

Tổng quan: Phân đối nhãn hiệu tại Việt Nam

1. Phân đối nhãn hiệu tại Việt Nam là gì?

Tại Việt Nam, phân đối nhãn hiệu là một thủ tục pháp lý cho phép bên thứ ba chính thức phản đối đơn đăng ký nhãn hiệu đang được thẩm định nội dung trước khi nó cấp bảo hộ chính thức bởi Cục Sở hữu trí tuệ Việt Nam. [Phân đối nhãn hiệu](#) nhằm mục đích ngăn chặn việc đăng ký nhãn hiệu có khả năng xâm phạm quyền sở hữu hiện có hoặc gây nhầm lẫn trên thị trường. Đây là một biện pháp chủ động để tránh các tranh chấp pháp lý và tổn hại thương hiệu trong tương lai.

Theo Luật SHTT sửa đổi của Việt Nam năm 2022, đơn phản đối nhãn hiệu phải được nộp trong thời hạn cụ thể là **05 tháng** kể từ ngày công bố đơn đăng ký nhãn hiệu. Tuy nhiên, sau khi thời hạn phản đối 05 tháng kết thúc, bất kỳ bên thứ ba nào vẫn có thể nộp "ý kiến của bên thứ ba" tới Cục SHTT. Việc nộp ý kiến này có thể được thực hiện vào bất kỳ thời điểm nào cho đến khi Cục SHTT cấp văn bằng bảo hộ (Giấy chứng nhận đăng ký) cho nhãn hiệu đã nộp đơn.

Ý kiến của bên thứ ba cho phép bất kỳ ai đưa ra thông tin hoặc mối quan ngại liên quan gửi tới thẩm định viên của Cục SHTT về đơn đăng ký nhãn hiệu đang được thẩm định, ngay cả khi thời hạn phản đối chính thức đã hết. Ý kiến của bên thứ ba có thể liên quan đến các căn cứ cho rằng nhãn hiệu không đáp ứng tiêu chuẩn bảo hộ, ví dụ như thiếu tính phân biệt hoặc xung đột với quyền ưu tiên.

2. Ai có thể nộp đơn phản đối nhãn hiệu tại Việt Nam?

Tại Việt Nam, theo Điều 112a của Luật SHTT sửa đổi (2022), bất kỳ bên thứ ba nào cũng có thể nộp đơn phản đối nhãn hiệu.

Quyền phản đối đăng ký nhãn hiệu được pháp luật quy định một cách rộng rãi. Không bắt buộc người nộp đơn phải là chủ sở hữu nhãn hiệu tương tự đã có trước đó hoặc có lợi ích thương mại trực tiếp liên quan đến nhãn hiệu bị phản đối. Bất kỳ chủ thể nào, bao gồm cá nhân, tổ chức hoặc doanh nghiệp, nếu nhận thấy quyền và lợi ích hợp pháp của mình có khả năng bị ảnh hưởng bất lợi bởi việc đăng ký nhãn hiệu, đều có quyền nộp đơn phản đối. Đối tượng này bao gồm chủ sở hữu nhãn hiệu có trước, chủ sở hữu nhãn hiệu nổi tiếng và các chủ thể khác có lợi ích hợp pháp liên quan.

3. Căn cứ phản đối đơn đăng ký nhãn hiệu tại Việt Nam là gì?

Theo Luật SHTT, căn cứ để phản đối đơn đăng ký nhãn hiệu chủ yếu xoay quanh các tiêu chí sau:

[i] Khả năng gây nhầm lẫn: Phản đối có thể dựa trên khả năng gây nhầm lẫn giữa nhãn hiệu mới nộp đơn và nhãn hiệu đã tồn tại theo Điều 74.2(e) của Luật SHTT.

Luật SHTT cho phép phản đối nhãn hiệu dựa trên khả năng gây nhầm lẫn với cả **nhãn hiệu nổi tiếng** và **nhãn hiệu chưa đăng ký nhưng đã được sử dụng rộng rãi tại Việt Nam**. Cụ thể:

- **Điều 74.4 (i)** quy định rõ ràng về việc cho phép phản đối dựa trên sự tương tự với nhãn hiệu nổi tiếng, bất kể hàng hóa hoặc dịch vụ có tương tự hay không. Theo đó, nhãn hiệu nổi tiếng được hưởng sự bảo hộ rộng hơn theo luật pháp Việt Nam. Đơn phản đối có thể được nộp nếu đơn đăng ký nhãn hiệu có khả năng gây tổn hại đến tính phân biệt hoặc danh tiếng của nhãn hiệu nổi tiếng, ngay cả khi hàng hóa hoặc dịch vụ không tương tự.
- **Điều 74.4 (g)** quy định về việc cho phép phản đối dựa trên sự tương tự với nhãn hiệu chưa đăng ký, miễn là nhãn hiệu đó đã được sử dụng và thừa nhận rộng rãi tại Việt Nam cho hàng hóa hoặc dịch vụ tương tự hoặc đồng nhất.

[ii] Quyền có trước:

Luật SHTT quy định căn cứ để từ chối đăng ký nhãn hiệu nếu nhãn hiệu đó [tương tự](#) gây nhầm lẫn không chỉ với nhãn hiệu đã được bảo hộ trước đó, mà còn với kiểu dáng công nghiệp, tên thương mại và quyền tác giả.

- **Tương tự gây nhầm lẫn với đơn đăng ký nhãn hiệu nộp trước:** **Điều 90.2** quy định rằng nếu có nhiều đơn của nhiều người khác nhau nộp cùng ngày hoặc khác ngày để đăng ký các nhãn hiệu trùng hoặc tương tự gây nhầm lẫn cho hàng hóa hoặc dịch vụ trùng hoặc tương tự, thì văn bằng bảo hộ có thể chỉ được cấp cho nhãn hiệu trong đơn hợp lệ có ngày ưu tiên hoặc ngày nộp đơn sớm nhất.

- **Tương tự gây nhầm lẫn với kiểu dáng công nghiệp:** Điều 74.2(n) quy định rằng nhãn hiệu bị coi là không có khả năng phân biệt nếu nhãn hiệu đó trùng hoặc khác biệt không đáng kể so với kiểu dáng công nghiệp của người khác đã hoặc đang được bảo hộ. Quy định này nhằm mục đích ngăn ngừa sự nhầm lẫn của người tiêu dùng giữa nhãn hiệu và kiểu dáng công nghiệp, công nhận rằng hình thức bên ngoài của sản phẩm có thể đóng vai trò là dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc.
- **Tương tự gây nhầm lẫn với tên thương mại:** Theo Điều 74.2(k), nhãn hiệu có thể bị từ chối đăng ký nếu nhãn hiệu đó trùng hoặc tương tự với tên thương mại của người khác đang được sử dụng, nếu việc sử dụng nhãn hiệu đó có thể gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng về nguồn gốc hàng hóa hoặc dịch vụ. Điều luật này bảo vệ các doanh nghiệp đã có uy tín và danh tiếng của họ bằng cách ngăn chặn việc đăng ký nhãn hiệu có thể gây hiểu lầm cho người tiêu dùng về nguồn gốc hàng hóa hoặc dịch vụ.
- **Tương tự gây nhầm lẫn với quyền tác giả:** Theo Điều 74.2(p), nhãn hiệu có thể không được đăng ký nếu nhãn hiệu đó trùng hoặc tương tự gây nhầm lẫn với tên hoặc hình tượng nhân vật trong tác phẩm được bảo hộ [quyền tác giả](#) và đã được công chúng biết đến rộng rãi. Quy định này thừa nhận khả năng gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng giữa nhãn hiệu và tác phẩm được bảo hộ quyền tác giả, đặc biệt là những tác phẩm nổi tiếng.

Thêm vào đó, Điều 73.7 quy định nhãn hiệu chứa bản sao tác phẩm sẽ không đủ điều kiện được bảo hộ, trừ khi được sự cho phép của chủ sở hữu tác phẩm đó. Quy định này có phạm vi áp dụng rộng hơn Điều 74.2(p), do không đặt ra điều kiện cụ thể về mức độ phổ biến rộng rãi trong công chúng của tác phẩm được bảo hộ quyền tác giả. Tóm lại, Điều 73.7 hoạt động như một nguyên tắc chung, ngăn cấm việc sử dụng bất kỳ đối tượng nào thuộc phạm vi bảo hộ quyền tác giả trong nhãn hiệu mà không có sự cho phép. Đây là một nguyên tắc pháp lý rõ ràng, áp dụng không phụ thuộc vào danh tiếng hay mức độ nổi tiếng của tác phẩm được bảo hộ quyền tác giả.

[iii] Dụng ý xấu (động cơ không trung thực):

Phản đối nhãn hiệu có thể được khởi xướng nếu đơn đăng ký nhãn hiệu bị xem là được nộp với dụng ý xấu, hướng đến mục tiêu trục lợi danh tiếng của một nhãn hiệu đã được xác lập, theo Điều 117 Luật SHTT và được cụ thể hóa tại Điều 34 Nghị định 23/2024/NĐ-CP. Về cốt lõi, cơ sở phản đối "dụng ý xấu" hình thành khi có cơ sở chứng minh người nộp đơn chủ động tìm cách đăng ký nhãn hiệu tương tự đến mức gây nhầm lẫn với nhãn hiệu vốn đã có uy tín hoặc được sử dụng phổ biến, với động cơ chính yếu là nhằm khai thác bất chính lợi thế thương mại của nhãn hiệu đó, thực hiện hành vi đầu cơ nhãn hiệu hoặc cản trở cạnh tranh công bằng.

[iv] Nhãn hiệu thuộc diện cấm bảo hộ

Tại Việt Nam, pháp luật quy định một số loại nhãn hiệu không được phép đăng ký bảo hộ và có thể bị phản đối đăng ký. Những [nhãn hiệu](#) này được xếp vào nhóm **nhãn hiệu bị từ chối bảo hộ tuyệt đối**, đồng nghĩa với việc chúng **mặc nhiên** bị coi là không có khả năng phân biệt, **bất kể** có được hưởng quyền ưu tiên hay không.

Dưới đây là các loại nhãn hiệu **thuộc diện cấm bảo hộ** và cấu thành căn cứ từ chối tuyệt đối tại Việt Nam:

- **Dấu hiệu trùng hoặc tương tự gây nhầm lẫn với:** (i) Quốc kỳ, quốc huy, quốc ca của Việt Nam hoặc quốc gia khác; (ii) Biểu tượng, cờ, phù hiệu, tên viết tắt, tên đầy đủ của cơ quan nhà nước, tổ chức chính trị, tổ chức chính trị - xã hội, tổ chức quốc tế, trừ trường hợp được cơ quan có thẩm quyền cho phép.
- **Tên thật, biệt hiệu, bút danh** hoặc **hình ảnh** của lãnh tụ dân tộc, anh hùng dân tộc, danh nhân lịch sử của Việt Nam và nước ngoài.
- **Dấu hiệu trùng hoặc tương tự gây nhầm lẫn với dấu chứng nhận, dấu kiểm nghiệm, dấu bảo hành của các tổ chức quốc tế** có quy định cấm sử dụng, trừ trường hợp được chính tổ chức đó đăng ký làm nhãn hiệu chứng nhận.
- **Dấu hiệu có chứa hình ảnh, nội dung sao chép trái phép từ tác phẩm** đã được bảo hộ quyền tác giả, trừ trường hợp được sự cho phép của chủ sở hữu quyền tác giả.
- **Dấu hiệu gây hiểu sai lệch, nhầm lẫn hoặc đánh lừa người tiêu dùng** về nguồn gốc xuất xứ, đặc tính, công dụng, chất lượng, giá trị hoặc các đặc trưng khác của hàng hóa hoặc dịch vụ.
- **Dấu hiệu là hình dạng vốn có của hàng hóa hoặc hình dạng mang tính kỹ thuật** bắt buộc phải có của sản phẩm, làm mất khả năng phân biệt của nhãn hiệu.

- **Nhãn hiệu chỉ bao gồm** hoặc **chứa một phần thuật ngữ địa lý**, có khả năng gây hiểu lầm hoặc nhầm lẫn về nguồn gốc địa lý của hàng hóa/dịch vụ.
- Nhãn hiệu cấu thành từ các từ ngữ nước ngoài **không thuộc hệ chữ Latinh, chữ tiếng Anh** (ví dụ: tiếng Trung Quốc, tiếng Nga, tiếng Thái Lan), trừ trường hợp có thêm phần phiên âm La tinh là một phần của nhãn hiệu.

Căn cứ từ chối tuyệt đối là cơ sở pháp lý để Cục SHTT **từ chối** đơn đăng ký nhãn hiệu, **xuất phát từ** chính những đặc tính vốn có của nhãn hiệu đó. **Đối với** nhãn hiệu thuộc các căn cứ này, Cục SHTT **sẽ từ chối** đăng ký, do **nhãn hiệu bị xem là không phù hợp** để thực hiện chức năng của một nhãn hiệu.

4. Thời hạn nộp đơn phản đối nhãn hiệu tại Việt Nam là bao lâu?

Thời hạn nộp đơn phản đối nhãn hiệu tại Việt Nam là **05 tháng** kể từ ngày công bố đơn đăng ký nhãn hiệu trên Công báo Sở hữu công nghiệp.

Trước đây, không có quy định chặt chẽ thời hạn nộp đơn phản đối, và về lý thuyết, các bên có thể nộp đơn phản đối vào bất kỳ thời điểm nào từ khi đơn đăng ký nhãn hiệu được công bố cho đến trước khi Cục SHTT ra quyết định về việc cấp văn bằng bảo hộ. Tuy nhiên, Luật Sở hữu trí tuệ sửa đổi năm 2022 và Nghị định 65/2023/NĐ-CP đã thiết lập một thay đổi đáng kể, thu hẹp khung thời gian phản đối xuống còn 05 tháng, tính từ ngày đơn đăng ký nhãn hiệu được công bố.

5. Quy trình nộp đơn phản đối nhãn hiệu tại Việt Nam như thế nào?

Thủ tục phản đối nhãn hiệu tại Việt Nam cung cấp cơ chế cho phép **bên thứ ba** phản bác các đơn đăng ký nhãn hiệu mà họ cho rằng không nên được bảo hộ.

Nộp đơn phản đối:

- Bất kỳ bên thứ ba nào ("**Người phản đối**") đều có thể nộp đơn phản đối đơn đăng ký nhãn hiệu trong vòng 05 tháng kể từ ngày công bố đơn trên Công báo Sở hữu Công nghiệp.
- Đơn phản đối phải được nộp cho Cục SHTT và phải được lập thành văn bản, nêu rõ căn cứ phản đối và kèm theo các tài liệu, chứng cứ liên quan cùng lập luận hỗ trợ.
- Phản đối có thể dựa trên căn cứ tuyệt đối (ví dụ: thiếu khả năng phân biệt) hoặc căn cứ tương đối (ví dụ: [xung đột với quyền sở hữu trí tuệ có trước](#)).

Thông báo cho người nộp đơn:

- Khi nhận được đơn phản đối kèm theo các chứng cứ liên quan, Cục SHTT sẽ ra thông báo (thông báo lần thứ nhất) gửi tới người nộp đơn ("**Bên bị phản đối**") về việc phản đối. Bên bị phản đối có nghĩa vụ đưa ra phản hồi trong vòng hai (02) tháng kể từ ngày thông báo.
- Sau khi xem xét phản hồi của Bên bị phản đối, nếu cần thiết, Cục SHTT có thể tiếp tục gửi một thông báo khác (thông báo lần thứ hai) cho người phản đối ("**Người phản đối**"). Thông báo lần thứ hai này thông báo rằng Bên bị phản đối đã phản hồi đơn phản đối và ấn định thêm thời hạn 02 tháng để Người phản đối nộp phản hồi bổ sung.

Xử lý Đơn phản đối nhãn hiệu dựa trên căn cứ tương đối:

- Trong trường hợp phản đối dựa trên sự tương tự hoặc trùng lặp giữa nhãn hiệu đang xét đơn và nhãn hiệu có trước của Người phản đối, Cục SHTT sẽ kết hợp việc xử lý phản đối với quá trình thẩm định nội dung đơn đăng ký. Người phản đối sẽ được thông báo kết quả của quá trình kết hợp này thông qua một thông báo bao gồm cả kết quả xử lý phản đối và kết quả thẩm định nội dung liên quan đến đơn đăng ký bị phản đối. Cục SHTT có thể sẽ không gửi thông báo riêng về việc xử lý phản đối cho Người phản đối.

Tạo điều kiện đối thoại để làm rõ nội dung:

- Nếu Cục SHTT thấy cần thiết phải làm rõ nội dung phản đối, hoặc theo yêu cầu của cả hai Bên, Cục có thể sắp xếp một buổi đối thoại hoặc gặp mặt trực tiếp giữa các bên để làm rõ thêm các vấn đề.

Quyết định cuối cùng và Thông báo:

- Cục SHTT sẽ đưa ra quyết định cuối cùng về việc chấp nhận hay từ chối cấp đăng ký nhãn hiệu dựa trên các tài liệu/chứng cứ hiện có và/hoặc kết quả đối thoại giữa các bên. Người phản đối sẽ được thông báo về quyết định cuối cùng này, trong đó bao gồm kết quả xử lý phản đối cùng với thông báo thẩm định nội dung đối với nhãn hiệu bị phản đối.

6. Cần chuẩn bị những tài liệu gì để nộp đơn phản đối nhãn hiệu tại Việt Nam?

Để nộp đơn phản đối nhãn hiệu tại Việt Nam, ngoài đơn phản đối và Giấy ủy quyền (nếu nộp thông qua đại diện sở hữu công nghiệp), cần cung cấp đầy đủ chứng cứ và lập luận để chứng minh cho các căn cứ phản đối. Các loại chứng cứ có thể khác nhau tùy thuộc vào từng căn cứ phản đối, nhưng có thể bao gồm:

- **Quyền có trước:** Thông tin/tài liệu về nhãn hiệu, kiểu dáng công nghiệp, tên thương mại, quyền tác giả có trước.
- **Chứng cứ về việc sử dụng trước (đối với nhãn hiệu nổi tiếng hoặc quyền sử dụng trước):** Nếu người phản đối viện dẫn quyền sử dụng nhãn hiệu của mình trước tại Việt Nam, cần nộp các chứng cứ chứng minh việc sử dụng liên tục và rộng rãi trước ngày nộp đơn của đơn đăng ký nhãn hiệu bị phản đối. Ví dụ về chứng cứ bao gồm: (i) Hóa đơn, (ii) Tài liệu quảng cáo và tiếp thị, (iii) Báo cáo nghiên cứu thị trường, (iv) Sổ liệu bán hàng, (v) Tư liệu trưng bày tại các triển lãm thương mại, (vi) Giải thưởng/Giấy khen thể hiện danh tiếng của nhãn hiệu.
- **Phân tích tương tự:** Bản giải trình và so sánh chi tiết giữa nhãn hiệu của bên phản đối và nhãn hiệu bị phản đối, làm nổi bật các điểm tương đồng về hình thức thể hiện, âm thanh và ý nghĩa. Bên phản đối nên giải thích cách thức những điểm tương đồng này, kết hợp với sự liên quan của hàng hóa/dịch vụ, tạo ra khả năng gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng.
- **Chứng cứ liên quan đến căn cứ từ chối tuyệt đối (nếu có):** Nếu phản đối dựa trên căn cứ từ chối tuyệt đối (ví dụ: nhãn hiệu bị phản đối mang tính mô tả hoặc gây nhầm lẫn), bên phản đối cần cung cấp chứng cứ để chứng minh cho đơn phản đối dựa trên căn cứ này. Chứng cứ này có thể bao gồm định nghĩa từ điển, thông tin thị trường hoặc ví dụ về cách nhãn hiệu được sử dụng theo cách mô tả hoặc thông thường (generic).

7. Tôi có nên nộp đơn phản đối nhãn hiệu tại Việt Nam nếu nhãn hiệu đang xét đơn của bên đối lập rất giống với nhãn hiệu có trước của tôi không? Có rủi ro nào nếu không nộp đơn phản đối không?

Các nhãn hiệu tương tự ở mức độ cao cho hàng hóa/dịch vụ tương tự có khả năng cao gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng. Khách hàng có thể nhầm lẫn rằng sản phẩm hoặc dịch vụ của bên kia có nguồn gốc từ thương hiệu của bạn hoặc có liên kết với thương hiệu của bạn. Điều này có thể gây tổn hại đến uy tín và danh tiếng thương hiệu của bạn.

Phản đối nhãn hiệu thường là một biện pháp hiệu quả về chi phí hơn để xử lý một nhãn hiệu có khả năng xâm phạm so với việc tiến hành các hành động pháp lý ở giai đoạn sau khi nhãn hiệu đã được đăng ký (ví dụ, [hủy bỏ hiệu lực](#) hoặc kiện tụng xâm phạm quyền). Giải quyết vấn đề trong giai đoạn phản đối có thể giúp tiết kiệm đáng kể thời gian và nguồn lực về lâu dài.

Nếu bạn không phản đối, đơn đăng ký nhãn hiệu của bên đối lập có thể được đăng ký nếu đáp ứng tất cả các yêu cầu khác. Sau khi được đăng ký, họ sẽ có các quyền pháp lý để sử dụng nhãn hiệu đó, điều này có thể xung đột trực tiếp với nhãn hiệu của bạn. Một nhãn hiệu rất giống với nhãn hiệu của bạn có thể không bị thẩm định viên tìm ra trong quá trình thẩm định do lỗi kỹ thuật. Hệ thống phản đối nhãn hiệu được tạo ra để cung cấp một lớp rà soát thứ hai sau đánh giá ban đầu của thẩm định viên nhưng trước khi nhãn hiệu được cấp đăng ký.

Theo ý nghĩa đó, việc nộp đơn phản đối nhãn hiệu nên được thực hiện để thông báo tới thẩm định viên của Cục SHTT về khả năng có xung đột, để xem xét việc từ chối bảo hộ cho nhãn hiệu xin đăng ký.

8. Tôi có thể gia hạn thời gian phản đối tại Việt Nam không?

Không, thời hạn phản đối 05 tháng là **cố định** và không thể gia hạn.

9. Điều gì xảy ra sau khi đơn phản đối nhãn hiệu được nộp?

Cục SHTT sẽ thẩm định đơn phản đối và phản hồi của người nộp đơn (nếu có). Cục SHTT có thể yêu cầu các bên cung cấp thêm chứng cứ hoặc giải trình. Cuối cùng, Cục SHTT sẽ đưa ra quyết định chấp nhận hoặc bác bỏ phản đối.

10. Các kết quả có thể xảy ra của việc phản đối nhãn hiệu tại Việt Nam là gì?

Quy trình phản đối nhãn hiệu tại Việt Nam có thể dẫn đến một số kết quả có thể xảy ra, chủ yếu ảnh hưởng đến đơn đăng ký nhãn hiệu bị phản đối và quyền của cả người phản đối lẫn người nộp đơn.

- **Phản đối thành công (Phản đối được chấp nhận):** Nếu phản đối thành công, Cục SHTT sẽ ra quyết định từ chối bảo hộ cho đơn đăng ký nhãn hiệu bị phản đối. Điều này có nghĩa là người nộp đơn sẽ không được cấp quyền đối với nhãn hiệu bị phản đối cho các hàng hóa và dịch vụ xin đăng ký. Nhãn hiệu bị phản đối không thể được đăng ký tại Việt Nam cho các hàng hóa/dịch vụ đó, trừ khi người nộp đơn [khiếu nại](#) thành công quyết định này.
- **Phản đối không thành công (Phản đối bị bác bỏ):** Nếu Cục SHTT nhận thấy các căn cứ phản đối không thuyết phục hoặc không đầy đủ, Cục sẽ ra quyết định hoặc thông báo bác bỏ đơn phản đối. Điều này có nghĩa là đơn đăng ký nhãn hiệu bị phản đối sẽ tiếp tục tiến trình đăng ký và có khả năng được bảo hộ. Người nộp đơn sau đó sẽ có quyền đối với nhãn hiệu bị phản đối cho các hàng hóa và dịch vụ xin đăng ký.
- **Thành công một phần:** Trong một số trường hợp, Cục SHTT có thể nhận thấy các căn cứ phản đối chỉ có giá trị một phần. Điều này có thể dẫn đến việc từ chối bảo hộ cho một số hàng hóa/dịch vụ và chấp nhận bảo hộ cho những hàng hóa/dịch vụ khác. Nhãn hiệu bị phản đối có thể bị từ chối bảo hộ cho một số hàng hóa/dịch vụ bị coi là tương tự cao, nhưng được chấp nhận cho những hàng hóa/dịch vụ khác được coi là đủ khác biệt. Để phản hồi lại đơn phản đối hoặc trong quá trình thương lượng, người nộp đơn có thể tự nguyện sửa đổi đơn đăng ký của mình.
- **Thỏa thuận giải quyết:** Người phản đối và người nộp đơn có thể đạt được thỏa thuận giải quyết bên ngoài quy trình phản đối chính thức. Thỏa thuận này có thể bao gồm nhiều điều khoản khác nhau, chẳng hạn như:
 - **Rút đơn phản đối:** Người phản đối đồng ý rút đơn phản đối để đổi lấy một số nhượng bộ nhất định từ người nộp đơn.
 - **Rút đơn đăng ký bị phản đối:** Người nộp đơn đồng ý rút đơn đăng ký bị phản đối.
 - **Thỏa thuận cùng tồn tại:** Các bên thỏa thuận về cách thức họ sẽ hoạt động trên thị trường để giảm thiểu nguy cơ gây nhầm lẫn, có thể bao gồm các giới hạn về khu vực địa lý, kênh phân phối hoặc hàng hóa/dịch vụ cụ thể.
- **Chuyển nhượng:** Trong một số trường hợp, người nộp đơn có thể đồng ý chuyển nhượng nhãn hiệu cho người phản đối.

11. Quy trình phản đối nhãn hiệu tại Việt Nam mất bao lâu?

Quy trình này có thể kéo dài từ 12-15 tháng hoặc lâu hơn, tùy thuộc vào độ phức tạp của vụ việc và mức độ hợp tác của các bên liên quan. Cụ thể, nếu việc phản đối bao gồm các lập luận pháp lý phức tạp, nhiều chứng cứ, hoặc tranh chấp về tình tiết, Cục SHTT sẽ cần nhiều thời gian hơn để xem xét và ra quyết định. Nếu người nộp đơn đưa ra phản biện chi tiết và vững chắc, Cục SHTT cũng sẽ cần thêm thời gian để cân nhắc vụ việc từ hai phía. Ngoài ra, thời gian xử lý tại Cục SHTT có thể bị ảnh hưởng bởi tổng khối lượng công việc và số lượng vụ việc tồn đọng của Cục.

12. Chi phí liên quan đến việc nộp đơn phản đối nhãn hiệu tại Việt Nam là bao nhiêu?

Các chi phí có thể bao gồm phí chính thức, phí đại diện và chi phí thu thập chứng cứ. Tổng chi phí phụ thuộc vào độ phức tạp của vụ việc.

13. Tôi có thể rút đơn phản đối nhãn hiệu tại Việt Nam không?

Người phản đối tại Việt Nam có thể rút đơn phản đối nhãn hiệu vào bất kỳ thời điểm nào trước khi Cục SHTT ra quyết định cuối cùng. Mặc dù các bước thủ tục cụ thể để rút đơn chính thức không được quy định chi tiết, nhưng thường bao gồm việc nộp yêu cầu bằng văn bản cho Cục Sở hữu trí tuệ. Yêu cầu này phải nêu rõ ý định rút đơn phản đối của người phản đối và thường được nộp bởi chính người phản đối hoặc đại diện được ủy quyền của họ. Việc rút đơn phản đối được chấp thuận ở bất kỳ giai đoạn nào trước khi Cục SHTT ra quyết định cuối cùng.

14. Sự khác biệt giữa phản đối nhãn hiệu và hủy bỏ/chấm dứt hiệu lực nhãn hiệu tại Việt Nam là gì?

Phản đối nhãn hiệu đóng vai trò như một biện pháp phòng ngừa được thực hiện trước để ngăn chặn một nhãn hiệu có vấn đề được bảo hộ. Hủy bỏ/chấm dứt hiệu lực nhãn hiệu là một biện pháp khắc phục được thực hiện sau để loại bỏ một nhãn hiệu có vấn đề đã được ghi nhận trong Sổ đăng bạ. Phản đối thường là biện pháp ưu tiên và hiệu quả về chi phí hơn để giải quyết các xung đột nhãn hiệu tiềm ẩn nếu kịp thời phát hiện ra một đơn đăng ký nhãn hiệu xung đột.

So sánh các tiêu chí khác biệt giữa phản đối nhãn hiệu và hủy bỏ/chấm dứt hiệu lực nhãn hiệu:

- **Thời điểm:** Phản đối nhãn hiệu được thực hiện trong quá trình xét nghiệm đơn đăng ký nhãn hiệu, đặc biệt là sau khi nhãn hiệu được công bố trên Công báo Sở hữu Công nghiệp (thường là khoảng 02 tháng sau khi đơn được chấp nhận hình thức). Việc này diễn ra trước khi nhãn hiệu được đăng ký chính thức. Đơn phản đối phải được nộp trong thời hạn luật định (trong vòng 05 tháng kể từ ngày công bố).
- **Mục đích:** Phản đối nhãn hiệu nhằm ngăn chặn việc đăng ký một nhãn hiệu bị coi là không phù hợp dựa trên các căn cứ pháp lý cụ thể. Phản đối có thể giúp cảnh báo Cục SHTT về các xung đột tiềm ẩn với các nhãn hiệu có trước hoặc các quyền khác trước khi việc nhãn hiệu được bảo hộ. Phản đối cũng cho phép bảo vệ các quyền nhãn hiệu hiện hữu và ngăn chặn sự nhầm lẫn thị trường ngay từ đầu.
- **Căn cứ phản đối:** Chủ yếu dựa trên các căn cứ từ chối tuyệt đối và tương đối như được quy định trong Luật SHTT của Việt Nam. Căn cứ phổ biến nhất là sự tương tự gây nhầm lẫn với nhãn hiệu đã đăng ký trước đó hoặc đơn đăng ký nộp trước có ngày ưu tiên sớm hơn.
- **Các căn cứ khác có thể bao gồm:** (i) Thiếu khả năng phân biệt của nhãn hiệu xin đăng ký; (ii) Tính mô tả hoặc tính chất chung chung (genericness) của nhãn hiệu; (iii) Xung đột với kiểu dáng công nghiệp, chỉ dẫn địa lý hoặc quyền tác giả có trước (trong một số trường hợp); (iv) [Hành vi không trung thực khi nộp đơn](#); và (v) Tương tự với nhãn hiệu nổi tiếng.
- **Các kết quả có thể xảy ra:** (i) Phản đối thành công (Được chấp nhận): Cục SHTT từ chối bảo hộ cho nhãn hiệu bị phản đối; (ii) Phản đối không thành công (Bị bác bỏ): Cục SHTT bác bỏ phản đối, và đơn đăng ký nhãn hiệu tiếp tục tiến trình đăng ký; và (iii) Thành công một phần/thỏa thuận giải quyết: Chỉ từ chối một số hàng hóa/dịch vụ, sửa đổi đơn đăng ký hoặc thỏa thuận thương lượng giữa các bên.

Hủy bỏ/Chấm dứt hiệu lực nhãn hiệu: So sánh các tiêu chí khác biệt so với phản đối nhãn hiệu

- **Thời điểm:** Việc hủy bỏ/chấm dứt hiệu lực nhãn hiệu được thực hiện sau khi nhãn hiệu đã được đăng ký. Đơn yêu cầu hủy bỏ hiệu lực nhãn hiệu phải được nộp trong thời hạn luật định (05 năm sau ngày đăng ký, và không giới hạn thời gian đối nếu nhãn hiệu được đăng ký trên cơ sở không trung thực (với dụng ý xấu)).
- **Mục đích:** Việc hủy bỏ/chấm dứt hiệu lực nhãn hiệu nhằm mục đích thu hồi hoặc vô hiệu hóa các nhãn hiệu đã được cấp không đúng quy định hoặc không còn giá trị pháp lý. Hủy bỏ/chấm dứt hiệu lực có thể loại bỏ một nhãn hiệu đã đăng ký khỏi Sổ đăng bạ, do đó xóa bỏ các quyền gắn liền với việc đăng ký đó. Hủy bỏ/chấm dứt hiệu lực cũng cho phép loại bỏ ra khỏi Sổ đăng bạ nhãn hiệu những nhãn hiệu đang cản trở quyền của người khác hoặc gây ra các vấn đề trên thị trường.
- **Căn cứ hủy bỏ/chấm dứt hiệu lực:** (i) Không sử dụng: Nhãn hiệu đã đăng ký không được sử dụng liên tục trong thời gian 05 năm kể từ ngày đăng ký (trừ khi có lý do chính đáng cho việc không sử dụng). Đây là căn cứ phổ biến nhất. (ii) Hủy bỏ hiệu lực dựa trên căn cứ nhãn hiệu phải từ chối: Nhãn hiệu đã được đăng ký vi phạm các căn cứ từ chối tuyệt đối hoặc tương đối tồn tại vào thời điểm đăng ký (ví dụ: nhãn hiệu tương tự gây nhầm lẫn với một nhãn hiệu có trước tại thời điểm nộp đơn); và (iii) Đăng ký không trung thực: Nhãn hiệu đã được đăng ký trên cơ sở không trung thực (ví dụ: với ý định cản trở đối thủ cạnh tranh).
- **Các kết quả có thể xảy ra:** (i) Hủy bỏ/Chấm dứt hiệu lực thành công (Được chấp nhận): Cục SHTT ra quyết định hủy bỏ/chấm dứt hiệu lực nhãn hiệu, loại bỏ nhãn hiệu khỏi Sổ đăng bạ; (ii) Hủy bỏ/Chấm dứt hiệu lực không thành công (Bị bác bỏ): Cục SHTT bác bỏ yêu cầu hủy bỏ/chấm dứt hiệu lực, và

đăng ký nhãn hiệu vẫn còn hiệu lực; và (iii) Hủy bỏ/Chấm dứt hiệu lực một phần: Hủy bỏ/Chấm dứt hiệu lực có thể được chấp nhận cho một số hàng hóa/dịch vụ nhưng không phải cho những hàng hóa/dịch vụ khác.

15. Vai trò của Cục Sở hữu trí tuệ trong quy trình phản đối là gì?

Cục Sở hữu trí tuệ đóng vai trò là cơ quan hành chính xem xét đơn phản đối, đánh giá các tài liệu, chứng cứ và đưa ra quyết định dựa trên các quy định về nhãn hiệu của Việt Nam.

16. Tôi có thể nộp đơn phản đối dựa trên các quyền chưa đăng ký tại Việt Nam không?

Có, có thể nộp đơn phản đối dựa trên các quyền chưa đăng ký tại Việt Nam.

[i] Quyền tác giả chưa đăng ký:

Nếu bên thứ ba nộp đơn đăng ký một nhãn hiệu xâm phạm quyền tác giả hiện có, chưa đăng ký của bạn, bạn có thể nộp đơn phản đối. Việc phản đối này có thể được thực hiện nếu nhãn hiệu xin đăng ký đó chứa tác phẩm được bảo hộ về bản quyền của bạn, một phần đáng kể tác phẩm được bảo hộ của bạn hoặc các tài liệu có bản quyền khác. Để thành công, bạn phải cung cấp bằng chứng thuyết phục về: (i) Sự tồn tại và hiệu lực của Quyền tác giả: Điều này bao gồm việc chứng minh ngày tạo ra tác phẩm có bản quyền của bạn và chứng minh bạn là tác giả; (ii) Hành vi xâm phạm: Bạn phải chỉ ra rõ ràng rằng nhãn hiệu của người nộp đơn đăng ký nhãn hiệu đang xâm phạm quyền tác giả của bạn.

[ii] Nhãn hiệu chưa đăng ký:

Mặc dù luật SHTT của Việt Nam chủ yếu vận hành theo hệ thống "nộp đơn đầu tiên" đối với nhãn hiệu, nhưng có hai trường hợp ngoại lệ quan trọng mà quyền đối với nhãn hiệu chưa đăng ký có thể được sử dụng làm căn cứ phản đối.

- **Nhãn hiệu nổi tiếng:** Nếu [nhãn hiệu chưa đăng ký](#) của bạn đủ điều kiện là "nhãn hiệu nổi tiếng" tại Việt Nam, bạn có thể phản đối một đơn đăng ký trước cho một nhãn hiệu tương tự hoặc trùng lặp. Tuy nhiên, "nổi tiếng" là một yêu cầu pháp lý rất cao, đòi hỏi bằng chứng đáng kể về việc sử dụng rộng rãi, quảng bá và được công nhận trên thị trường Việt Nam. Sự công nhận bên ngoài lãnh thổ Việt Nam là không đủ để một nhãn hiệu được coi là nổi tiếng.
- **Nhãn hiệu được sử dụng rộng rãi (quyền sử dụng trước):** Bạn có thể phản đối đơn đăng ký nhãn hiệu dựa trên việc sử dụng trước, rộng rãi và sự công nhận nhãn hiệu chưa đăng ký của bạn trước đó. Đây là một căn cứ yếu hơn so với việc tuyên bố nhãn hiệu "nổi tiếng", nhưng là một lựa chọn khả thi. Để thành công, bạn phải cung cấp các tài liệu chứng minh:
 - **Sử dụng và công nhận rộng rãi:** Nhãn hiệu của bạn đã đạt được sự công nhận đáng kể bởi những người tiêu dùng liên quan.
 - **Sử dụng trước:** Việc bạn sử dụng nhãn hiệu phải có trước ngày nộp đơn (hoặc ngày ưu tiên, nếu có yêu cầu hưởng quyền ưu tiên) của đơn đăng ký nhãn hiệu bị phản đối.
 - **Sử dụng liên tục và đáng kể:** Việc sử dụng của bạn phải nhất quán và đáng kể, không phải là sử dụng không thường xuyên hoặc mang tính tượng trưng.
 - **Sử dụng tại Việt Nam:** Việc sử dụng phải diễn ra trên lãnh thổ Việt Nam.
 - **Trung thực:** Bạn phải chứng minh rằng việc sử dụng nhãn hiệu trước đó của bạn là trung thực.

By Nguyễn Vũ Quân | Partner, IP Attorney
Đỗ Thị Phần | Special Counsel
Đào Thị Thúy Nga | Senior Patent 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