

Làm thế nào để khiếu nại thành công từ chối bảo hộ nhãn hiệu tại Campuchia? 6 câu hỏi bạn cần biết

Đơn đăng ký Nhãn hiệu Quốc tế chỉ định bảo hộ tại Campuchia của bạn vừa bị từ chối bảo hộ? Bạn đang lo lắng về những rủi ro tiềm ẩn và không biết phải làm gì tiếp theo? Thông báo từ chối tạm thời bảo hộ nhãn hiệu tại Campuchia có thể gây nguy hại cho chiến lược mở rộng toàn cầu cho thương hiệu của bạn. Tuy nhiên, nó tuyệt nhiên không phải là dấu chấm hết. Từ chối bảo hộ nhãn hiệu tại Campuchia không đồng nghĩa với việc bạn phải từ bỏ thị trường này. Với kinh nghiệm chuyên sâu về sở hữu trí tuệ, KENFOX IP & Law Office sẽ cung cấp phân tích về sáu câu hỏi quan trọng nhằm cung cấp giúp bạn hiểu rõ các vấn đề pháp lý, xây dựng chiến lược phù hợp, và đảm bảo thương hiệu của bạn được bảo hộ một cách toàn diện.

1. Thông báo từ chối tạm thời trong quy trình đăng ký nhãn hiệu tại Campuchia là gì? Đơn nhãn hiệu tại Campuchia bị từ chối trên các cơ sở nào?

Trong quy trình đăng ký [nhãn hiệu](#) Campuchia, Thông báo từ chối tạm thời (Provisional Refusal) là thông báo ban đầu của Cục Sở hữu Trí tuệ Campuchia (**Cục SHTT**) từ chối việc đăng ký nhãn hiệu. Thông báo từ chối này không phải là quyết định cuối cùng và có thể được khắc phục thông qua quy trình phúc đáp hoặc khiếu nại.

Các căn cứ từ chối tạm thời bảo hộ nhãn hiệu tại Campuchia:

Thông báo từ chối tạm thời bảo hộ nhãn hiệu tại Campuchia có thể được đưa ra dựa trên một số căn cứ pháp lý nêu tại “**Luật nhãn hiệu, tên thương mại và chống cạnh tranh không lành mạnh**” của Campuchia, được phân loại thành các căn cứ tuyệt đối và căn cứ tương đối:

[i] Các căn cứ tuyệt đối:

- *Thiếu tính phân biệt (Điều 4(a))*: Nhãn hiệu được coi là quá chung chung, [mang tính mô tả](#), hoặc không có khả năng phân biệt hàng hóa hoặc dịch vụ của một doanh nghiệp với hàng hóa hoặc dịch vụ của các doanh nghiệp khác.
- *Gây hiểu nhầm (Điều 4(c))*: Nhãn hiệu gây hiểu nhầm hoặc lừa dối về bản chất, chất lượng hoặc nguồn gốc địa lý của hàng hóa hoặc dịch vụ.
- *Trái với trật tự công cộng hoặc đạo đức (Điều 4(b))*: Nhãn hiệu bị coi là phản cảm, trái đạo đức hoặc trái với chính sách công.

[ii] Các căn cứ tương đối:

- *Tương tự gây nhầm lẫn với nhãn hiệu đã đăng ký trước (Điều 4(g))*: Nhãn hiệu tương tự với một nhãn hiệu đã được đăng ký hoặc đã được nộp đơn sớm hơn cho các hàng hóa hoặc dịch vụ tương tự, và có khả năng gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng. Cục SHTT sẽ đánh giá sự tương đồng dựa trên các khía cạnh thị giác, ngữ âm và ý nghĩa của nhãn hiệu, cũng như bản chất của hàng hóa/dịch vụ.
- *Trùng hoặc tương tự với nhãn hiệu nổi tiếng (Điều 4(e))*: Nhãn hiệu trùng hoặc tương tự với một nhãn hiệu nổi tiếng, ngay cả đối với các hàng hóa hoặc dịch vụ không tương tự, và việc sử dụng nhãn hiệu đó sẽ [lợi dụng](#) không chính đáng hoặc gây phương hại đến uy tín của nhãn hiệu nổi tiếng.

Các lưu ý khác:

- Cục SHTT cũng có thể đưa ra quyết định từ chối tạm thời nếu đơn đăng ký nhãn hiệu có lỗi hoặc thiếu sót cần được sửa chữa.
- Cục SHTT có thể yêu cầu người nộp đơn từ bỏ quyền độc quyền đối với một số yếu tố của nhãn hiệu được coi là mang tính mô tả hoặc chung chung.

Điều quan trọng cần hiểu rằng thông báo từ chối tạm thời không phải là dấu chấm hết. Chủ đơn vẫn có cơ hội để phúc đáp lại thông báo từ chối, đưa ra các lập luận và bằng chứng thuyết phục để vượt qua các từ chối của Cục SHTT.

2. Sự tương tự giữa các nhãn hiệu được đánh giá như thế nào tại Campuchia?

Cục SHTT Campuchia đánh giá sự **tương tự** giữa các nhãn hiệu bằng cách tiếp cận đa chiều, xem xét các tiêu chí khác nhau để xác định liệu có khả năng gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng hay không. Mặc dù không có một bộ quy tắc nào được nêu rõ ràng, nhưng các yếu tố sau đây thường đóng vai trò quan trọng trong quá trình thẩm định nhãn hiệu:

Hình thức thể hiện nhãn hiệu:

- Cục SHTT kiểm tra sự tương tự tổng thể về hình thức của các nhãn hiệu, bao gồm việc sử dụng phông chữ, màu sắc, thiết kế hoặc các yếu tố thị giác tương tự.
- Ngay cả những khác biệt nhỏ về hình thức cũng có thể không đủ để tránh bị coi là tương tự nếu ấn tượng tổng thể là giống nhau.

Cách phát âm nhãn hiệu:

- Cục SHTT xem xét cách phát âm của các nhãn hiệu.
- Cục SHTT sẽ xem xét sự tương đồng về âm tiết, âm thanh và cách phát âm tổng thể.
- Cách phát âm tương tự có thể góp phần tạo nên khả năng gây nhầm lẫn, đặc biệt nếu hàng hóa hoặc dịch vụ được tiếp thị bằng lời nói.

Ý nghĩa nhãn hiệu:

- Cục SHTT xem xét ý nghĩa hoặc ý tưởng được truyền tải bởi các nhãn hiệu. Cục SHTT sẽ xem xét liệu các nhãn hiệu có gợi lên những khái niệm hoặc liên tưởng tương tự trong tâm trí người tiêu dùng hay không.
- Ngay cả khi các nhãn hiệu nhìn hoặc phát âm khác nhau, chúng vẫn có thể được coi là tương tự nếu chúng gợi lên cùng một ý tưởng hoặc khái niệm trong tâm trí người tiêu dùng.

Bản chất của hàng hóa hoặc dịch vụ mang nhãn hiệu:

- Cục SHTT xem xét sự tương tự của hàng hóa hoặc dịch vụ liên quan đến các nhãn hiệu.
- Các nhãn hiệu cho hàng hóa/dịch vụ tương tự hoặc liên quan có nhiều khả năng được coi là gây nhầm lẫn.

Đối tượng người tiêu dùng mục tiêu:

- Cục SHTT xem xét mức độ chú ý và sự tinh tế của người tiêu dùng trung bình đối với hàng hóa hoặc dịch vụ.
- Các nhãn hiệu nhắm vào các nhóm người tiêu dùng tương tự có nhiều khả năng được coi là gây nhầm lẫn.

Ấn tượng tổng thể:

- Cục SHTT xem xét ấn tượng tổng thể do các nhãn hiệu tạo ra, cân nhắc tất cả các yếu tố cùng nhau.
- Ngay cả khi các nhãn hiệu có sự khác biệt ở một số khía cạnh, ấn tượng tổng thể vẫn có thể tương tự, dẫn đến kết luận về sự nhầm lẫn.

Ngoài các tiêu chí này, Cục SHTT cũng có thể xem xét các yếu tố khác như **mức độ phân biệt của nhãn hiệu đối chứng**, mức độ sử dụng và danh tiếng của nhãn hiệu đối chứng, và bất kỳ bằng chứng thực tế nào về sự gây nhầm lẫn trên thị trường.

Điều quan trọng cần lưu ý là đánh giá của Cục SHTT là một vấn đề mang tính chủ quan, và không có gì đảm bảo rằng một nhãn hiệu cụ thể sẽ được coi là tương tự hoặc khác biệt so với một nhãn hiệu có trước. Tuy nhiên, bằng cách hiểu các tiêu chí thẩm định được Cục SHTT sử dụng, bạn có thể đánh giá tốt hơn nguy cơ nhãn hiệu của mình có bị coi là tương tự gây nhầm lẫn với các nhãn hiệu hiện có hay không và xây dựng các chiến lược để giảm thiểu rủi ro này.

Trong trường hợp từ chối nhãn hiệu "**CrossLeader**" của DOUBLESTAR, ban đầu Cục SHTT tập trung vào sự tương tự về mặt hình thức thể hiện và ý nghĩa nhãn hiệu giữa "CrossLeader" và "CROSS", đặc biệt là yếu tố chung "Cross". Tuy nhiên, KENFOX đã lập luận thành công rằng "cross" là một thành phần yếu (*có khả năng phân biệt tự thân thấp*) trong Nhóm 12 do đã **sử dụng rộng rãi** trong các nhãn hiệu của các chủ sở hữu nhãn hiệu khác nhau, và ấn tượng tổng thể của hai nhãn hiệu là có sự khác

biệt do nhãn hiệu xin đăng ký có thành phần "Leader" và các yếu tố đặc trưng khác. Điều này cho thấy tầm quan trọng của cách tiếp cận toàn diện trong việc đánh giá sự tương tự, xem xét tất cả các yếu tố liên quan và đưa ra lập luận thuyết phục để đệ trình tới Cục SHTT.

3. Việc sử dụng các yếu tố phổ biến hoặc chung chung (như từ "CROSS") trong nhãn hiệu có làm giảm khả năng đăng ký nhãn hiệu đó tại Campuchia không? Nếu có, ảnh hưởng cụ thể như thế nào?

Việc sử dụng các yếu tố phổ biến hoặc chung chung trong nhãn hiệu, như từ "CROSS" trong trường hợp đã đề cập (CrossLeader), có thể ảnh hưởng đáng kể đến khả năng đăng ký nhãn hiệu tại Campuchia theo các cách sau:

- **Tính phân biệt yếu:**

Tính phân biệt của nhãn hiệu là khả năng của nhãn hiệu giúp người tiêu dùng phân biệt được hàng hóa, dịch vụ của một doanh nghiệp với hàng hóa, dịch vụ của các doanh nghiệp khác. Một nhãn hiệu có **tính phân biệt cao** sẽ giúp người tiêu dùng dễ dàng nhận diện và ghi nhớ thương hiệu, từ đó tạo dựng lòng tin và thúc đẩy quyết định mua hàng.

Các yếu tố phổ biến hoặc chung chung, theo bản chất của chúng, thiếu tính phân biệt vốn có (*không có khả năng phân biệt tự thân*). Chúng là những từ hoặc biểu tượng được sử dụng rộng rãi và được hiểu là mô tả sản phẩm hoặc các đặc tính của nó. Người tiêu dùng sẽ khó liên kết nhãn hiệu chứa các yếu tố này với một thương hiệu cụ thể. Ví dụ, nếu nhiều sản phẩm xe máy đều sử dụng từ "CROSS" trong nhãn hiệu, người tiêu dùng sẽ khó phân biệt được sản phẩm thuộc về nhà sản xuất nào.

- **Bảo hộ hạn chế:**

Nếu nhãn hiệu chứa một yếu tố phổ biến hoặc chung chung, sự bảo hộ dành cho nhãn hiệu đó có thể bị giới hạn ở các yếu tố đặc biệt hoặc nó sẽ được bảo hộ tổng thể cùng với các yếu tố khác. Điều này có nghĩa là người khác vẫn có thể sử dụng các yếu tố phổ biến hoặc chung chung đó trong nhãn hiệu của họ, miễn là không gây nhầm lẫn với các yếu tố đặc biệt của nhãn hiệu đã được bảo hộ.

Ví dụ, trong trường hợp "CrossLeader", Cục SHTT đã áp dụng phương án bảo hộ hạn chế. Cụ thể, Cục SHTT chỉ cấp bảo hộ cho nhãn hiệu sau khi từ "Leader" (một từ chung chung) bị loại bỏ khỏi phạm vi bảo hộ.

- **Nguy cơ bị từ chối cao hơn:**

Cục SHTT Campuchia, giống như hầu hết các cơ quan quản lý SHTT ở các quốc gia khác, thường không chấp thuận đăng ký các nhãn hiệu chứa các yếu tố phổ biến hoặc chung chung. Điều này là do các nhãn hiệu như vậy ít có khả năng hoạt động như là dấu hiệu nhận biết nguồn gốc và có khả năng gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng.

- **Nguy cơ trở thành tên chung (nhãn hiệu bị đại chúng hóa):**

Nếu một nhãn hiệu kết hợp một yếu tố phổ biến được sử dụng quá rộng rãi để chỉ chính sản phẩm hoặc dịch vụ đó, nó có nguy cơ trở thành tên chung. Điều này có nghĩa là nhãn hiệu mất hoàn toàn sự bảo hộ nhãn hiệu và các đối thủ cạnh tranh có thể tự do sử dụng nhãn hiệu đó mà không bị coi là vi phạm.

Ví dụ điển hình là trường hợp của các nhãn hiệu như "**Aspirin**" (thuốc giảm đau), "**Escalator**" (thang cuốn), "**Zipper**" (khóa kéo),... Ban đầu, đây là các nhãn hiệu đã đăng ký, nhưng do được sử dụng quá phổ biến, chúng đã trở thành tên gọi chung cho các sản phẩm đó.

Các chiến lược để vượt qua việc từ chối:

- **Nhãn hiệu kết hợp:** Kết hợp một yếu tố phổ biến hoặc chung chung với một yếu tố đặc biệt có thể làm tăng tính phân biệt tổng thể của nhãn hiệu. Ví dụ, Cục SHTT có thể chấp nhận "CrossCountry" cho lớp xe, công nhận sự kết hợp của một yếu tố phổ biến với một từ đặc biệt hơn.

- **Ý nghĩa thứ hai:** Nếu một nhãn hiệu đã có được ý nghĩa thứ hai thông qua việc sử dụng rộng rãi và quảng cáo, nó có thể được cấp đăng ký ngay cả khi nó chứa một yếu tố phổ biến hoặc chung chung.
- **Không bảo hộ riêng:** Như đã thấy trong trường hợp "CrossLeader", việc từ chối quyền độc quyền đối với yếu tố phổ biến hoặc chung chung có thể giúp đảm bảo đăng ký cho các phần đặc biệt còn lại của nhãn hiệu.

Mặc dù việc đưa các yếu tố phổ biến hoặc chung chung vào nhãn hiệu đặt ra những thách thức cho việc đăng ký tại Campuchia, nhưng điều đó tuyệt đối không phải là một trở ngại không thể vượt qua. Bằng sự hiểu biết sâu sắc về các quy định và rủi ro tiềm ẩn, cùng với việc áp dụng các chiến lược phù hợp, bạn hoàn toàn có thể nắm chắc thành công trong việc đăng ký và bảo hộ nhãn hiệu.

Để tối ưu hóa cơ hội thành công và đảm bảo quyền lợi của mình, bạn nên tìm kiếm sự tư vấn chuyên nghiệp từ các luật sư Sở hữu Trí tuệ uy tín tại Campuchia. Với kinh nghiệm thực tiễn phong phú và kiến thức chuyên môn sâu rộng về [luật sở hữu trí tuệ Campuchia](#), họ sẽ là người đồng hành đắc lực, giúp bạn vượt qua mọi trở ngại và đạt được mục tiêu bảo hộ thương hiệu một cách toàn diện và hiệu quả nhất.

4. Những bài học kinh nghiệm và chiến lược nào để giải quyết hiệu quả các trường hợp bị từ chối tạm thời đăng ký nhãn hiệu tại Campuchia từ trường hợp "CrossLeader"?

Việc đăng ký thành công nhãn hiệu "CrossLeader" tại Campuchia, dù trải qua 2 lần bị Cục SHTT ra thông báo từ chối, mang đến những kinh nghiệm quý giá cho các doanh nghiệp đối mặt với những thách thức tương tự. KENFOX IP & Law Office xin chia sẻ một số chiến lược hiệu quả đã được áp dụng trong vụ việc "CrossLeader" để giúp vượt qua các thông báo từ chối tạm thời như sau:

[i] Phân tích thông báo từ chối:

- Xem xét kỹ lưỡng và toàn diện các lý do từ chối của Cục SHTT.
- Xác định căn cứ từ chối cụ thể (*tuyệt đối* hoặc *tương đối*) và nhãn hiệu đối chứng.
- Nắm bắt rõ mối quan ngại của Cục SHTT và điều chỉnh chiến lược phúc đáp cho phù hợp.

[ii] Khẳng định đặc điểm phân biệt:

- Nhấn mạnh các yếu tố độc đáo và khác biệt của nhãn hiệu xin đăng ký.
- Làm nổi bật sự khác biệt về thị giác, cách phát âm và ý nghĩa so với nhãn hiệu đối chứng.
- Sử dụng các so sánh trực tiếp, ý kiến chuyên gia và khảo sát người tiêu dùng (nếu có) để chứng minh những sự khác biệt này.

[iii] Cung cấp bằng chứng về việc đồng tồn tại:

- Nếu nhãn hiệu xin đăng ký cùng tồn tại mà không có bất kỳ tranh chấp nào với các nhãn hiệu tương tự ở các khu vực pháp lý khác, bao gồm cả quốc gia sở tại của chủ sở hữu nhãn hiệu đối chứng, hãy cung cấp và phân tích về các bằng chứng này.
- Điều này chứng minh rằng người tiêu dùng không bị nhầm lẫn bởi các nhãn hiệu và chúng có thể cùng tồn tại trên thị trường.

[iv] Chấp nhận bảo hộ nhãn hiệu ở các nước khác trên thế giới:

- Nếu nhãn hiệu xin đăng ký đã được đăng ký ở nhiều quốc gia, hãy nêu bật điều này như bằng chứng về tính đặc biệt và sự công nhận quốc tế của nhãn hiệu.
- Điều này có thể đặc biệt thuyết phục nếu nhãn hiệu được đăng ký ở các quốc gia có luật nhãn hiệu hoặc đặc điểm người tiêu dùng (về văn hóa, ngôn ngữ, trình độ học vấn, thói quen tiêu dùng) tương tự với Campuchia.

[v] Lập luận về khả năng phân biệt yếu:

- Nếu nhãn hiệu đối chứng chứa các yếu tố phổ biến hoặc chung chung, có thể lập luận về khả năng phân biệt yếu của nhãn hiệu đối chứng đó.
- Cung cấp bằng chứng về việc sử dụng rộng rãi các yếu tố này trong ngành, trích dẫn các ví dụ về các nhãn hiệu đã đăng ký khác có chứa các yếu tố tương tự.

[vi] Tiền lệ pháp lý:

- Nghiên cứu và trích dẫn các án lệ hoặc tiền lệ pháp lý liên quan để hỗ trợ cho lập luận, phân tích trong đơn phúc đáp.
- Điều này có thể chứng minh rằng quan điểm của người nộp đơn phù hợp với các nguyên tắc và cách giải thích pháp lý đã được thiết lập.

[vii] Trao đổi với Cục SHTT:

- Cân nhắc việc yêu cầu một buổi trao đổi hoặc gặp gỡ với Cục SHTT để thảo luận về việc từ chối và trình bày rõ ràng các phân tích, lập luận trực tiếp.
- Đây có thể là một cách hiệu quả để xây dựng mối quan hệ và làm rõ bất kỳ sự hiểu lầm nào.

[viii] Hỗ trợ chuyên nghiệp:

- Sử dụng dịch vụ pháp lý chuyên nghiệp tại Campuchia để xử lý hiệu quả các trường hợp từ chối nhãn hiệu.
- Các đại diện sở hữu trí tuệ có thể cung cấp những hiểu biết sâu sắc, soạn thảo các lập luận thuyết phục và điều hướng quy trình pháp lý một cách hiệu quả.

Việc áp dụng các chiến lược đã nêu có thể giúp các doanh nghiệp gia tăng đáng kể khả năng khiêu nại thành công đối với thông báo, quyết định từ chối bảo hộ nhãn hiệu và bảo đảm quyền lợi đối với nhãn hiệu của mình tại Campuchia. Vụ việc "CrossLeader" là một minh chứng rõ ràng rằng, ngay cả trong những tình huống pháp lý phức tạp, sự kiên trì, lập luận pháp lý vững chắc cùng với [bằng chứng](#) thuyết phục hoàn toàn có thể dẫn đến kết quả cuối cùng có lợi cho chủ sở hữu nhãn hiệu.

5. Cục SHTT Campuchia xem xét các nhãn hiệu quốc tế, đặc biệt là những nhãn hiệu được đăng ký theo hệ thống Madrid và việc chúng được chấp nhận ở các quốc gia khác như thế nào?

Cục SHTT Campuchia nhìn chung công nhận và chấp nhận các Đơn đăng ký Nhãn hiệu Quốc tế, bao gồm cả các Đơn được nộp theo Hệ thống Madrid, mà Campuchia đã chính thức tham gia từ năm 2015. Việc tham gia Nghị định thư Madrid cho phép chủ sở hữu nhãn hiệu nộp đơn bảo hộ tại Campuchia thông qua một đơn đăng ký quốc tế duy nhất.

Tuy nhiên, việc Cục SHTT Campuchia công nhận các đơn đăng ký quốc tế không đồng nghĩa với việc tự động cấp quyền bảo hộ nhãn hiệu. Mỗi Đơn đăng ký Quốc tế chỉ định Campuchia sẽ phải trải qua quy trình thẩm định chính thức của Cục SHTT Campuchia đảm bảo sự phù hợp với các quy định và luật pháp về nhãn hiệu hiện hành của Campuchia. Quy trình thẩm định này tương đương với quy trình áp dụng cho các đơn đăng ký nhãn hiệu quốc gia.

Các yếu tố ảnh hưởng đến việc chấp thuận Đơn đăng ký nhãn hiệu quốc tế:

- **Tuân thủ luật pháp:** Đơn đăng ký quốc tế phải tuân thủ mọi khía cạnh của luật nhãn hiệu Campuchia, bao gồm khả năng phân biệt, không gây hiểu lầm, và không trái với trật tự công cộng hoặc đạo đức.
- **Quyền ưu tiên:** Cục SHTT Campuchia sẽ thẩm định xem có bất kỳ nhãn hiệu nào đã đăng ký hoặc đang chờ đăng ký tại Campuchia có xung đột hay không. Nếu phát hiện xung đột, Đơn đăng ký Quốc tế có thể bị từ chối hoàn toàn hoặc từ chối một phần.
- **Các lý do từ chối tuyệt đối và tương đối:** Cục SHTT Campuchia sẽ thẩm định Đơn đăng ký Quốc tế dựa trên cả các lý do từ chối tuyệt đối và tương đối, tương tự như bất kỳ Đơn đăng ký nhãn hiệu nào khác. Các yếu tố này bao gồm khả năng phân biệt của nhãn hiệu, khả năng gây nhầm lẫn với các nhãn hiệu hiện có và việc tuân thủ trật tự công cộng và đạo đức xã hội.
- **Bằng chứng về việc sử dụng ở các quốc gia khác:** Mặc dù không bắt buộc, bằng chứng về việc sử dụng nhãn hiệu ở các quốc gia khác có thể có lợi trong việc chứng minh tính khác biệt của nhãn hiệu và khả năng phân biệt đạt được thông qua việc sử dụng.

Những lưu ý đặc biệt đối với các Đơn đăng ký quốc tế theo Hệ thống Madrid:

- **Nguyên tắc tấn công trung tâm:** Theo quy định của Hệ thống Madrid, nếu đơn đăng ký nhãn hiệu cơ sở bị tuyên bố vô hiệu trong vòng 5 (năm) năm kể từ ngày đăng ký quốc tế, việc bảo

hộ nhãn hiệu tại tất cả các quốc gia thành viên được chỉ định, bao gồm cả Campuchia, cũng sẽ bị ảnh hưởng (sẽ dẫn đến việc mất hiệu lực bảo hộ của nhãn hiệu đó tại tất cả các quốc gia thành viên được chỉ định, bao gồm cả Campuchia).

- **Thời hạn từ chối:** Cục SHTT Campuchia có thời hạn 18 (mười tám) tháng để xem xét và đưa ra thông báo từ chối Đơn đăng ký Nhãn hiệu Quốc tế chỉ định Campuchia. Trong trường hợp không có thông báo từ chối nào được ban hành trong thời hạn này, nhãn hiệu sẽ được coi là được bảo hộ tại Campuchia.

Nhìn chung, Cục SHTT Campuchia công nhận giá trị pháp lý của các Đơn đăng ký Nhãn hiệu Quốc tế, bao gồm cả các Đơn theo Hệ thống Madrid, như một phương thức hợp pháp và hiệu quả để đạt được sự bảo hộ nhãn hiệu tại Campuchia. Tuy nhiên, cần lưu ý rằng các Đơn đăng ký này sẽ phải tuân thủ quy trình kiểm tra nghiêm ngặt và đáp ứng các yêu cầu pháp lý tương tự như các đơn đăng ký nhãn hiệu quốc gia. Người nộp đơn cần chuẩn bị sẵn sàng để giải trình, phản hồi các ý kiến phản đối hoặc thông báo, quyết định từ chối của Cục SHTT nhằm đảm bảo quyền bảo hộ nhãn hiệu của mình tại Campuchia.

6. Bằng chứng về việc đồng tồn tại của nhãn hiệu tại các quốc gia khác nhau, bao gồm cả quốc gia gốc của chủ sở hữu nhãn hiệu đối chứng, có giá trị chứng minh như thế nào trong việc xem xét và ra quyết định của Cục SHTT?

Bằng chứng về việc đồng tồn tại của nhãn hiệu tại các quốc gia khác nhau, bao gồm cả quốc gia gốc của chủ sở hữu nhãn hiệu đối chứng, có thể được xem là một yếu tố quan trọng trong quá trình xem xét và ra quyết định của Cục SHTT Campuchia đối với các trường hợp từ chối Đơn đăng ký nhãn hiệu. Đặc biệt, bằng chứng này có giá trị pháp lý đáng kể trong các trường hợp từ chối dựa trên căn cứ khả năng gây nhầm lẫn với nhãn hiệu đã được bảo hộ trước đó.

Bằng chứng về sự đồng tồn tại của các nhãn hiệu có giá trị chứng minh như thế nào?

Mặc dù không mang tính chất quyết định tuyệt đối, bằng chứng về sự đồng tồn tại của các nhãn hiệu có thể là một yếu tố quan trọng, cho thấy người tiêu dùng không bị nhầm lẫn giữa các nhãn hiệu và chúng có thể cùng tồn tại trên thị trường mà không gây ra bất kỳ vấn đề nào.

Giá trị chứng minh này càng được củng cố khi sự đồng tồn tại diễn ra tại quốc gia gốc của chủ sở hữu nhãn hiệu đối chứng, bởi điều này cho thấy chủ sở hữu nhãn hiệu đối chứng đã nhận thức được sự tồn tại của nhãn hiệu tương tự và không có bất kỳ hành động pháp lý nào để ngăn chặn việc sử dụng nhãn hiệu đó.

Việc các nhãn hiệu cùng tồn tại trên thị trường chứng tỏ rằng người tiêu dùng tại các thị trường khác nhau có khả năng phân biệt giữa các nhãn hiệu này, từ đó cho thấy rằng chúng không đủ tương đồng để gây nhầm lẫn. Điều này hỗ trợ cho lập luận về khả năng phân biệt tự thân hoặc khả năng phân biệt đạt được qua quá trình sử dụng của nhãn hiệu thuộc về người nộp đơn.

Việc cùng tồn tại nhãn hiệu tại quốc gia gốc của chủ sở hữu nhãn hiệu đối chứng đặc biệt có tính thuyết phục vì điều này cho thấy chính chủ sở hữu nhãn hiệu đối chứng không nhận thấy khả năng gây nhầm lẫn ở thị trường mà cả hai nhãn hiệu đều hiện diện, sử dụng và được biết đến.

Trong quá trình thực tiễn giải quyết các vụ việc liên quan đến nhãn hiệu, Cục SHTT Campuchia đã khẳng định việc xem xét bằng chứng về sự tồn tại song song của các nhãn hiệu là một yếu tố quan trọng trong quá trình đánh giá khả năng gây nhầm lẫn, điển hình như vụ việc "CrossLeader". Việc chứng minh rằng nhãn hiệu xin đăng ký đã cùng tồn tại mà không có bất kỳ tranh chấp nào với nhãn hiệu đối chứng tại các khu vực pháp lý khác nhau, bao gồm cả quốc gia gốc của chủ sở hữu nhãn hiệu đối chứng, sẽ là một cơ sở pháp lý vững chắc để củng cố tính thuyết phục cho lập luận về khả năng phân biệt của nhãn hiệu, qua đó giúp người nộp đơn có cơ sở để phúc đáp thông báo từ chối bảo hộ nhãn hiệu của Cục SHTT.

Trình bày hiệu quả bằng chứng về sự cùng tồn tại của nhãn hiệu như thế nào?

- **Thu thập bằng chứng toàn diện:** Thu thập bằng chứng từ nhiều quốc gia khác nhau, bao gồm cả quốc gia gốc của chủ sở hữu nhãn hiệu đối chứng, cho thấy nhãn hiệu đã được sử dụng và đăng ký mà không có xung đột.

- **Tập trung vào các thị trường liên quan:** Ưu tiên bằng chứng từ các quốc gia có điều kiện thị trường hoặc đặc điểm người tiêu dùng tương tự như Campuchia.
- **Làm nổi bật sự đồng tồn tại không có tranh chấp:** Nhấn mạnh rằng không có tranh chấp pháp lý hoặc vấn đề nhầm lẫn của người tiêu dùng phát sinh từ sự cùng tồn tại của các nhãn hiệu.
- **Sử dụng các nguồn đáng tin cậy:** Cung cấp bằng chứng từ cơ sở dữ liệu nhãn hiệu chính thức, quyết định của tòa án hoặc các nguồn đáng tin cậy khác.

Nhìn chung, bằng chứng về sự cùng tồn tại của nhãn hiệu có thể đóng vai trò quan trọng trong việc vượt qua các thông báo, quyết định từ chối bảo hộ nhãn hiệu tại Campuchia. Bằng cách trình bày bằng chứng thuyết phục và xây dựng các lập luận chặt chẽ, người nộp đơn có thể tận dụng yếu tố này để thuyết phục Cục SHTT rằng nhãn hiệu của họ là khác biệt và có thể cùng tồn tại hòa bình với các nhãn hiệu tương tự khác trên thị trường. Tuy nhiên, cần lưu ý rằng giá trị chứng minh của bằng chứng này có thể khác nhau tùy thuộc vào hoàn cảnh cụ thể của từng trường hợp.

Lời kết

Mặc dù thông báo từ chối tạm thời đối với nhãn hiệu của bạn tại Campuchia có thể gây ra sự lo ngại ban đầu, hãy nhớ rằng đó tuyệt đối không phải là kết luận cuối cùng. Với sự hiểu biết sâu rộng về hệ thống nhãn hiệu Campuchia và áp dụng chiến lược phù hợp, bạn hoàn toàn có thể đảo ngược các thông báo, quyết định từ chối để đạt được sự bảo hộ mà thương hiệu của bạn xứng đáng được hưởng.

Với 15 năm kinh nghiệm thực tiễn trong việc giải quyết thành công nhiều vụ tranh chấp nhãn hiệu phức tạp, KENFOX IP & Law Office tự tin đồng hành cùng bạn. Chúng tôi hiểu những khó khăn mà bạn đang gặp phải. Chúng tôi sẽ hỗ trợ bạn xây dựng chiến lược hiệu quả, đưa ra lập luận sắc bén, củng cố vị thế trong các tranh chấp sở hữu trí tuệ, từ đó, tối ưu hóa khả năng thành công trong việc khiếu nại nhãn hiệu tại Campuchia.

Nếu bạn đang tìm kiếm một đối tác đáng tin cậy để giải quyết các thông báo, quyết định từ chối bảo hộ nhãn hiệu, đừng ngần ngại liên hệ với KENFOX ngay hôm nay.

Nguyễn Vũ Quân | Partner, IP Attorney

Đỗ Thị Phấn | Special Counsel

Hoàng Thị Tuyết Hồng | Senior Trademark 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