

Lợi Dụng Uy Tín, Danh Tiếng Của Chủ Nhãn Hiệu Đích Thực: Chứng Minh Thế Nào?

Việc chứng minh rằng bên thứ ba đã lợi dụng danh tiếng, uy tín của chủ nhãn hiệu đích thực không đơn giản, đòi hỏi cách tiếp cận toàn diện nhằm thu thập và khai thác hiệu quả các chứng cứ trong các vụ tranh chấp quyền nhãn hiệu, đặc biệt là các vụ việc nhãn hiệu bị đăng ký với dụng ý xấu. KENFOX IP & Law Office cung cấp hướng dẫn theo các bước dưới đây để giúp chủ sở hữu nhãn hiệu đích thực trong việc chứng minh hành vi lợi dụng uy tín, danh tiếng đối với nhãn hiệu của mình.

Bước 1: Chứng minh danh tiếng và sự công nhận đối với nhãn hiệu

- *Tài liệu về việc sử dụng nhãn hiệu:* Chủ nhãn hiệu đích thực cần cung cấp các tài liệu cho thấy việc sử dụng nhãn hiệu của mình trong thương mại, bao gồm tài liệu tiếp thị, dữ liệu bán hàng và chi phí quảng cáo theo thời gian.
- *Khảo sát thị trường:* Thực hiện hoặc thu thập các khảo sát người tiêu dùng hiện có để chứng minh mức độ nhận biết và liên kết tích cực của người tiêu dùng với nhãn hiệu của chủ nhãn hiệu đích thực.
- *Truyền thông:* Các bài báo, bản tin và nội dung truyền thông khác làm nổi bật sự hiện diện và công nhận đối với nhãn hiệu trên thị trường liên quan.
- *Giải thưởng và sự công nhận:* Bao gồm mọi giải thưởng hoặc sự công nhận mà nhãn hiệu đã đạt được góp phần tạo nên danh tiếng cho nhãn hiệu đó.

Bước 2: Chứng minh sự tương tự giữa các nhãn hiệu

- *So sánh trực quan:* Đưa ra so sánh song song giữa các nhãn hiệu để làm nổi bật những điểm tương đồng về cấu trúc, cách phát âm, ý nghĩa và cách trình bày của các nhãn hiệu.
- *Ý kiến chuyên gia:* Yêu cầu giám định tại [Viện Khoa học Sở hữu Trí tuệ](#) về sự tương tự giữa các nhãn hiệu và khả năng gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng.

Bước 3: Chứng minh sự nhận biết của bên thứ ba về nhãn hiệu

- *Cùng ngành nghề, lĩnh vực:* Bằng chứng cho thấy cả người nộp đơn và chủ nhãn hiệu đích thực hoạt động trong cùng một ngành nghề, lĩnh vực và cùng tham gia vào các triển lãm thương mại, hội nghị hoặc thị trường để lập luận rằng bên thứ ba có thể đã biết về nhãn hiệu của chủ nhãn hiệu đích thực.
- *Tương tác trước đây:* Nếu có bất kỳ tương tác nào trước đó (giao tiếp, giao dịch kinh doanh, tranh chấp) tồn tại giữa người nộp đơn và chủ nhãn hiệu đích thực, thì những tài liệu này có thể chứng minh chủ đơn đã biết đến sự tồn tại trước đó của nhãn hiệu.

Bước 4: Chứng minh ý định lừa dối hoặc lợi dụng thương hiệu đã có uy tín

- *Mục đích trực tiếp:* Bất kỳ thông tin trực tiếp nào từ người nộp đơn cho thấy ý định lợi dụng sự hiện diện đã được thiết lập trên thị trường của nhãn hiệu.
- *Lợi ích kinh tế:* Cung cấp các phân tích để làm rõ hành động của người nộp đơn có thể được thúc đẩy bởi mong muốn hưởng lợi từ danh tiếng đã được khẳng định của nhãn hiệu.
- *Chiến lược thâm nhập thị trường:* Tài liệu hoặc phân tích cho thấy chiến lược thị trường của người nộp đơn được thiết kế để bắt chước theo sự thành công của nhãn hiệu của chủ nhãn hiệu đích thực.

Bước 5: Bằng chứng về sự nhầm lẫn thực tế của người tiêu dùng

- *Khiếu nại của người tiêu dùng:* Thu thập sự xác nhận hoặc khiếu nại từ người tiêu dùng bị nhầm lẫn hoặc bị đánh lừa bởi sự giống nhau giữa các nhãn hiệu.
- *Các trường hợp nhầm lẫn:* Trường hợp người tiêu dùng hoặc nhà cung cấp nhầm lẫn sản phẩm/dịch vụ của người nộp đơn với sản phẩm/dịch vụ của chủ sở hữu nhãn hiệu chính hãng.

Bước 6: Phân tích tác động đến chủ sở hữu nhãn hiệu đích thực

- *Phân tích tác động đến doanh số bán hàng:* Cung cấp dữ liệu về mọi tổn thất về doanh số bán hàng, thị phần hoặc cơ hội kinh doanh do người nộp đơn sử dụng nhãn hiệu tương tự.
- *Khả năng lu mờ thương hiệu:* Bằng chứng cho thấy giá trị hoặc nhận thức về nhãn hiệu của chủ nhãn hiệu đích thực đã bị lu mờ do hành động của người nộp đơn.

Lời kết

Hướng dẫn sáu bước nêu trên cung cấp cách tiếp cận toàn diện cho chủ sở hữu nhãn hiệu đích thực trong việc chứng minh rằng bên thứ ba đã lợi dụng danh tiếng, uy tín của nhãn hiệu. Để thành công trong các vụ tranh chấp nhãn hiệu liên quan đến “dụng ý xấu”, chủ nhãn hiệu đích thực cần cung cấp các tài liệu chứng minh danh tiếng, sự công nhận của công chúng liên quan đến nhãn hiệu, chứng minh sự tương tự giữa các nhãn hiệu, sự nhận biết của người nộp đơn, ý định lừa dối hoặc trục lợi về mặt kinh tế của họ, các chứng cứ về sự nhầm lẫn thực tế của người tiêu dùng.

Hãy liên hệ với KENFOX IP & Law Office để được tư vấn chuyên sâu và hỗ trợ giải quyết các vấn đề phức tạp liên quan đến sở hữu trí tuệ, đặc biệt là các trường hợp đăng ký nhãn hiệu có dụng ý xấu tại Việt Nam. Với với kinh nghiệm thực tế sâu rộng và đã thành công trong việc giải quyết nhiều vụ tranh chấp nhãn hiệu, cả theo thủ tục hành chính và [tổ tụng tại tòa án](#), KENFOX sẵn sàng đồng hành cùng bạn để bảo vệ quyền lợi của bạn một cách hiệu quả nhất.

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