

Chống hàng giả và dấu cơ nhãn hiệu tại Việt Nam – Góc nhìn từ vụ Foellie

Số liệu thống kê mới nhất của Bộ Kế hoạch đầu tư cho thấy Hàn Quốc là nhà đầu tư nước ngoài lớn nhất tại Việt Nam vào năm 2022 xét cả về số vốn đăng ký và số dự án đầu tư với gần 9.500 dự án và hơn 80 tỷ USD. Điều này cho thấy niềm tin rất lớn từ các nhà đầu tư Hàn Quốc vào thị trường Việt Nam. Tuy nhiên, niềm tin này đang bị đe dọa bởi một xu hướng đáng lo ngại: sự gia tăng của các sản phẩm giả và tình trạng dấu cơ nhãn hiệu.

Trước thực trạng này, Cơ quan Xúc tiến Thương mại – Đầu tư Hàn Quốc – KOTRA – đã tổ chức Hội thảo với chủ đề “*Thực trạng và Giải pháp nhận diện hàng giả, vi phạm sở hữu trí tuệ từ góc nhìn doanh nghiệp Hàn Quốc*”. Cùng với bốn đại diện khác của Việt Nam, KENFOX đã vinh dự được ban tổ chức mời để có bài thuyết trình trước các doanh nghiệp Hàn Quốc và các cơ quan chức năng như: Tổng Cục Quản lý thị trường (QLTT), Tổng Cục Hải Quan, Cục Sở hữu Trí tuệ. Đồng thời, để giúp công chúng và người tiêu dùng phân biệt được hàng thật – hàng giả, Tổng Cục QLTT đã tổ chức triển lãm phân biệt hàng thật hàng giả tại Hà Nội.

Trả lời câu hỏi của truyền hình VTV1 về việc đầu là giải pháp căn cơ để ngăn chặn hàng nhái, hàng giả và xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ (SHTT) tại Việt Nam, ông Quân cho biết:

Nước hoa vùng kín Foellie

FOELLIE là tên của một thương hiệu nước hoa vùng kín đến từ Hàn Quốc, được nghiên cứu, phát triển và sản xuất bởi Công ty Laorganic – một công ty đã dành rất nhiều thời gian và tâm huyết vào việc nghiên cứu và tạo ra sản phẩm nước hoa vùng kín dùng cho phụ nữ.

An toàn cho sức khỏe của phái đẹp, mang lại sự tự tin và trải nghiệm người dùng chính là những yếu tố tạo nên chất lượng sản phẩm của nước hoa vùng kín Foellie. Chính vì vậy, không chỉ được ưa chuộng tại Hàn Quốc, các sản phẩm Foellie đã được xuất khẩu sang các thị trường khó tính như: Hoa Kỳ, Malaysia, Myanma, Nhật Bản và Thái Lan.

Từ năm 2018, các sản phẩm nước hoa vùng kín Foellie bắt đầu bước chân vào thị trường Việt Nam.

Hàng giả thương hiệu Foellie: sản phẩm càng có uy tín, danh tiếng, thì càng dễ bị làm giả

Các sản phẩm Hàn Quốc được yêu chuộng tại Việt Nam không chỉ bởi kiểu dáng, mẫu mã đẹp, mà quan trọng hơn, giá cả phù hợp và chất lượng tốt. Một xu hướng phổ biến hiện nay là các sản phẩm Hàn Quốc càng được người Việt Nam yêu mến, tin dùng, thì vấn nạn hàng giả, hàng xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ cũng càng trở nên nghiêm trọng và nhức nhối hơn. Nước hoa vùng kín Foellie cũng không phải là ngoại lệ. Các sản phẩm nước hoa vùng kín Foellie được làm giả vô cùng tinh vi, gần như người tiêu dùng không thể phân biệt bằng mắt thường. Sự phổ biến của nước hoa vùng kín thương hiệu Foellie đã thúc đẩy sự xuất hiện hàng giả và hàng nhái tràn ngập trên thị trường.

Những sản phẩm giả này không chỉ được bày bán tại các cửa hàng thông thường, mà còn được quảng cáo để bán thông qua các kênh bán hàng trực tuyến và sàn thương mại điện tử.

Đầu cơ nhãn hiệu tại Việt Nam

Đầu cơ nhãn hiệu hay đánh cắp tài sản trí tuệ của doanh nghiệp nước ngoài đã trở thành một xu hướng tiêu cực và nguy hiểm ở Việt Nam. Xu hướng này không chỉ cản trở nỗ lực thu hút đầu tư nước ngoài, mà còn tác động trực tiếp đến doanh nghiệp nước ngoài và người tiêu dùng trong nước.

Nhãn hiệu “Foellie” của Công ty Laorganic cũng rơi vào vòng xoáy này. Công ty Laorganic khá bất ngờ phát hiện một số cá nhân đã nhanh tay nộp đơn đăng ký nhãn hiệu “Foellie” cho các sản phẩm mỹ phẩm tại Cục Sở hữu trí tuệ Việt Nam.

Theo ủy quyền từ LAORGANIC, KENFOX IP & Law Office đã nộp đơn phản đối đơn đăng ký nhãn hiệu này dựa trên 4 cơ sở: (i) LAORGANIC là chủ sở hữu đích thực của nhãn hiệu Foellie; (ii) Nhãn hiệu FOELLIE của chủ đơn người Việt Nam tương tự gây nhầm lẫn với nhãn hiệu của LAORGANIC; (iii) Đơn đăng ký nhãn hiệu Foellie được nộp trên cơ sở không trung thực, với dụng ý xấu và (iv) Việc nộp

đơn đăng ký nhãn hiệu nhằm trục lợi bất chính và ảnh hưởng đến uy tín, công việc kinh doanh của chủ sở hữu đích thực là Công ty Laorganic.

Chống hàng giả và đầu cơ nhãn hiệu: Cần chiến lược bảo hộ toàn diện

Trong bối cảnh nhãn hiệu chưa được bảo hộ tại Việt Nam, và thậm chí còn bị bên thứ ba đăng ký chiếm giữ, ứng phó với tình trạng hàng giả, hàng xâm phạm quyền SHTT được quảng cáo, chào bán tràn lan là thách thức không đơn giản. KENFOX IP & Law Office đã tư vấn cho Laorganic thực hiện một loạt các biện pháp chiến lược để ngăn chặn hiệu quả việc sản xuất và tiêu thụ hàng giả và bảo vệ quyền nhãn hiệu của họ. Dưới góc độ này, các chủ thể quyền đang phải đối mặt với tình trạng tương tự cũng có thể cân nhắc áp dụng các hành động phù hợp để bảo hộ tài sản trí tuệ của họ tại Việt Nam một cách phù hợp và hiệu quả.

Thứ nhất, nếu nhãn hiệu (logo) có thể đáp ứng các tiêu chí để bảo hộ quyền tác giả, ngoài việc đăng ký nhãn hiệu, chủ thể quyền có thể cân nhắc đăng ký nhãn hiệu/logo đó dưới dạng tác phẩm mỹ thuật ứng dụng tại Cục Bản quyền tác giả. Đăng ký quyền tác giả không thay thế cho việc đăng ký nhãn hiệu, nhưng nó có thể củng cố vị thế của chủ thể quyền và tăng cường bảo hộ, tạo thêm lớp bảo hộ bổ sung cho nhãn hiệu, đặc biệt, khi thời gian thẩm định nhãn hiệu thường bị kéo dài từ 1-2 năm, thậm chí lâu hơn. Laorganic đã làm như vậy đối với bộ logo của họ. Sau khi xem xét kỹ lưỡng, Cục Bản quyền tác giả Việt Nam đã cấp Giấy chứng nhận đăng ký bản quyền cho Công ty Laorganic, điều này có nghĩa rằng, logo Foellie đáp ứng các tiêu chí bảo vệ bản quyền về tính độc đáo, sáng tạo và được bảo hộ theo pháp luật Việt Nam.

Thứ hai, yêu cầu giám định xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ tại Trung tâm Giám định Quyền tác giả và Quyền liên quan. Nếu chủ thể quyền đã được cấp Giấy chứng nhận đăng ký quyền tác giả do Cục Bản quyền tác giả Việt Nam cấp, và nghi ngờ bên thứ ba thực hiện hành vi xâm phạm bản quyền, họ có quyền yêu cầu giám định, đánh giá xâm phạm quyền tác giả từ Trung tâm giám định Quyền tác giả, Quyền liên quan. Đánh giá này có thể xác định liệu tác phẩm bị nghi ngờ có cấu thành hành vi vi phạm bản quyền hay không. Nếu kết luận giám định thuận lợi, chủ thể quyền có thể nộp Đơn kiến nghị lên cơ quan thực thi pháp luật của Việt Nam để yêu cầu xử lý hành vi vi phạm.

Thứ ba, liên quan đến các sản phẩm được quảng cáo và bán trên nền tảng thương mại điện tử, chủ thể quyền có thể ủy quyền cho công ty chúng tôi, KENFOX IP & Law Office, gửi thư cảnh báo tới chủ sở hữu của các nền tảng này. Thư cảnh báo của chúng tôi yêu cầu các chủ sàn giao dịch thương mại điện tử xóa các cửa hàng trực tuyến và các liên kết đến các sản phẩm vi phạm quyền sở hữu trí tuệ. Trọng vụ Foellie thì, theo yêu cầu của KENFOX, Lazada đã hợp tác gỡ bỏ gần 2.000 link dẫn đến các cửa hàng trực tuyến chào bán sản phẩm vi phạm quyền sở hữu trí tuệ.

Lời kết

Hàng giả và đầu cơ nhãn hiệu đang trở thành xu hướng nguy hiểm, gia tăng và tinh vi, làm xói mòn lòng tin vào cơ chế bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ. Ông Nguyễn Vũ Quân, đại diện của KENFOX IP & Law Office nhấn mạnh:

Chống hàng giả và đầu cơ nhãn hiệu là cuộc chiến không có hồi kết, đầy khó khăn và thách thức, nhưng không phải không có giải pháp để xử lý. Trong bối cảnh trình trạng xâm phạm quyền SHTT ngày càng phức tạp, tinh vi, ngoài việc chuẩn bị đầy đủ nguồn lực, chủ thể quyền nên phối hợp chặt chẽ với các đại diện SHTT, luật sư SHTT có chuyên môn và kinh nghiệm thực tế sâu rộng, am hiểu sâu sắc về SHTT để đồng hành, xây dựng chiến lược bảo hộ và thực thi quyền SHTT một cách hệ thống, toàn diện, giảm thiểu rủi ro và xử lý các hành vi xâm phạm quyền SHTT một cách hiệu quả.

**By Nguyen Vu QUAN
Partner & IP Attorney**

Contact

KENFOX IP & Law Office

Building No. 6, Lane 12/93, Chinh Kinh Street, Nhan Chinh Ward, Thanh Xuan District, Hanoi, Vietnam

Tel: +84 24 3724 5656

Email: info@kenfoxlaw.com / kenfox@kenfoxlaw.com