánh giá

Câu hỏi 2: Trong danh mục các chỉ dẫn địa lý dưới đây, hãy chọn những trường hợp được coi là tên gọi xuất xứ

a) Rượu vang Bordeaux

b) Pho mát Stilton

- c) Pho mát Roquefort
- d) Champagne
- e) Thép Sheffield
- f) Made in Japan (Sản xuất tại Nhật Bản)

Điền câu trả lời vào ô dưới đây:

Nhấp chuột vào đây để biết đáp án

Đáp án câu hỏi 2:

a,c,d . ‘Stilton’ đề cập đến cách thức sản xuất pho mát chứ không phải là nơi xuất xứ của loại pho mát này. ‘Sheffield Steel’ là chỉ dẫn địa lý nhưng không đề cập tới chất lượng của sản phẩm là do có xuất xứ từ vùng Sheffield ở phía bắc nước Anh. Cũng tương tự như vậy đối với trường hợp ‘Made in Japan’ (Sản xuất tại Nhật Bản).

Tóm lại, tên gọi xuất xứ là chỉ dẫn địa lý chỉ ra chất lượng của hàng hóa mang tên gọi xuất xứ đó mà chất lượng đó chủ yếu hoặc hoàn toàn do vùng sản xuất mang lại.

Như đã được đề cập ở phần đầu của học phần, cần phải phân biệt thuật ngữ tên gọi xuất xứ hàng hoá với một thuật ngữ khác được sử dụng trong Công ước Paris là chỉ dẫn nguồn gốc. Chỉ dẫn nguồn gốc đơn thuần chỉ là chỉ dẫn về khu vực địa lý nơi mà sản phẩm được làm ra. Trong khi đó, tên gọi xuất xứ lại đòi hỏi phải tồn tại mối quan hệ giữa chất lượng sản phẩm và khu vực sản xuất ra nó.

Bây giờ, để kết thúc học phần này, hãy nghe thêm một số nội dung về các hệ thống bảo hộ quốc tế có liên quan.

Đoạn băng 7:

Bây giờ chúng ta đã biết sự khác nhau giữa tên gọi xuất xứ và chỉ dẫn địa lý, đề nghị bạn giải thích về các hệ thống bảo hộ quốc tế?

Trên thực tế, có một số quy định rằng chỉ dẫn địa lý phải được bảo hộ chống lại việc sử dụng trái phép dẫn đến lừa dối khách hàng, trong đó có một quy định rất

khái quát trong Công ước Paris. Đối với tên gọi xuất xứ, có một Hiệp định đặc biệt do WIPO quản lý, đó là Hiệp định Lisbon về Bảo hộ và đăng ký quốc tế tên gọi xuất xứ. Hiệp định này quy định một hệ thống đăng ký quốc tế tên gọi xuất xứ. Một nước có hệ thống quốc gia về bảo hộ tên gọi xuất xứ có thể áp dụng cho đăng ký quốc tế một tên gọi xuất xứ nào đó, sau đó đăng ký này được thông báo cho các nước thành viên của Hiệp định. Hiệp định này vận hành rất tốt, nhưng do rất ít quốc gia có hệ thống đăng ký tên gọi xuất xứ nên phạm vi địa lý của Hiệp định chỉ hạn chế trong số 20 nước tham gia Hiệp định.

Bây giờ là một điều ước quốc tế khác, đó là Hiệp định TRIPS - một bộ phận không thể thiếu trong hệ thống WTO. Hiệp định này yêu cầu tất cả các thành viên của Tổ chức Thương mại thế giới phải bảo hộ chỉ dẫn địa lý, nếu việc sử dụng trái phép có thể sẽ dẫn đến lừa dối hoặc dẫn tới hành vi cạnh tranh không lành mạnh. Hiệp định TRIPS quy định mức độ bảo hộ cao hơn cho các chỉ dẫn địa lý dùng cho rượu vang và rượu mạnh, như những chỉ dẫn địa lý cho các sản phẩm này phải được bảo hộ ngay cả trong trường hợp không gây nhầm lẫn hoặc cạnh tranh không lành mạnh.

Tuy nhiên, sự bảo hộ rộng hơn này có một số ngoại lệ đối với những chỉ dẫn địa lý đã được sử dụng trong một thời gian dài, hoặc được sử dụng có thiện ý.

Tóm tắt

Chỉ dẫn địa lý về cơ bản là một thông báo tuyên bố rằng một sản phẩm nào đó bắt nguồn từ một khu vực địa lý nào đó. Tên gọi xuất xứ là một dạng cụ thể hơn của chỉ dẫn địa lý, nó chỉ rõ rằng sản phẩm mang tên gọi xuất xứ có chất lượng do được làm ở một khu vực cụ thể.

Như đã được đề cập ở trên, chỉ dẫn địa lý là một thuật ngữ rộng, bao gồm tên gọi xuất xứ, chỉ dẫn nguồn gốc và chỉ dẫn địa lý theo nghĩa hẹp. Trong tài liệu này, thuật ngữ chỉ dẫn địa lý nói chung được sử dụng theo nghĩa rộng để bao gồm tất cả các thuật ngữ này (tên gọi xuất xứ, chỉ dẫn nguồn gốc, và chỉ dẫn địa lý theo nghĩa hẹp).

Chỉ dẫn địa lý có thể được bảo hộ ở cấp độ quốc gia bằng các văn bản pháp luật hoặc bằng cách đăng ký.

Ở cấp độ quốc tế, chỉ dẫn địa lý có thể được bảo hộ bằng các thoả thuận có đi có lại giữa các nước hoặc theo Hiệp định Lisbon đối với tên gọi xuất xứ. Ngoài ra, Hiệp định TRIPS yêu cầu tất cả các nước thành viên của Tổ chức Thương mại thế giới phải bảo hộ chỉ dẫn địa lý.

Các văn bản pháp luật

- Hiệp định Lisbon về bảo hộ và đăng ký quốc tế tên gọi xuất xứ
- Hiệp định TRIPS
- Công ước Paris về bảo hộ sở hữu công nghiệp