

1. NHÃN HIỆU LÀ GÌ?

Nhãn hiệu là những dấu hiệu dùng để phân biệt hàng hoá dịch vụ cùng loại được sản xuất hoặc cung cấp bởi các doanh nghiệp khác nhau.

Dấu hiệu dùng làm nhãn hiệu phải là những dấu hiệu có thể nhìn thấy được bao gồm từ, ngữ, cụm từ, logo, hình ảnh hoặc sự kết hợp các yếu tố này thể hiện dưới dạng đen trắng hoặc màu sắc.

Ví dụ:

Nhãn hiệu chữ

HONDA

Nhãn hiệu kết hợp hình và chữ



Nhãn hiệu hình (logo)



Nhãn hiệu là Slogan(cụm từ)

SỰ LỰA CHỌN CỦA ĐÀU BẾP

2. Ở VIỆT NAM QUY ĐỊNH CÓ BAO NHIÊU LOẠI NHÃN HIỆU?

Về cơ bản có 4 loại nhãn hiệu được bảo hộ theo pháp luật Việt Nam: Nhãn hiệu chứng nhận, Nhãn hiệu tập thể, Nhãn hiệu liên kết, Nhãn hiệu nổi tiếng. Ví dụ:

Nhãn hiệu chứng nhận

ISO

Quatest

Quacert

Nhãn hiệu tập thể

Bưởi Phúc Trạch

Hồ tiêu Chư Sê

Gôm sứ Bát Tràng

Nhãn hiệu liên kết

Lioa

Leoa

Lywa

Nhãn hiệu nổi tiếng



NOKIA

Microsoft

3. MỐI QUAN HỆ GIỮA NHÃN HIỆU VỚI THƯƠNG HIỆU, TÊN THƯƠNG MAI, KIỂU DÁNG CÔNG NGHIỆP, BẢN QUYỀN TÁC GIẢ?

Thương hiệu là thuật ngữ hay được dùng trong ngôn ngữ truyền thông và kinh doanh có phạm vi ý nghĩa rất rộng, tùy trường hợp nó có thể là một chỉ dẫn thương mại, hoặc có thể biểu thị ý nghĩa của toàn bộ các chỉ dẫn thương mại như: Nhãn hiệu, Tên thương mại, Chỉ dẫn địa lý, Chỉ dẫn nguồn gốc, ... Nói một cách khác, khái niệm Thương hiệu có thể hiểu không những là Nhãn hiệu mà còn có thể là Tên thương mại, Chỉ dẫn địa lý hoặc Chỉ dẫn nguồn gốc xuất xứ.

Ví dụ:

Với ý nghĩa là Thương hiệu quốc gia: Thương hiệu Việt Nam (**Made in Vietnam**)

Với ý nghĩa là Thương hiệu ngành: Thương hiệu nông sản Việt Nam (**Agricultural Food Brands**)

Với ý nghĩa là Thương hiệu chỉ danh tiếng của một sản phẩm có xuất xứ ở một khu vực địa lý cụ thể: Thương hiệu nước mắm **Phú Quốc** (Phu Quoc Sauces), Thương hiệu vải thiều **Lục Ngạn**, Thương hiệu chè **Tân Cương**

Với ý nghĩa là Thương hiệu của một doanh nghiệp: Thương hiệu cà phê **Trung Nguyên**, Thương hiệu sữa **Vinamilk**, Thương hiệu **PetroVietnam**, Thương hiệu thuốc lá **Vinata**

Với ý nghĩa là một thương hiệu (Nhãn hiệu) sản phẩm/dịch vụ: xe máy **Wave α**, dầu gội đầu **CLEAR**, dịch vụ ngân hàng **Techcombank**, dịch vụ bảo hiểm **Prudential**

Chỉ dẫn địa lý (là dấu hiệu dùng để chỉ sản phẩm có xuất xứ từ địa phương hay quốc gia nào đó với điều kiện sản phẩm đó phải có danh tiếng, chất lượng hoặc đặc tính chủ yếu là nhờ vào điều kiện địa lý và thổ nhưỡng của khu vực địa lý đó. (Ghi chú: Trước đây ở Việt Nam tồn tại song song 2 đối tượng sở hữu công nghiệp là **Chỉ dẫn địa lý** và **Tên gọi xuất xứ hàng hoá**. Sau khi có Luật Sở hữu trí tuệ năm 2005, hai đối tượng này được ghép lại chỉ còn duy nhất một đối tượng là **Chỉ dẫn địa lý**).

Ví dụ: nước mắm **Phú Quốc**, chè **Tân Cương**, bưởi **Đoan Hùng**.

Tên thương mại là tên dùng để xưng danh trong hoạt động thương mại, phải có khả năng phân biệt được doanh nghiệp mang tên đó với doanh nghiệp khác trong cùng lĩnh vực kinh doanh và khu vực kinh doanh.

Ví dụ: Công ty cổ phần đồ hộp **Ha Long** với Công ty TNHH một thành viên Việt Nam kỹ nghệ súc sản **Vissan**

Thành phần chỉ hình thức pháp lý	Thành phần mô tả lĩnh vực hoạt động kinh doanh	Thành phần tên riêng có chức năng phân biệt	Thành phần tên viết tắt/tên giao dịch có chức năng phân biệt
Công ty cổ phần	đồ hộp	Hạ Long	Halong Canfoco
Công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên Việt Nam	kỹ nghệ súc sản	Vissan	Vissan

Kiểu dáng công nghiệp (Industrial Design) là hình dáng bên ngoài của sản phẩm được thể hiện bằng hình khối, đường nét, màu sắc hoặc sự kết hợp những yếu tố này. Kiểu dáng công nghiệp được bảo hộ phải là Kiểu dáng công nghiệp đáp ứng đầy đủ 3 điều kiện: (i) có tính mới, (ii) có tính sáng tạo, và (iii) có khả năng áp dụng công nghiệp.

Ví dụ:

KDCN 3 chiều (Hộp thuốc lá)



KDCN 2 chiều (nhãn sản phẩm)



Bản quyền tác giả (Copyright) là quyền độc quyền của tổ chức hoặc cá nhân đối với **tác phẩm** do mình **sáng tạo ra** hoặc **sở hữu**. Tác phẩm được bảo hộ dưới dạng Bản quyền tác giả gồm nhiều dạng khác nhau chẳng hạn như tác phẩm điện ảnh, tác phẩm kiến trúc, tác phẩm điêu khắc, tác phẩm văn học nghệ thuật và khoa học, tác phẩm mỹ thuật ứng dụng,...

Ví dụ: Tác phẩm mỹ thuật ứng dụng

Bản quyền tác giả đối giả đối với hình thức thể hiện trên bao bì sản phẩm)



Bản quyền tác giả đối với hình thức thể hiện logo doanh nghiệp



4. VÌ SAO PHẢI ĐĂNG KÝ NHÃN HIỆU?

Ngôi nhà bạn đang ở, chiếc xe máy bạn đang đi, cây bút bạn đang viết, v.v... đó là những tài sản mà bạn có thể dễ dàng chiếm hữu. Vấn đề chiếm hữu sẽ trở nên hoàn toàn khác nếu bạn sản xuất ra một sản phẩm và gắn cho nó một thương hiệu. Khi sản phẩm đó được bán đi, bạn không thể kiểm soát hay chiếm hữu được thương hiệu gắn trên sản phẩm đó nữa. Giả sử sản phẩm của bạn bán rất tốt, rất có thể sẽ có một vài đối thủ cạnh tranh không lành mạnh dùng chính thương hiệu này hoặc nhái theo thương hiệu này trên sản phẩm của họ để bán nhằm thu lợi bất chính. Hậu quả từ việc bán của người này là người mua hàng sẽ bị nhầm lẫn do không phân biệt được đâu là sản phẩm của bạn, đâu là sản phẩm giả, và trên thực tế bạn đã mất đi một lượng doanh số nhất định do kẻ làm giả đã thu lợi. Tất nhiên ai cũng biết, hậu quả nghiêm trọng nhất trong trường hợp này là thương hiệu của bạn sẽ bị mất uy tín và hoạt động kinh doanh của bạn có thể bị đổ bể.

Để người tiêu dùng không bị nhầm lẫn khi mua hàng và để đảm bảo người sản xuất chân chính bảo vệ được thành quả đầu tư và uy tín của mình, pháp luật quy định cơ chế bảo vệ độc quyền bằng cách cho phép người sản xuất chân chính đăng ký thương hiệu của mình để sử dụng độc quyền trong thương mại.

5. AI CÓ QUYỀN ĐĂNG KÝ

Tổ chức hoặc cá nhân đang sản xuất kinh doanh hàng hoá hoặc dịch vụ do mình sản xuất hoặc cung cấp ví dụ như công ty trách nhiệm hữu hạn, công ty cổ phần, công ty liên doanh, doanh nghiệp tư nhân, hộ kinh doanh cá thể;

Tổ chức tập thể được thành lập hợp pháp có quyền đăng ký nhãn hiệu để các thành viên thuộc tập thể của mình sử dụng theo quy chế sử dụng nhãn hiệu tập thể. Ví dụ: Hợp tác xã, Hội nông dân, Hiệp hội, hoặc một Tập hợp từ hai doanh nghiệp trở lên;

Tổ chức có chức năng kiểm soát chất lượng, đặc tính, xuất xứ hàng hoá có quyền đăng ký nhãn hiệu với điều kiện tổ chức này không tiến hành sản xuất kinh doanh hàng hoá, dịch vụ đó. Ví dụ: Tổ chức Tiêu chuẩn Quốc tế (ISO), Trung tâm chứng nhận phù hợp tiêu chuẩn (QUACERT), Hiệp hội chè Việt Nam;

Các cá nhân, tổ chức nước ngoài thực hiện việc nộp đơn Đăng ký Nhãn hiệu thông qua ủy quyền ký kết với các Đại diện Sở hữu Công nghiệp ở Việt Nam.

6. TẠI SAO NÊN TRA CỨU NHÃN HIỆU TRƯỚC KHI NỘP ĐƠN ĐĂNG KÝ NHÃN HIỆU?

Tra cứu Nhãn hiệu/Thương hiệu thực chất là việc tìm kiếm và nghiên cứu trên Cơ sở dữ liệu Nhãn hiệu của Việt Nam nhằm xác định Nhãn hiệu dự định đăng ký có trùng hoặc tương tự gây nhầm lẫn với Nhãn hiệu của người khác đã đăng ký cho hàng hoá hoặc dịch vụ cùng loại hay không. Kết quả

Tra cứu sẽ đưa ra các thông tin pháp lý về các Nhãn hiệu có trước liên quan, từ đó, **Bross & Partners** sẽ tư vấn cho Quý Khách hàng khả năng đăng ký thành công của Nhãn hiệu/Thương hiệu và tránh cho Quý Khách hàng khoảng thời gian nộp đơn Đăng ký Nhãn hiệu (12- 18 tháng) mà vẫn bị từ chối.

7. VIỆT NAM CÓ ÁP DỤNG NGUYÊN TẮC NỘP ĐƠN ĐẦU TIÊN KHÔNG? (Ai nộp đơn trước người đó được bảo hộ trước)

Việt Nam đã tham gia Công ước Paris về Sở hữu Công nghiệp, theo đó trong trường hợp có 2 hay nhiều cá nhân hoặc tổ chức cùng nộp một đơn đăng ký nhãn hiệu cho cùng một hàng hoá, dịch vụ thì chỉ duy nhất cá nhân, hoặc tổ chức nộp đơn đầu tiên mới được xem xét bảo hộ.

Người nộp đơn đăng ký nhãn hiệu có quyền yêu cầu hưởng quyền ưu tiên trên cơ sở đơn đầu tiên đăng ký bảo hộ cùng một đối tượng nếu đáp ứng các điều kiện sau đây:

- a) Đơn đầu tiên đã được nộp tại Việt Nam hoặc tại nước là thành viên của điều ước quốc tế có quy định về quyền ưu tiên mà Cộng hoà xã hội chủ nghĩa Việt Nam cũng là thành viên hoặc có thoả thuận áp dụng quy định như vậy với Việt Nam;
- b) Người nộp đơn là công dân Việt Nam, công dân của nước khác quy định tại điểm a khoản này cư trú hoặc có cơ sở sản xuất, kinh doanh tại Việt Nam hoặc tại nước khác quy định tại điểm a khoản này;
- c) Trong đơn có nêu rõ yêu cầu được hưởng quyền ưu tiên và có nộp bản sao đơn đầu tiên có xác nhận của cơ quan đã nhận đơn đầu tiên;
- d) Đơn được nộp trong thời hạn ấn định tại điều ước quốc tế mà Cộng hoà xã hội chủ nghĩa Việt Nam là thành viên.

Đơn đăng ký sở hữu công nghiệp được hưởng quyền ưu tiên có ngày ưu tiên là ngày nộp đơn của đơn đầu tiên.

8. QUÁ TRÌNH THẨM ĐỊNH ĐƠN ĐĂNG KÝ NHÃN HIỆU DIỄN RA NHƯ THẾ NÀO?

Theo quy định tại Luật Sở hữu trí tuệ có hiệu lực từ ngày 01 tháng 07 năm 2006, được sửa đổi ngày 19/06/2009 có hiệu lực thi hành từ ngày 01/01/2010, quá trình thẩm định đơn đăng ký nhãn hiệu gồm 4 giai đoạn:

Thẩm định hình thức

Đơn đăng ký nhãn hiệu sẽ được thẩm định hình thức trong thời hạn một (01) tháng kể từ ngày Cục Sở hữu Trí tuệ Việt Nam tiếp nhận hồ sơ, sau đó Cục Sở hữu trí tuệ sẽ thẩm định liệu đơn đăng ký có tuân thủ các quy định pháp luật, chẳng hạn như hàng hoá/dịch vụ đã được phân loại phù hợp theo bảng phân loại hàng hoá quốc tế chưa? Đơn có đảm bảo tính thống nhất không? Khi đơn đã đáp ứng đủ các yêu cầu đó, Cục Sở hữu trí tuệ sẽ ra Quyết định Chấp nhận đơn hợp lệ và ngày nộp đơn đăng ký đó sẽ được coi là ngày ưu tiên đối với chủ đơn.

Công bố đơn

Trong thời hạn hai (02) tháng kể từ ngày được quyết định là đơn hợp lệ, đơn đăng ký sẽ được đăng trên Công báo Sở hữu công nghiệp của Cục Sở hữu trí tuệ để dành cho bất kỳ người thứ 3 thực hiện quyền phản đối (nếu có).

Thẩm định nội dung

Trong thời hạn sáu (06) tháng kể từ ngày được đăng ký trên Công báo Sở hữu công nghiệp, đơn đăng ký nhãn hiệu sẽ tiếp tục được thẩm định về nội dung. Kết quả của giai đoạn thẩm định là trả lời câu hỏi nhãn hiệu đăng ký có được bảo hộ hay không?

Cấp Giấy Chứng nhận ĐKNH

Nếu kết quả thẩm định nội dung xác định nhãn hiệu đáp ứng tiêu chuẩn bảo hộ, thì chủ đơn sẽ nhận được Thông báo dự định cấp văn bằng kèm theo yêu cầu nộp lệ phí Cấp, Đăng bạ và Công bố Văn bằng từ Cục Sở hữu trí tuệ. Sau khi lệ phí yêu cầu được nộp, Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu sẽ được cấp cho chủ đơn.

Giấy Chứng nhận đăng ký nhãn hiệu này sẽ có hiệu lực trên toàn bộ lãnh thổ Việt Nam kể từ ngày cấp đến hết mười (10) năm kể từ ngày nộp đơn, và có thể gia hạn nhiều lần, mỗi lần mười (10) năm.

Theo quy định về thời hạn nêu trên, trường hợp đơn đăng ký không gặp bất kỳ trở ngại nào thì việc đăng ký nhãn hiệu sẽ hoàn tất trong khoảng 12-14 tháng kể từ ngày nộp đơn.

9. NGƯỜI ĐƯỢC CẤP GIẤY CHỨNG NHẬN ĐKNH CÓ CÁC QUYỀN GÌ ĐỐI VỚI NHÃN HIỆU?

Người được cấp Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu có các quyền sau:

Quyền tự mình sử dụng hoặc cho phép người khác sử dụng nhãn hiệu đã đăng ký

Quyền ngăn cấm người khác sử dụng nhãn hiệu của mình trên toàn lãnh thổ Việt Nam

Quyền định đoạt gồm: bán, chuyển nhượng, li-xăng (cho phép người khác sử dụng), hoặc từ bỏ nhãn hiệu đã đăng ký.

10. GIẤY CHỨNG NHẬN ĐKNH TẠI VIỆT NAM CÓ HIỆU LỰC TRONG THỜI GIAN BAO LÂU?

Giấy CNĐKNH tại Việt Nam có hiệu lực trên toàn lãnh thổ Việt Nam và có hiệu lực trên toàn lãnh thổ Việt Nam từ ngày cấp đến hết mười năm kể từ ngày nộp đơn, có thể gia hạn nhiều lần liên tiếp, mỗi lần mười (10) năm.

11. GIẤY CHỨNG NHẬN ĐKNH CÓ BI CHẤM DỨT HIỆU LỰC KHÔNG?

Giấy Chứng nhận ĐKNH bị chấm dứt hiệu lực trong các trường hợp sau đây:

a) Chủ văn bằng bảo hộ không gia hạn hiệu lực theo quy định;

b) Chủ văn bằng bảo hộ tuyên bố từ bỏ quyền sở hữu nhãn hiệu;

c) Chủ Giấy chứng nhận ĐKNH không còn tồn tại hoặc không còn hoạt động kinh doanh mà không có người kế thừa hợp pháp;

d) Nhãn hiệu không được chủ sở hữu hoặc người được chủ sở hữu cho phép sử dụng trong thời hạn năm (05) năm liên tục trước ngày có yêu cầu chấm dứt hiệu lực mà không có lý do chính đáng, trừ trường hợp việc sử dụng được bắt đầu hoặc bắt đầu lại trước ít nhất ba tháng tính đến ngày có yêu cầu chấm dứt hiệu lực;

Căn cứ kết quả xem xét đơn yêu cầu chấm dứt hiệu lực văn bằng bảo hộ và ý kiến của các bên liên quan, cơ quan quản lý nhà nước về quyền sở hữu công nghiệp quyết định chấm dứt hiệu lực văn bằng bảo hộ hoặc thông báo từ chối chấm dứt hiệu lực văn bằng bảo hộ.

12. GIẤY CHỨNG NHẬN ĐKNH ĐÃ ĐƯỢC CẤP CÓ THỂ BỊ NGƯỜI KHÁC YÊU CẦU HỦY KHÔNG?

Trong những trường hợp sau: Giấy chứng nhận ĐKNH có thể bị hủy bỏ toàn bộ hiệu lực:

a) Người nộp đơn đăng ký không có quyền đăng ký và không được chuyển nhượng quyền đăng ký đối với nhãn hiệu;

b) Nhãn hiệu không đáp ứng các điều kiện bảo hộ tại thời điểm cấp văn bằng bảo hộ

Văn bằng bảo hộ có thể bị hủy bỏ một phần hiệu lực trong trường hợp phần đó không đáp ứng điều kiện bảo hộ.

13. VIỆC THAY ĐỔI CÁC NỘI DUNG TRÊN VĂN BẰNG BẢO HỘ CÓ PHẢI THÔNG BÁO VỚI CỤC SHTT KHÔNG?

Khi có những thay đổi liên quan đến tên, địa chỉ chủ văn bằng bảo hộ, phạm vi bảo hộ nhãn hiệu (chỉ áp dụng thu hẹp), chủ văn bằng phải có đơn yêu cầu cơ quan quản lý nhà nước về quyền sở hữu công nghiệp sửa đổi những thông tin

Trường hợp Chủ văn bằng bảo hộ có quyền yêu cầu cơ quan quản lý nhà nước về quyền sở hữu công nghiệp thu hẹp phạm vi quyền sở hữu công nghiệp, đơn đăng ký sở hữu công nghiệp tương ứng phải được thẩm định lại về nội dung.

14. TRƯỜNG HỢP PHÁT HIỆN MỘT CÁ NHÂN/ TỔ CHỨC NỘP ĐƠN ĐKNH MANG DẤU HIỆU TƯƠNG TỰ GÂY NHẦM LẤN VỚI ĐKNH ĐÃ ĐƯỢC CẤP GIẤY CHỨNG NHẬN, CHỦ VĂN BẰNG CÓ THỂ NGĂN CẢN ĐƯỢC VIỆC CẤP BẰNG KHÔNG?

Trường hợp phát hiện cá nhân hoặc tổ chức khác tiến hành nộp đơn ĐKNH cho một nhãn hiệu mang dấu hiệu có khả năng gây nhầm lẫn với nhãn hiệu đã cấp Giấy Chứng nhận ĐKNH, và đơn nhãn hiệu đó đã được công bố trên Công báo Sở hữu Công nghiệp, bất kỳ bên thứ ba nào cũng có quyền có ý kiến với cơ quan quản lý nhà nước về sở hữu công nghiệp về việc cấp hoặc không cấp văn bằng bảo hộ đối với đơn đó. Ý kiến phải được lập thành văn bản kèm theo các tài liệu hoặc trích dẫn nguồn thông tin để chứng minh.

15. SAU KHI NHÃN HIỆU ĐƯỢC CẤP GIẤY CHỨNG NHẬN, CÓ BẮT BUỘC PHẢI SỬ DỤNG NHÃN HIỆU KHÔNG?

Sau khi nhãn hiệu được cấp giấy Chứng nhận, nếu chủ nhãn hiệu không sử dụng nhãn hiệu liên tục trong thời gian 05 năm kể từ ngày nộp đơn, Văn bằng nhãn hiệu có thể bị hủy bởi một người khác. Do vậy, để duy trì hiệu lực của Nhãn hiệu, nên sử dụng nhãn hiệu thực tế.

Trường hợp chưa có kế hoạch sử dụng nhãn hiệu cho dịch vụ hoặc sản phẩm thực tế, nên có những hình thức sử dụng nhãn hiệu không thường xuyên như quảng cáo, thư chào và lưu các bằng chứng về việc sử dụng này.