

TỪ CHỐI CẤP VĂN BẰNG BẢO HỘ NHÃN HIỆU DO VI PHẠM VỀ KHẢ NĂNG PHÂN BIỆT

● NGUYỄN PHƯƠNG THẢO - VÕ DUY TUYẾN

TÓM TẮT:

Nhãn hiệu là dấu hiệu phân biệt hàng hóa của một doanh nghiệp và phân biệt chúng với hàng hóa của các đối thủ cạnh tranh. Luật không công nhận mọi dấu hiệu hay biểu tượng có thể làm nhãn hiệu hợp lệ, có một số tiêu chuẩn mà một dấu hiệu hay biểu tượng phải thỏa mãn để có được sự bảo vệ nhãn hiệu. Bất kỳ dấu hiệu nào không thể phân biệt được hàng hóa và dịch vụ không thể được đăng ký và đây là một trong những lý do cho sự từ chối đăng ký. Bài viết này phân tích cụ thể quy định pháp luật Việt Nam về từ chối cấp văn bằng bảo hộ nhãn hiệu do vi phạm về khả năng phân biệt từ đó liên hệ với thực tiễn tại Việt Nam, để rút ra những hạn chế và đề xuất kiến nghị đối với hệ thống pháp luật Việt Nam.

Từ khóa: Luật Sở hữu trí tuệ, nhãn hiệu, từ chối cấp văn bằng bảo hộ nhãn hiệu, khả năng phân biệt.

1. Quy định của pháp luật Việt Nam về từ chối cấp văn bằng bảo hộ nhãn hiệu

Nhãn hiệu có thể bao gồm chữ cái, từ ngữ, khẩu hiệu, biểu tượng, số, hình ảnh, tên, logo, thậm chí cả âm thanh và mùi hương. Một nhãn hiệu được đăng ký mang lại cho chủ sở hữu quyền được sử dụng độc quyền và ngăn người khác sử dụng một nhãn hiệu giống hoặc tương tự, nhằm nhận dạng hàng hóa hoặc dịch vụ của họ trên thị trường. Chủ sở hữu nhãn hiệu nên đăng ký bảo hộ nhãn hiệu để bảo vệ quyền nhãn hiệu của mình.

Quy định về từ chối cấp văn bằng bảo hộ nhãn hiệu là một nội dung quan trọng trong pháp luật sở hữu trí tuệ của Việt Nam, được quy định cụ thể tại Luật Sở hữu trí tuệ năm 2005 (sửa đổi, bổ sung

năm 2009, 2019, 2022) và các văn bản hướng dẫn thi hành. Theo đó, cơ quan có thẩm quyền sẽ từ chối cấp văn bằng bảo hộ cho nhãn hiệu, nếu nhãn hiệu đó không đáp ứng các điều kiện bảo hộ hoặc thuộc các trường hợp bị cấm đăng ký theo quy định.

Điều 74 Luật Sở hữu trí tuệ quy định các dấu hiệu không được bảo hộ với tư cách nhãn hiệu, bao gồm: dấu hiệu trùng hoặc tương tự đến mức gây nhầm lẫn với quốc kỳ, quốc huy của các quốc gia; dấu hiệu trùng hoặc tương tự đến mức gây nhầm lẫn với biểu tượng, cờ, huy hiệu, tên viết tắt, tên đầy đủ của cơ quan nhà nước, tổ chức chính trị, tổ chức chính trị - xã hội, tổ chức chính trị xã hội - nghề nghiệp, tổ chức xã hội, tổ chức xã hội - nghề

ngành của Việt Nam và tổ chức quốc tế, nếu không được cơ quan, tổ chức đó cho phép; dấu hiệu trùng hoặc tương tự đến mức gây nhầm lẫn với tên thật, bút danh, hình ảnh của lãnh tụ, anh hùng dân tộc, danh nhân của Việt Nam, của nước ngoài[1]. Ngoài ra, Điều 73 của Luật này cũng quy định các trường hợp nhãn hiệu bị từ chối bảo hộ[2]. Dấu hiệu bị coi là không có khả năng phân biệt nếu dấu hiệu đó quá đơn giản như chữ cái đơn, chữ số đơn, đường nét đơn giản, hình học cơ bản; dấu hiệu, biểu tượng quy ước, hình vẽ hoặc tên gọi thông thường của hàng hóa, dịch vụ bằng bất kỳ ngôn ngữ nào đã được sử dụng rộng rãi, thường xuyên, nhiều người biết đến; dấu hiệu chỉ thời gian, địa điểm, phương pháp sản xuất, chủng loại, số lượng, chất lượng, tính chất, thành phần, công dụng, giá trị hoặc các đặc tính khác mang tính mô tả hàng hóa, dịch vụ[3].

Việc từ chối cấp văn bằng bảo hộ nhãn hiệu cũng được áp dụng đối với các dấu hiệu gây hiểu sai lệch, gây nhầm lẫn hoặc có tính chất lừa dối người tiêu dùng về nguồn gốc xuất xứ, tính năng, công dụng, chất lượng, giá trị hoặc các đặc tính khác của hàng hóa, dịch vụ[4]. Điều này nhằm bảo vệ quyền lợi chính đáng của người tiêu dùng và duy trì môi trường kinh doanh lành mạnh.

Trong trường hợp nhãn hiệu xâm phạm quyền sở hữu công nghiệp của người khác đã được bảo hộ, cơ quan có thẩm quyền cũng sẽ từ chối cấp văn bằng bảo hộ[5]. Quy định này nhằm ngăn chặn việc lợi dụng danh tiếng hoặc uy tín của người khác, đồng thời bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của chủ sở hữu nhãn hiệu đã được bảo hộ.

2. Căn cứ xác định khả năng phân biệt của nhãn hiệu

Theo quy định của pháp luật Việt Nam, nhãn hiệu được coi là có khả năng phân biệt nếu được tạo thành từ một hoặc một số yếu tố dễ nhận biết, dễ ghi nhớ hoặc từ nhiều yếu tố kết hợp thành một tổng thể dễ nhận biết, dễ ghi nhớ [6]. Việc xác định khả năng phân biệt của nhãn hiệu dựa trên nhiều căn cứ khác nhau, được quy định cụ thể trong các văn bản pháp luật và hướng dẫn thực tiễn.

Các dấu hiệu không được coi là có khả năng phân biệt, bao gồm: dấu hiệu đơn giản như hình học cơ bản, chữ số, chữ cái, từ ngữ không thể hiện được bằng chữ, ký hiệu, hình vẽ đơn giản; dấu hiệu, biểu tượng quy ước, hình vẽ hoặc tên gọi thông thường của hàng hóa, dịch vụ bằng bất kỳ ngôn ngữ nào đã được sử dụng rộng rãi, thường xuyên, nhiều người biết đến; dấu hiệu chỉ thời gian, địa điểm, phương pháp sản xuất, chủng loại, số lượng, chất lượng, tính chất, thành phần, công dụng, giá trị hoặc các đặc tính khác mang tính mô tả hàng hóa, dịch vụ; dấu hiệu mô tả hình thức pháp lý, lĩnh vực kinh doanh của chủ thể kinh doanh; dấu hiệu chỉ nguồn gốc địa lý của hàng hóa, dịch vụ, trừ trường hợp dấu hiệu đó đã được sử dụng và thừa nhận rộng rãi với danh nghĩa một nhãn hiệu hoặc được đăng ký dưới dạng nhãn hiệu tập thể hoặc nhãn hiệu chứng nhận[7].

Thông tư số 01/2007/TT-BKHCN của Bộ Khoa học và Công nghệ đã hướng dẫn chi tiết hơn về việc đánh giá khả năng phân biệt của dấu hiệu dùng làm nhãn hiệu.[8].

Một căn cứ quan trọng khác để xác định khả năng phân biệt của nhãn hiệu là tính chất gợi ý hoặc mô tả của dấu hiệu đối với hàng hóa, dịch vụ mang nhãn hiệu. Dấu hiệu được coi là gợi ý nếu nó gợi ra một số đặc tính hoặc công dụng của hàng hóa, dịch vụ nhưng không trực tiếp mô tả hàng hóa, dịch vụ đó. Dấu hiệu gợi ý thường được coi là có khả năng phân biệt. Ngược lại, dấu hiệu mô tả trực tiếp bản chất, đặc tính của hàng hóa, dịch vụ thường bị coi là không có khả năng phân biệt[9]. Tính phổ biến của dấu hiệu cũng là một căn cứ quan trọng để xác định khả năng phân biệt. [10].

Việc đánh giá khả năng phân biệt của nhãn hiệu còn phải xem xét đến tính độc đáo và sáng tạo trong cách thể hiện dấu hiệu. Một dấu hiệu có cách thể hiện độc đáo, sáng tạo, khác biệt so với các dấu hiệu thông thường trong cùng lĩnh vực hàng hóa, dịch vụ sẽ có nhiều khả năng được coi là có khả năng phân biệt[11].

Ngoài ra, việc kết hợp các yếu tố khác nhau trong một dấu hiệu cũng có thể tạo nên khả năng

phân biệt cho nhãn hiệu. Mặc dù mỗi yếu tố riêng lẻ có thể không có khả năng phân biệt, nhưng sự kết hợp độc đáo của chúng có thể tạo nên một tổng thể có khả năng phân biệt[12].

Trong thực tiễn xét nghiệm đơn đăng ký nhãn hiệu, việc đánh giá khả năng phân biệt còn phải xem xét đến bản chất của hàng hóa, dịch vụ mang nhãn hiệu và đối tượng người tiêu dùng mà hàng hóa, dịch vụ đó hướng tới. Một dấu hiệu có thể được coi là có khả năng phân biệt đối với một loại hàng hóa, dịch vụ nhưng lại không có khả năng phân biệt đối với loại hàng hóa, dịch vụ khác[13].

Trường hợp đặc biệt, một dấu hiệu ban đầu không có khả năng phân biệt có thể đạt được khả năng phân biệt thông qua quá trình sử dụng. Điều này được quy định tại khoản 2 Điều 74 Luật Sở hữu trí tuệ. Theo đó, dấu hiệu thuộc các trường hợp quy định tại các điểm d, đ, h, i và k khoản 1 Điều này nếu được sử dụng và thông qua quá trình sử dụng, đã trở nên có khả năng phân biệt hàng hóa, dịch vụ mang nhãn hiệu của người nộp đơn với hàng hóa, dịch vụ cùng loại của các chủ thể khác vẫn được coi là có khả năng phân biệt đối với hàng hóa, dịch vụ đó[14].

Việc chứng minh khả năng phân biệt thông qua sử dụng đòi hỏi người nộp đơn phải cung cấp các bằng chứng về việc sử dụng nhãn hiệu một cách liên tục, rộng rãi, công khai trong một thời gian đủ dài để công chúng nhận biết dấu hiệu đó như một nhãn hiệu của chủ thể cụ thể.[15].

3. Thực tiễn áp dụng quy định từ chối cấp văn bằng bảo hộ nhãn hiệu do vi phạm về khả năng phân biệt

Tại Việt Nam, có nhiều trường hợp đã bị từ chối khi chủ sở hữu nộp đơn bảo vệ nhãn hiệu. Tính theo số liệu từ năm 2020 đến năm 2022 có tổng 139.685 đơn do người Việt Nam nộp và có 58.843 bị từ chối; đơn do người nước ngoài nộp 24.870 và có 3.313 bị từ chối. Số lượng đơn bị từ chối mỗi năm tương đối cao nhưng mặt khác cũng cần phải xét đến việc quá nhiều đơn được nộp trong một năm, tỉ lệ người Việt Nam nộp đơn cáo xấp xỉ 17% so với số lượng đơn do người nước ngoài nộp. Nhưng tỉ lệ bị từ chối do

người Việt Nam nộp chiếm hơn 50%, trong khi số đơn bị từ chối do người nước ngoài nộp chỉ chiếm 25%.[16]

Số đơn được nộp hàng năm ngày càng tăng cao, nhưng thực tế ta thấy rất ít “nhãn hiệu mới” xuất hiện trên thị trường hiện nay. Lợi dụng được yếu tố “người nộp đơn đầu tiên” [17] khi có nhiều đơn đăng ký nhãn hiệu giống hoặc tương tự đến mức gây nhầm lẫn, quy tắc “ưu tiên nộp đơn” sẽ được áp dụng. Theo nguyên tắc này, quyền bảo hộ sẽ được trao cho người nộp đơn đầu tiên, tức là người có ngày nộp đơn hoặc ngày ưu tiên sớm nhất. Điều này có nghĩa là chỉ người nộp đơn trước sẽ nhận được văn bằng bảo hộ, trong khi các đơn nộp sau đó sẽ bị từ chối. Có nhiều trường hợp đăng ký nhãn hiệu với mục đích không để dùng nhãn hiệu để thực hiện hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Những người này tìm kiếm các nhãn hiệu tiềm năng chưa được bảo hộ hoặc chỉ mới đăng ký ở một số quốc gia nhất định, sau đó nhanh chóng nộp đơn đăng ký tại các quốc gia mà nhãn hiệu đó chưa được bảo hộ. Họ có thể yêu cầu chủ sở hữu phải thay đổi nhãn hiệu hoặc trả một khoản tiền lớn để được sử dụng. Nếu không đáp ứng được yêu cầu này, chủ sở hữu nhãn hiệu thực sự có thể mất cơ hội tiếp cận thị trường mới [18].

Hành vi đầu cơ nhãn hiệu tạo ra nhiều khó khăn và rủi ro cho các doanh nghiệp chân chính, đồng thời làm cho môi trường kinh doanh trở nên không lành mạnh và thiếu công bằng. Để khắc phục một phần tình trạng này thì luật có quy định văn bằng bảo hộ nhãn hiệu sẽ bị chấm dứt hiệu lực nếu nhãn hiệu không được sử dụng bởi chủ sở hữu hoặc người được chủ sở hữu cho phép trong thời hạn 5 năm liên tục trước ngày có yêu cầu chấm dứt hiệu lực, trừ trường hợp có lý do chính đáng hoặc việc sử dụng được bắt đầu lại ít nhất 3 tháng trước ngày có yêu cầu chấm dứt hiệu lực[19]. Điều này có nét tương đồng với quy định của EU khi quy định nếu trong vòng 5 năm kể từ khi đăng ký, chủ sở hữu không sử dụng nhãn hiệu đã đăng ký trong khu vực EU cho các sản phẩm hoặc dịch vụ đã đăng ký, hoặc nếu việc sử dụng bị

tạm ngừng trong 5 năm liên tiếp, nhãn hiệu được cấp văn bằng bảo hộ sẽ phải chịu các hình phạt theo quy định, trừ khi có lý do hợp lý để không sử dụng.[20] Tuy nhiên, việc này cũng phần lớn dẫn đến số đơn trong thời gian 5 năm khi nộp vào văn bị thẩm định là “không có tính phân biệt” với các nhãn hiệu được đăng ký trước đó và bị từ chối, dù có những nhãn hiệu được đăng ký trước đó nhưng không sử dụng.

4. Một số kiến nghị

Thứ nhất, Luật Sở hữu trí tuệ Việt Nam và thực tiễn áp dụng đang sử dụng nhiều thuật ngữ khác nhau khi đánh giá khả năng phân biệt của nhãn hiệu, điều này tạo ra khó khăn trong cách hiểu của cả cơ quan nhà nước có thẩm quyền và người nộp đơn. Các thuật ngữ được sử dụng có thể kể đến như “gây nhầm lẫn”, “có khả năng gây nhầm lẫn”, “tương tự đến mức gây nhầm lẫn” trong quá trình đăng ký và bảo vệ nhãn hiệu, cũng như khi giải quyết các tranh chấp liên quan đến việc hành vi xâm phạm nhãn hiệu. Ví dụ, khi đăng ký nhãn hiệu mới, đơn xin sẽ bị từ chối nếu có nguy cơ gây nhầm lẫn hoặc đánh lừa người tiêu dùng, hoặc nếu nhãn hiệu đó trùng hoặc tương tự đến mức có thể gây nhầm lẫn với nhãn hiệu đã được đăng ký cho các sản phẩm hoặc dịch vụ tương tự. Tương tự, nếu nhãn hiệu trùng hoặc tương tự đến mức có thể gây nhầm lẫn với nhãn hiệu đã được sử dụng rộng rãi và được công nhận cho các sản phẩm hoặc dịch vụ tương tự trước ngày nộp đơn hoặc ngày ưu tiên, cũng sẽ bị từ chối.

Tuy nhiên, Luật Sở hữu trí tuệ không cung cấp định nghĩa cụ thể cho “nhầm lẫn” hoặc “có khả năng gây nhầm lẫn” và cũng không có quy định rõ ràng về tiêu chuẩn pháp lý để xác định xem có sự nhầm lẫn hay không. Việc xác định liệu một nhãn hiệu có “tương đồng đến mức có thể gây nhầm lẫn” hay “không tương đồng đến mức gây nhầm lẫn” là một quyết định quan trọng, vì nó trực tiếp quyết định về việc nhãn hiệu của bạn có được chấp nhận để bảo hộ hay không. Tuy nhiên, quyết định này thường mang tính chủ quan và có nguy cơ bị áp dụng không thống nhất từ các thẩm định

viên. Từ đó, cần có quy định mang tính định tính hơn để xác định về yếu tố “nhầm lẫn”. Khi một nhãn hiệu gây nhầm lẫn, nó có thể làm cho người tiêu dùng hoặc khách hàng nhầm lẫn về nguồn gốc, xuất xứ, tính chất hoặc chất lượng của sản phẩm hoặc dịch vụ. Có một số yếu tố gây ra sự nhầm lẫn trong nhãn hiệu như sự tương đồng trong yếu tố cấu thành, sự tương tự và liên quan trong lĩnh vực kinh doanh và cuối cùng là mục đích gây nhầm lẫn. Nhãn hiệu có thiết kế, âm thanh, chữ viết hoặc phát âm tương tự đến mức người tiêu dùng có thể nhầm lẫn giữa các nhãn hiệu khác nhau. Nhãn hiệu gây nhầm lẫn có thể xuất hiện trong cùng một ngành nghề hoặc lĩnh vực kinh doanh, làm cho người tiêu dùng khó phân biệt giữa các sản phẩm hoặc dịch vụ tương tự. Điều này còn thể hiện ở mối liên hệ gần gũi với một nhãn hiệu nổi tiếng, phổ biến hoặc đáng tin cậy khác, khiến người tiêu dùng nhầm lẫn nó có liên quan đến nhãn hiệu đó. Về mục đích nhầm lẫn, trong một số trường hợp, người sở hữu nhãn hiệu có thể tạo ra sự nhầm lẫn với mục đích cố ý để lợi dụng danh tiếng hoặc sự nhận diện của một nhãn hiệu khác, hoặc để cản trở đối thủ cạnh tranh[22]. Sự nhầm lẫn trong nhãn hiệu có thể gây hại cho người tiêu dùng, gây mất lòng tin và ảnh hưởng đến quyền lợi của các doanh nghiệp. Do đó, để đảm bảo công bằng và bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ, pháp luật sở hữu trí tuệ có quy định về việc từ chối hoặc hủy bỏ nhãn hiệu gây nhầm lẫn.

Thứ hai, nhóm tác giả cho rằng, trong trường hợp các thành phần của một dấu hiệu, nếu được xem riêng lẻ, không có khả năng phân biệt, nhưng khi kết hợp lại với nhau thành một tổng thể có thể phân biệt được, vẫn có thể được bảo hộ như một nhãn hiệu. Điều kiện bảo hộ trong trường hợp này thể hiện ở sự độc đáo về mặt tổng thể, miễn là tổng thể đó đáp ứng các yêu cầu cần thiết mà không yêu cầu rằng mỗi thành phần riêng lẻ của nhãn hiệu đều phải có khả năng phân biệt.

Thứ ba, để đạt được hiệu quả khi tiến hành nộp đơn xin cấp văn bằng bảo hộ nhãn hiệu, các cá nhân, tổ chức cần biết trước được nhãn hiệu của

mình có các yếu tố vi phạm tại Điều 74 Luật Sở hữu trí tuệ hay không. Việc này có thể được thực hiện bằng cách tra cứu nhãn hiệu trước khi đăng ký. Trước khi nộp đơn đăng ký bảo hộ, họ có thể thực hiện tra cứu để đánh giá khả năng được cấp bảo hộ và loại trừ đối chứng với các nhãn hiệu đã được đăng ký. Tuy nhiên, việc tra cứu này thường bị hạn chế về số lượng bản ghi hiển thị, dẫn đến khả năng không thể nhận diện hết các nhãn hiệu trùng, tương tự với nhãn hiệu mà họ định đăng ký. Ngoài ra, người tra cứu cũng không thể truy cập được những

nhãn hiệu vừa mới nộp đơn đăng ký mà chưa được công bố trên báo Cục Sở hữu trí tuệ. Do đó, mặc dù đã thực hiện tra cứu trước khi đăng ký bảo hộ, tỷ lệ nhãn hiệu bị từ chối vì “xung đột” với các nhãn hiệu đã đăng ký trước đó vẫn rất cao. Để khắc phục được tình trạng này cần có sự phối hợp giữa các cơ quan có thẩm quyền tiếp nhận, quản lý hồ sơ. Kịp thời cập nhật tình trạng hồ sơ được duyệt lên cổng thông tin chung để doanh nghiệp có thể tra cứu, đánh giá và hoàn thiện nhãn hiệu theo đúng quy định pháp luật ■

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN VÀ THAM KHẢO:

1. Quốc hội Nước CHXHCN Việt Nam (2022). Luật Sở hữu trí tuệ, Khoản 2 Điều 74.
2. Quốc hội Nước CHXHCN Việt Nam (2022). Luật Sở hữu trí tuệ, Khoản 2 Điều 73.
3. Bộ Khoa học và Công nghệ (2007). Khoản 2 Điều 39 Thông tư số 01/2007/TT-BKHCN.
4. Quốc hội Nước CHXHCN Việt Nam (2022). Luật Sở hữu trí tuệ, Khoản 5 Điều 73.
5. Quốc hội Nước CHXHCN Việt Nam (2022). Luật Sở hữu trí tuệ, Khoản 4 Điều 73.
6. Quốc hội Nước CHXHCN Việt Nam (2022). Luật Sở hữu trí tuệ, Khoản 1 Điều 72.
7. Quốc hội Nước CHXHCN Việt Nam (2022). Luật Sở hữu trí tuệ, Khoản 2 Điều 74.
8. Bộ Khoa học và Công nghệ (2007). Thông tư số 01/2007/TT-BKHCN, Khoản 1 Điều 39.
9. Bộ Khoa học và Công nghệ (2007). Thông tư số 01/2007/TT-BKHCN, Điểm c Khoản 2 Điều 39.
10. Quốc hội Nước CHXHCN Việt Nam (2022). Luật Sở hữu trí tuệ, Điểm c Khoản 2 Điều 74.
11. Bộ Khoa học và Công nghệ (2007). Thông tư số 01/2007/TT-BKHCN, Khoản 3 Điều 39.
12. Bộ Khoa học và Công nghệ (2007). Thông tư số 01/2007/TT-BKHCN, Điều 39, khoản 4, trang 29.
13. Cục Sở hữu trí tuệ (2008). Quyết định số 2008/QĐ-SHTT ngày 15/9/2008 của Cục trưởng Cục Sở hữu trí tuệ về việc ban hành Quy chế xét nghiệm đơn đăng ký nhãn hiệu, Phần II, mục 39.2, trang 25.
14. Quốc hội (2005). Luật Sở hữu trí tuệ năm 2005 (sửa đổi, bổ sung năm 2009, 2019). Điều 74, khoản 2.
15. Cục Sở hữu trí tuệ (2008). Quyết định số 2008/QĐ-SHTT ngày 15/9/2008 của Cục trưởng Cục Sở hữu trí tuệ về việc ban hành Quy chế xét nghiệm đơn đăng ký nhãn hiệu, Phần II, mục 39.5, trang 27-28.
16. Hiệp định về các khía cạnh liên quan đến thương mại của quyền sở hữu trí tuệ (TRIPS), Điều 15, khoản 1.
17. Cục Sở hữu trí tuệ (2022). Số liệu thống kê phục vụ Báo cáo thường niên hoạt động sở hữu trí tuệ năm 2022. Truy cập tại: https://www.ipvietnam.gov.vn/web/guest/bao-cao-hang-nam/-/asset_publisher/vTLYJq8Ak7Gm/content/solicuthongkeshtt2022?inheritRedirect=false&redirect=https%3A%2F%2Fwww.ipvietnam.gov.vn%2Fweb%2Fguest%2Fbao-cao-hang-nam%3Fp_id%3D101_INSTANCE_vTLYJq8Ak7Gm%26p_p_lifecycle%3D0%26p_p_state%3Dnormal%26p_p_mode%3Dview%26p_p_col_id%3Dcolumn-1%26p_p_col_count%3D1.
18. Quốc hội Nước CHXHCN Việt Nam (2022). Luật Sở hữu trí tuệ, Khoản 2 Điều 90.
19. Quốc hội Nước CHXHCN Việt Nam (2022). Luật Sở hữu trí tuệ, Điểm b Khoản 1 Điều 117.
20. Quốc hội Nước CHXHCN Việt Nam (2022). Luật Sở hữu trí tuệ, Điểm d Khoản 1 Điều 95.

21. Council Regulation (EC) No 207/2009 of 26 February 2009 on the Community trade mark. Available at: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2009/207/oj>

22. Jeremy Phillips và Ilanah Simon Fhima (2017). Trade Mark Law: A Practical Anatomy, Oxford University Press, 50.

Ngày nhận bài: 9/6/2024

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 22/6/2024

Ngày chấp nhận đăng bài: 11/7/2024

Thông tin tác giả:

1. TS. NGUYỄN PHƯƠNG THẢO¹

2. ThS. LS. VÕ DUY TUYẾN²

¹Trường Đại học Luật Thành phố Hồ Chí Minh

²Công ty Luật Sở hữu trí tuệ Việt Mỹ

TRADEMARK REFUSAL DUE TO VIOLATION OF DISTINCTIVENESS

● PhD. **NGUYEN PHUONG THAO¹**

● Lawyer, Master. **VO DUY TUYEN²**

¹Ho Chi Minh City University of Law

²Viet My Intellectual Property Law Firm

ABSTRACT:

A trademark is an identification mark of goods belonging to a business, distinguishing them from those of competitors. Not all symbols or signs can be valid trademarks; there are criteria that a mark must meet for trademark protection. Marks that cannot distinguish goods or services cannot be registered, which is a common reason for refusal. This article will analyze specific legal regulations in Vietnam regarding refusal of trademark protection due to lack of distinctiveness, linking this analysis to practical implications in Vietnam to identify limitations and propose recommendations to the Vietnamese legal system.

Keywords: the Law on Intellectual Property, trademarks, refusal of trademark registration, distinctiveness.