

Vì sao phản đối nhãn hiệu lại cần thiết ở Việt Nam?

Nhiều chủ nhãn hiệu có thể nghĩ rằng, thẩm định viên tại Cục SHTT Việt Nam sẽ tự động từ chối các đơn đăng ký nhãn hiệu bị xem là tương tự rõ ràng với các nhãn hiệu có trước, nhưng thực tế có thể khác biệt một cách bất ngờ. Việc cho rằng các nhãn hiệu rất giống nhau, đặc biệt là những nhãn hiệu đăng ký cho các hàng hóa và dịch vụ tương tự hoặc liên quan, chắc chắn sẽ bị từ chối, là một lầm tưởng phổ biến. Vì những lý do không lường trước được trong quá trình thẩm định, ngay cả những nhãn hiệu có vẻ tương tự gây nhầm lẫn đôi khi vẫn có thể được bảo hộ.

Vì vậy, nếu biết được có một đơn [đăng ký nhãn hiệu](#) mới tại Việt Nam tương tự đáng kể với nhãn hiệu trước đó của mình, đặc biệt là cho sản phẩm hoặc dịch vụ cùng loại, thì sự chần chừ không phải là một lựa chọn. Chủ nhãn hiệu nên cân nhắc nghiêm túc việc hành động ngay lập tức và quyết đoán bằng cách nộp đơn phản đối nhãn hiệu. Việc chờ đợi và hy vọng rằng các thẩm định viên sẽ tự động từ chối nhãn hiệu đó là một vấn đề cực kỳ rủi ro cho tương lai thương hiệu của họ.

KENFOX IP & Law Office cung cấp những phân tích thực tiễn về vấn đề này và những rủi ro tiềm ẩn nếu không nộp đơn phản đối kịp thời.

Phản đối nhãn hiệu: Một chiến lược không thể thiếu ở Việt Nam

Quy trình thẩm định nhãn hiệu tại Việt Nam, giống như ở nhiều nước, bao gồm cả giai đoạn thẩm định hình thức và thẩm định nội dung. Thẩm định nội dung bao gồm việc tra cứu để tìm ra các nhãn hiệu tương tự hoặc trùng lặp đã có trước. Việc nộp đơn phản đối nhãn hiệu ở Việt Nam quả thực có thể đóng vai trò như một cơ chế cảnh báo vô cùng quan trọng.

Dù hệ thống cơ sở dữ liệu nhãn hiệu có được xây dựng mạnh mẽ đến đâu và thẩm định viên có tận tâm đến đâu, vẫn không thể tránh khỏi sai sót. Mọi cơ sở dữ liệu đều có giới hạn về thông tin, độ phủ, và khả năng cập nhật. Thuật toán không thể hoàn toàn thay thế khả năng nhận định và đánh giá của con người, đặc biệt trong việc xác định "tính tương tự" vốn mang tính chủ quan nhất định. Số lượng đơn đăng ký nhãn hiệu ngày càng tăng, trong khi thời gian thẩm định có hạn, dễ dẫn đến việc thẩm định viên bị quá tải và có thể bỏ sót thông tin. Những yếu tố không mong muốn này có thể xảy ra trong bất kỳ quy trình nào, kể cả quy trình thẩm định. Do đó, sai sót là điều khó tránh khỏi trong bất kỳ quy trình thẩm định nhãn hiệu nào.

Cơ chế phản đối nhãn hiệu được thiết kế đặc biệt để cung cấp một lớp rà soát thứ hai sau thẩm định sơ bộ của thẩm định viên, nhưng trước khi nhãn hiệu chính thức được cấp văn bằng bảo hộ. Cơ chế này cho phép chủ sở hữu quyền, vốn là những người nắm rõ nhất về thương hiệu của mình và toàn cảnh thị trường, trình bày các nguy cơ xung đột để thẩm định viên tại Cục SHTT Việt Nam xem xét.

Đơn phản đối nhãn hiệu được chuẩn bị kỹ lưỡng không đơn thuần là sự bày tỏ không đồng ý thông thường, nó là một lập luận pháp lý chi tiết chỉ ra cụ thể những điểm tương đồng giữa các nhãn hiệu, mối liên hệ giữa hàng hóa/dịch vụ và khả năng gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng trên thị trường Việt Nam. Lời cảnh báo chi tiết này có giá trị to lớn với thẩm định viên giúp họ xem xét lại đánh giá sơ bộ và có thể dẫn đến quyết định từ chối bảo hộ đơn đăng ký.

Rủi ro khi không hành động: Hậu quả của việc không phản đối

Việc lựa chọn không phản đối đơn đăng ký nhãn hiệu tương tự có thể khiến nhãn hiệu của bạn phải đối mặt với những rủi ro đáng kể.

- **Nhãn hiệu xung đột được đăng ký:** Nếu không có bất kỳ phản đối nào và đơn đăng ký đáp ứng tất cả các tiêu chí đăng ký khác, nhãn hiệu tương tự có thể được cấp [Giấy chứng nhận Đăng ký](#) chính thức. Giấy chứng nhận này trao cho chủ đơn quyền hợp pháp sử dụng nhãn hiệu, từ đó tạo ra nguy cơ xung đột và nhầm lẫn trực diện với nhãn hiệu đã đăng ký của chủ nhãn hiệu trên thị trường Việt Nam.
- **Gia tăng nhầm lẫn cho người tiêu dùng:** Nếu không có phản đối, nhãn hiệu tương tự sẽ ung dung bước chân vào thị trường, tăng nguy cơ nhầm lẫn thực tế cho người tiêu dùng lên mức báo động. Điều này giáng một đòn mạnh vào danh tiếng thương hiệu, khiến khách hàng chật vật phân biệt sản phẩm/dịch vụ của chủ nhãn hiệu và đối thủ.
- **Sự lu mờ và xói mòn thương hiệu:** Việc đăng ký một nhãn hiệu tương tự sẽ làm suy yếu dần bản sắc độc đáo và ảnh hưởng thị trường của thương hiệu. Theo thời gian, điều này có thể làm suy giảm sức mạnh và tác động tổng thể của thương hiệu.

- **Thực thi phức tạp và tốn kém hơn:** Việc cho phép một [nhãn hiệu tương tự](#) tiến tới đăng ký và sau đó cố gắng giải quyết vấn đề trở nên khó khăn và tốn kém hơn đáng kể. Các hành động sau đăng ký như thủ tục hủy bỏ hiệu lực hoặc kiện tụng xâm phạm thường kéo dài, phức tạp và tốn kém hơn nhiều so với việc chủ động phản đối ngay từ đầu.
- **Nguy cơ mất thị phần:** Sự nhầm lẫn của người tiêu dùng bắt nguồn từ một nhãn hiệu tương tự có thể dẫn đến mất thị phần hữu hình. Khách hàng, bị đánh lạc hướng bởi sự tương tự, có thể vô tình chọn sản phẩm hoặc dịch vụ của đối thủ cạnh tranh, gây tổn thất trực tiếp đến lợi nhuận của doanh nghiệp.

Những cân nhắc chính trước khi nộp đơn phản đối

Trước khi đưa ra quyết định nộp đơn phản đối nhãn hiệu, cần xem xét kỹ yếu tố sau:

- **Đánh giá sự tương tự:** Đánh giá kỹ lưỡng mức độ tương tự giữa nhãn hiệu xin đăng ký và nhãn hiệu có trước. Nên thực hiện việc đánh giá tính tương tự giữa các nhãn hiệu xét dưới góc độ cấu trúc, cách phát âm, ý nghĩa, cách trình bày và ấn tượng thương mại của các nhãn hiệu. Đồng thời, làm rõ mối liên hệ giữa hàng hóa và dịch vụ được bao gồm trong cả hai nhãn hiệu. Mức độ tương tự cao, đi kèm với hàng hóa/dịch vụ tương tự, sẽ làm gia tăng đáng kể nguy cơ nhầm lẫn và củng cố vững chắc [nền tảng phản đối](#).
- **Thời hạn 5 tháng:** Lưu ý về thời hạn 5 tháng kể từ ngày công bố đơn đăng ký nhãn hiệu để nộp đơn phản đối tại Việt Nam. Việc bỏ lỡ thời hạn quan trọng này đồng nghĩa với việc mất đi cơ hội phản đối trong giai đoạn thẩm định ban đầu.
- **Tư vấn pháp lý chuyên nghiệp:** Nên tham vấn ý kiến của luật sư hoặc đại diện sở hữu trí tuệ uy tín tại Việt Nam. Chuyên gia có thể cung cấp lời khuyên phù hợp dựa trên tình huống cụ thể, đánh giá sức mạnh của các căn cứ phản đối và nộp hồ sơ phản đối một cách bài bản, chuyên nghiệp.

Lời kết

Khi phát hiện đơn đăng ký nhãn hiệu tại Việt Nam tương tự cao với nhãn hiệu hiện có trước, xin đăng ký cho các hàng hóa hoặc dịch vụ liên quan, việc nộp đơn phản đối nhãn hiệu nói chung là một quyết sách sáng suốt và vô cùng cần thiết. Hành động chủ động này đóng vai trò then chốt để bảo vệ nhãn hiệu trước đó của chủ nhãn hiệu, ngăn chặn nguy cơ nhầm lẫn cho người tiêu dùng và giảm thiểu những hệ lụy pháp lý và thương mại về sau. Ngược lại, nếu bỏ qua phản đối, đặc biệt khi sự tương tự giữa hai nhãn hiệu ở mức cao đáng kể, hậu quả có thể vô cùng nặng nề và gây tổn hại lâu dài đến [vị thế thương hiệu của chủ sở hữu](#) trên thị trường Việt Nam.

By Nguyễn Vũ Quân | Partner, IP Attorney
Đỗ Thị Phần | 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