

## Cofemel v. G-Star: Chuẩn mực mới của Tòa án Công lý Châu Âu - Một chiếc quần jeans có thể là “tác phẩm” hay không?

Tư duy pháp lý theo lối mòn thường mặc định rằng các “sản phẩm mang tính công năng” (functional products) - như một chiếc quần jeans, một đôi dép, chiếc túi xách thời trang hay chai nước hoa - chủ yếu thuộc phạm vi bảo hộ của **Kiểu dáng công nghiệp** (Industrial Design). Rất hiếm khi các chủ thể quyền cân nhắc đến cơ chế **Quyền tác giả** (Copyright), bởi quan niệm rằng hình thức của các sản phẩm sản xuất hàng loạt khó đạt đến tiêu chuẩn của một “tác phẩm” hay “tác phẩm mỹ thuật ứng dụng” để được bảo hộ.

KENFOX IP & Law Office sẽ phân tích vụ kiện Cofemel v. G-Star để làm rõ cách mà **Tòa án Công lý Liên minh châu Âu (CJEU)** đã thiết lập một chuẩn mực mới trong việc nhìn nhận thiết kế ứng dụng dưới góc độ **Quyền tác giả**. Vụ việc không chỉ đặt ra câu hỏi: Liệu một chiếc quần jeans - vốn được xem là sản phẩm tiêu dùng phổ biến - có thể được công nhận là “**tác phẩm**” hay không, mà còn mở ra cuộc tranh luận rộng hơn về ranh giới giữa công năng và sáng tạo. Từ đó, doanh nghiệp có thể khái quát hóa các điều kiện cần thỏa mãn để xác định khi nào một “sản phẩm mang tính công năng”, bên cạnh cơ chế **bảo hộ kiểu dáng công nghiệp**, vẫn có thể được bảo hộ theo pháp luật quyền tác giả.

### 1. Bối cảnh vụ việc

**G-Star Raw (G-Star Raw CV)** là một công ty thời trang nổi tiếng của **Hà Lan** (Netherlands), được thành lập năm 1989 tại Amsterdam. Thương hiệu này nổi danh toàn cầu với các sản phẩm từ chất liệu denim (quần jeans) và phong cách thiết kế thô, mộc (raw). **Cofemel (Cofemel - Sociedade de Vestuário SA)** là một công ty thời trang của **Bồ Đào Nha**. Công ty này sở hữu thương hiệu thời trang **Tiffosi**, một thương hiệu khá phổ biến tại Bồ Đào Nha và Tây Ban Nha, chuyên sản xuất và kinh doanh quần áo may sẵn.

Năm 2013, G-Star Raw khởi kiện Cofemel vì cho rằng Cofemel đã sao chép các mẫu quần jeans và áo phông mang tên “ARC” và “ROWDY” của mình. Nguyên đơn, G-Star, lập luận rằng, các mẫu “ARC” và “ROWDY” không chỉ là quần áo mặc hằng ngày, mà là kết tinh của một quá trình sáng tạo có chủ đích, mang tính nguyên gốc, do đó đủ tư cách là “**tác phẩm**” được bảo hộ theo luật quyền tác giả. Bị đơn, Cofemel, phản bác rằng, quần áo mang chức năng sử dụng, các thiết kế quần áo như vậy **không thể được phân loại là “tác phẩm” được hưởng sự bảo hộ đó**. Thêm vào đó, Cofemel lập luận rằng, muốn được bảo hộ bản quyền thì phải vượt lên thành “nghệ thuật”, phải có “giá trị thẩm mỹ” hoặc “hiệu ứng nghệ thuật” đặc biệt.



Hình ảnh từ: [www.alamy.com/](http://www.alamy.com/), [www.sgcr.pt](http://www.sgcr.pt) and [www.aippi.org](http://www.aippi.org)

Tòa sơ thẩm Bồ Đào Nha đứng về phía G-Star, công nhận các mẫu ARC và ROWDY là “tác phẩm”, buộc Cofemel chấm dứt hành vi xâm phạm và hoàn trả lợi nhuận. Cofemel đã kháng cáo bản án đó lên **Tribunal da Relação de Lisboa (Tòa Phúc thẩm, Lisbon, Bồ Đào Nha)** và tòa này đã giữ nguyên bản án.

Vụ việc tiếp tục được kháng cáo đến Tòa án Tối cao Bồ Đào Nha - cơ quan này thừa nhận rằng các thiết kế của G-Star là kết quả của một quá trình thiết kế có tính sáng tạo, với những yếu tố tạo hình cụ thể, và Cofemel đã sử dụng một số yếu tố đó trong sản phẩm của mình. Tuy nhiên, Tòa Tối cao lung túng ở chỗ: Luật Quyền tác giả Bồ Đào Nha không quy định rõ **mức độ “nguyên gốc”** nào là đủ cho loại thiết kế này, và trong thực

tiền có quan điểm cho rằng cần có một “hiệu ứng thẩm mỹ” hoặc “giá trị nghệ thuật cao” mới được bảo hộ.

Vì vậy, Tòa án Tối cao Bồ Đào Nha đã gửi yêu cầu giải thích trước lên Tòa án Công lý Liên minh Châu Âu (CJEU) trong vụ C-683/17, đề nghị làm rõ: Liệu Điều 2(a) Chỉ thị 2001/29/EC (**Chỉ thị InfoSoc**) có cho phép một quốc gia thành viên chỉ bảo hộ quyền tác giả cho các thiết kế tạo ra một “hiệu ứng thẩm mỹ đặc biệt”, ngoài tiêu chí “tính nguyên gốc”, hay không.

## 2. Chỉ thị InfoSoc và khoảng trống về khái niệm “tác phẩm”

Điều 2(a) Chỉ thị 2001/29/EC (Chỉ thị InfoSoc) quy định về quyền sao chép, buộc các Quốc gia Thành viên phải dành cho tác giả “**quyền độc quyền cho phép hoặc cấm mọi hành vi sao chép tác phẩm bằng bất kỳ phương tiện và hình thức nào**”. Tuy nhiên, Chỉ thị lại không đưa ra một định nghĩa trọn vẹn về khái niệm “tác phẩm” (work). Sự im lặng lập pháp này mở ra khoảng không cho các quan niệm khác nhau ở cấp độ quốc gia: Mỗi hệ thống pháp luật có xu hướng “định nghĩa” tác phẩm theo truyền thống riêng, đặc biệt đối với các đối tượng nằm ở ranh giới giữa nghệ thuật và công năng, như thiết kế thời trang, đồ nội thất, sản phẩm công nghiệp.

Trong bối cảnh đó, nhiệm vụ của CJEU trong vụ Cofemel là xây dựng một chuẩn mực thống nhất ở cấp độ EU về việc: **(1) Khi nào một thiết kế ứng dụng - như quần áo - có thể được coi là “tác phẩm” để hưởng bảo hộ quyền tác giả, và (2) Các quốc gia thành viên có được phép đặt thêm điều kiện “hiệu ứng thẩm mỹ/giá trị nghệ thuật” bên cạnh tiêu chí “tính nguyên gốc” hay không?**

## 3. Lập luận và Phân tích của CJEU: G-Star “thắng về lý lẽ”

CJEU không phải là cấp xét xử thông thường, nên không tuyên kiểu “G-Star thắng, Cofemel thua”. Nhiệm vụ của CJEU là **giải thích luật**, nhưng nội dung giải thích lại có **tác động trực tiếp** đến kết cục tranh chấp. Trong vụ này, toàn bộ lập luận của CJEU **ngiên hướng về phía G-Star và bác bỏ nền tảng lập luận của Cofemel**.

### 3.1. Hai cách tiếp cận đối lập

- **Lập luận của Cofemel (bị đơn):** Cofemel cho rằng muốn được bảo hộ quyền tác giả, các thiết kế quần áo phải đạt đến một mức “**giá trị nghệ thuật**” hoặc “**hiệu ứng thẩm mỹ**” **đặc biệt**, đủ để phân biệt với những thiết kế thời trang thuần túy thương mại. Đây là một ngưỡng rất cao - nếu Tòa chấp nhận, G-Star gần như không có cơ hội, bởi việc chứng minh một chiếc quần jeans là “nghệ thuật” theo nghĩa hàn lâm là vô cùng khó.
- **Lập luận của G-Star (nguyên đơn):** G-Star lại chọn hướng đi khác: chỉ cần thiết kế có “**tính nguyên gốc**” - là **sáng tạo trí tuệ của chính tác giả, được thể hiện bằng các lựa chọn tự do và sáng tạo** - là đủ. Không cần phải chứng minh rằng đó là “nghệ thuật cao siêu”, cũng không cần đạt đến một “hiệu ứng thẩm mỹ đặc biệt” nào.

Trọng tâm **tranh chấp** tại CJEU vì thế chính là câu hỏi: **Liệu luật EU có cho phép quốc gia thành viên yêu cầu thêm tiêu chí “thẩm mỹ/nghệ thuật” bên cạnh “tính nguyên gốc” hay không?**

### 3.2. “Tác phẩm” là khái niệm tự trị và thống nhất của EU

CJEU khẳng định: “tác phẩm” là **khái niệm tự trị của luật EU** (autonomous concept of EU law). Các Quốc gia Thành viên **không được tự định nghĩa** theo cách làm thay đổi hoặc phân mảnh phạm vi bảo hộ.

Mục tiêu là đảm bảo (i) Sự **thống nhất** trong áp dụng Chỉ thị InfoSoc; (ii) **An toàn pháp lý và khả năng dự đoán** cho tác giả, doanh nghiệp khi khai thác tác phẩm ở nhiều nước EU; và (iii) Tránh “mỗi nơi một kiểu” khiến quyền tác giả trở nên rối rắm và thiếu minh bạch.

### 3.3. Hai điều kiện cộng dồn để được coi là “tác phẩm”

Dựa trên án lệ trước đó (Infopaq, Painer, Levola Hengelo...), CJEU khẳng định rằng một đối tượng (dù là văn học, âm nhạc, tác phẩm mỹ thuật hay thiết kế ứng dụng như quần áo) chỉ được coi là “tác phẩm” khi đồng thời đáp ứng **hai điều kiện cộng dồn** sau:

- **Tính nguyên gốc (originality):** Đối tượng phải là “**sáng tạo trí tuệ của chính tác giả**” (the author’s own intellectual creation). Điều này đòi hỏi:

- Tác giả có **không gian cho những lựa chọn tự do và sáng tạo** (free and creative choices) trong quá trình thiết kế;
- Thiết kế phải mang “dấu ấn cá nhân” của tác giả, phản ánh sở thích, phong cách hoặc cách giải quyết tạo hình đặc thù;
- Nếu hình thức bị quyết định hoàn toàn bởi chức năng kỹ thuật, yêu cầu công năng hoặc các ràng buộc bắt buộc, không còn chỗ cho sự lựa chọn sáng tạo, thì **không thể coi là “tác phẩm”**.

(ii) **Tính xác định, có thể nhận diện một cách khách quan (identifiability)**: Đối tượng được bảo hộ phải có **hình thức được xác định một cách đủ chính xác và khách quan** (sufficiently precise and objectively identifiable), để cơ quan có thẩm quyền, tòa án và bên thứ ba có thể nhận diện [phạm vi bảo hộ](#) một cách rõ ràng.

CJEU nhấn mạnh: **Hai điều kiện này là cộng dồn và đầy đủ**. Nếu một thiết kế đáp ứng cả **tính nguyên gốc** và **tính xác định**, nó là “tác phẩm” theo luật EU. **Không được phép thêm bất kỳ điều kiện nào khác** như: đẹp ở mức nào, có giá trị nghệ thuật ra sao, được giới nghệ thuật công nhận hay không.

### 3.4. Bác bỏ dứt khoát tiêu chí “hiệu ứng thẩm mỹ”

Điểm mấu chốt trong phán quyết Cofemel là sự **bác bỏ dứt khoát của Tòa án công lý Châu Âu (CJEU) đối với tiêu chí “hiệu ứng thẩm mỹ” (aesthetic effect)** như một điều kiện để công nhận bảo hộ quyền tác giả. CJEU chỉ ra rằng:

- Khái niệm “cái đẹp”, “giá trị thẩm mỹ”, “nghệ thuật cao” mang tính **chủ quan**, thay đổi theo thời gian, bối cảnh văn hóa-xã hội và người đánh giá.
- Sự chủ quan đó **mâu thuẫn với yêu cầu về tính xác định và khách quan** trong việc nhận diện phạm vi bảo hộ: nếu tiêu chí là “đẹp đến mức nào đó”, không ai có thể dự đoán chắc chắn ranh giới giữa được và không được bảo hộ.
- Nếu cho phép các quốc gia yêu cầu “hiệu ứng thẩm mỹ đáng kể” như một điều kiện độc lập, hệ quả sẽ là **mỗi nước một tiêu chuẩn**, phá vỡ mục tiêu hài hòa hóa quyền tác giả trong EU.

Vì thế, CJEU kết luận: **“Hiệu ứng thẩm mỹ” không thể được sử dụng như một điều kiện bổ sung để công nhận bảo hộ quyền tác giả**. Nói một cách dễ hiểu: **quyền tác giả không phải là “giải thưởng cho cái đẹp”**, mà là **cơ chế bảo hộ cho sự sáng tạo nguyên gốc của tác giả**.

Việc một thiết kế quần áo trông “đẹp”, “ấn tượng” hay “thời trang” là không phù hợp để xác định điều kiện bảo hộ cho tác phẩm. Yếu tố quyết định là **nó có phải là kết quả của những lựa chọn tự do và sáng tạo của tác giả, mang tính nguyên gốc**, hay chỉ là một giải pháp hình thức bị chi phối bởi công năng và xu hướng thông thường của ngành.

### 3.5. Hệ quả: CJEU đứng về phía lập luận của G-Star

Mặc dù không tuyên “G-Star thắng kiện”, nhưng CJEU:

- **Bác bỏ hoàn toàn** cách tiếp cận của Cofemel (đòi hỏi “giá trị nghệ thuật/hiệu ứng thẩm mỹ”).
- **Khẳng định quan điểm của G-Star** là phù hợp với luật EU: Chỉ cần “tính nguyên gốc” là điều kiện duy nhất về nội dung để được bảo hộ.
- Tuyên bố rằng **Bồ Đào Nha không được phép đặt ra yêu cầu “hiệu ứng thẩm mỹ”** như một ngưỡng bổ sung, bắt buộc phải có để bảo hộ quyền tác giả.

## 4. Mối quan hệ giữa quyền tác giả và quyền kiểu dáng: Bảo hộ “đồng thời” nhưng không lạm dụng

Một bản khoản thường gặp là: Nếu thiết kế công nghiệp (ví dụ quần áo, túi xách, đồ nội thất) vừa có thể được bảo hộ dưới dạng **kiểu dáng** (design right) vừa được bảo hộ **quyền tác giả**, liệu có dẫn đến lạm dụng “bảo hộ kép” (bảo hộ đồng thời) (cumulation) gây bóp méo cân bằng của hệ thống SHTT và gây méo mó thị trường hay không? CJEU khẳng định:

- Pháp luật EU **cho phép bảo hộ đồng thời**: cùng một đối tượng có thể là **kiểu dáng** được đăng ký, đồng thời, nếu đáp ứng tiêu chuẩn, là “tác phẩm” được bảo hộ quyền tác giả.
- Tuy nhiên, **mục tiêu và logic bảo hộ của hai chế độ là khác nhau**:

- o Quyền kiểu dáng công nghiệp tập trung vào **khuyến khích đầu tư và đổi mới trong lĩnh vực sản phẩm công nghiệp**, với thời hạn bảo hộ ngắn, dựa trên tiêu chí tính mới và tính khác biệt.
- o Quyền tác giả bảo vệ **sáng tạo tinh thần**, thường với thời hạn dài hơn rất nhiều, dựa trên tiêu chí tính nguyên gốc.

Do đó, **không được sử dụng quyền tác giả như một công cụ để “kéo dài vô thời hạn”** những gì đáng ra chỉ thuộc phạm vi bảo hộ ngắn hạn của kiểu dáng. Cách duy nhất để ngăn ngừa sự lạm dụng này là **duy trì tiêu chuẩn “tính nguyên gốc” ở mức thực chất**, không hạ thấp hoặc thay thế nó bằng những tiêu chí mơ hồ như “hiệu ứng thẩm mỹ vượt trội”.

Nói cách khác, một thiết kế quần áo chỉ được hưởng bảo hộ quyền tác giả khi - và chỉ khi - nó thực sự là **sáng tạo trí tuệ riêng biệt của tác giả**, chứ không phải đơn thuần vì nó thời trang, hấp dẫn hoặc “đẹp hơn bình thường”.

## Kết luận

Đối với các doanh nghiệp trong lĩnh vực thiết kế - từ thời trang, nội thất cho tới sản phẩm công nghiệp - Vụ G-Star Raw kiện Cofemel cho thấy một góc nhìn khác, mang đến thông điệp kép: Đó là lời **cảnh báo** nhưng đồng thời cũng là **cơ hội**. Cảnh báo ở chỗ, nếu tiếp tục xem nhẹ giá trị pháp lý của “tính nguyên gốc” và coi sản phẩm thiết kế chỉ đơn thuần là hàng hóa tiêu dùng, doanh nghiệp đang tự tay tước bỏ một “tầng bảo hộ” pháp lý mạnh mẽ và dài hạn mà quyền tác giả mang lại. Cơ hội ở chỗ, nếu biết **chủ động xây dựng và lưu trữ “dấu vết sáng tạo”** - từ bản phác thảo, quá trình lựa chọn tạo hình, tới các phương án bị loại bỏ - doanh nghiệp sẽ nắm trong tay một nền tảng chứng cứ thuyết phục để chứng minh rằng sản phẩm của mình là kết quả của những lựa chọn tự do và sáng tạo, chứ không phải một biến thể tầm thường của những gì đã có trên thị trường, tạo lợi thế trong việc yêu cầu bảo hộ quyền tác giả và giải quyết tranh chấp.

Vụ G-Star Raw kiện Cofemel cũng cung cấp một chuẩn mực tham chiếu giá trị cho các [hệ thống pháp luật](#) ngoài EU, trong đó có Việt Nam, khi giải bài toán: **Khi nào một thiết kế ứng dụng “vượt ngưỡng” để được bảo hộ như tác phẩm quyền tác giả, bên cạnh các cơ chế truyền thống như kiểu dáng công nghiệp, nhãn hiệu hay chống cạnh tranh không lành mạnh?** Vụ việc giúp các nhà làm luật, cơ quan xét xử và doanh nghiệp Việt Nam có thêm một khung tham chiếu rõ ràng, nhất quán hơn trong việc bảo vệ giá trị sáng tạo trong các ngành công nghiệp thiết kế.

Với 15 năm hoạt động và khẳng định vị thế vững chắc trong lĩnh vực Sở hữu Trí tuệ, **KENFOX IP & Law Office** đã đồng hành cùng hàng ngàn doanh nghiệp trong và ngoài nước thiết lập các cơ chế bảo hộ pháp lý kiên cố. Chúng tôi không chỉ giúp bạn xác lập quyền đối với Kiểu dáng, Nhãn hiệu, Bản quyền mà còn cung cấp các giải pháp thực thi quyền quyết liệt để chống lại các hành vi sao chép tinh vi nhất.

By **QUAN, Nguyen Vu** | Partner, IP Attorney  
**Đào Thị Thúy Nga** | Senior Patent Attorney  
**Nguyễn Thị Kim Anh** | Patent Executive

### 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](mailto:info@kenfoxlaw.com) / [kenfox@kenfoxlaw.com](mailto:kenfox@kenfoxlaw.com)