

Hai vụ kiện xung quanh một đôi giày tại Đan Mạch và Mỹ: Chiến lược nào để bảo hộ hiệu quả sản phẩm công năng dưới góc độ luật bản quyền?

Cuộc đối đầu pháp lý giữa **Ganni A/S** - thương hiệu thời trang Đan Mạch nổi lên từ làn sóng “Scandi cool” - và **Steven Madden, Ltd.** - tập đoàn giày dép Mỹ với mô hình kinh doanh dựa trên tốc độ bắt trend - đã trở thành một trong những vụ kiện tiêu biểu nhất của năm 2024-2025 trong lĩnh vực thiết kế thời trang. Tranh chấp xoay quanh đôi giày “**Buckle Ballerina**” của Ganni và mẫu giày “**Grand Ave**” của Steve Madden không chỉ là câu chuyện về sự giống nhau giữa hai sản phẩm, mà là phép thử quan trọng đối với **ranh giới bảo hộ “bản quyền” của “sản phẩm mang tính công năng”**, đặc biệt khi vụ việc diễn ra song song tại hai hệ thống pháp lý lớn: **Liên minh châu Âu và Hoa Kỳ**.

Thành công vang dội của Ganni tại Đan Mạch - nơi tòa án công nhận thiết kế giày là “tác phẩm mỹ thuật ứng dụng” - trái ngược hoàn toàn với kết cục “lặng lẽ” của vụ việc tại Mỹ, nơi Ganni rút lui trước khi Tòa án Mỹ có thể đưa ra phán quyết nội dung. Sự đối lập này đặt ra một câu hỏi trung tâm: **Tại sao cùng một thiết kế, nhưng lại dẫn đến hai hướng giải quyết pháp lý trái ngược nhau?**

KENFOX IP & Law Office phân tích về vụ việc, khác biệt căn bản giữa tiêu chuẩn **tính nguyên gốc (originality)** trong luật bản quyền EU và học thuyết “**useful article**” theo luật Mỹ. Vụ việc Madden vs. Ganni vì thế trở thành một minh họa điển hình cho “cuộc chiến bản quyền xuyên Đại Tây Dương”, phản ánh cách mà hai hệ thống pháp luật hiểu - và bảo vệ - sáng tạo thẩm mỹ trong các sản phẩm vừa mang giá trị nghệ thuật, vừa có chức năng sử dụng.

I. Bối cảnh

1. Các bên trong vụ kiện:

Ganni A/S là một Công ty được thành lập tại Copenhagen năm 2000 bởi **Frans Truelsen** - ban đầu là một dòng sản phẩm cashmere. Năm **2009**, vợ chồng **Nicolaj Reffstrup** (CEO) và **Ditte Reffstrup** (Giám đốc Sáng tạo) tiếp quản thương hiệu, tái định vị Ganni trở thành một nhãn **contemporary ready-to-wear** nằm giữa fast fashion và haute couture, với doanh thu và hiện diện toàn cầu tăng trưởng mạnh mẽ, hàng chục cửa hàng tại châu Âu, Mỹ và mạng lưới phân phối rộng khắp.

Ganni được xem là một trong những cái tên định nghĩa làn sóng “**Scandi cool**”: Phong cách Bắc Âu thể hệ mới, rời xa chủ nghĩa tối giản khô cứng để hướng tới hình ảnh tươi trẻ, giàu màu sắc, pha trộn giữa nữ tính, nổi loạn và tính ứng dụng, có sức ảnh hưởng lớn trên mạng xã hội và trong cộng đồng **fashion influencers**, và các ngôi sao như Bella Hadid, Miley Cyrus, Emma Chamberlain. Hiện có nhiều cửa hàng tại Copenhagen và hơn 25 cửa hàng ở Mỹ.

Steven Madden, Ltd. là một công ty giày dép và phụ kiện thời trang của Mỹ, được nhà thiết kế **Steve Madden** thành lập năm **1990** với khoản vốn ban đầu chỉ khoảng **1.100 USD**, khởi nghiệp từ một xưởng nhỏ ở Queens (New York) và bán những đôi giày nền tảng (platform) do chính ông thiết kế cho các cửa hàng tại Manhattan.

Công ty được thành lập tại New York năm 1990, sau đó tái đăng ký tại Delaware năm 1998, niêm yết cổ phiếu trên Nasdaq từ năm 1993 và hiện có trụ sở tại **Long Island City, New York**, vận hành hàng trăm cửa hàng trên toàn cầu và một danh mục thương hiệu rộng, trong đó có **Dolce Vita, Betsey Johnson, Blondo, BB Dakota...** cùng nhiều nhãn được cấp phép.

Steve Madden được biết đến như một “ông vua giày trend-driven” của Mỹ, xây dựng mô hình kinh doanh dựa trên khả năng **nắm bắt và thương mại hóa xu hướng đường phố** với tốc độ rất cao, đưa những thiết kế “bắt trend” ra thị trường đại chúng thông qua mạng lưới bán lẻ và đối tác bách hóa lớn tại Mỹ và quốc tế.

2. Các mẫu giày tranh chấp:

“**Buckle Ballerina**” (**Ganni**): Giày bệt (ballet flat) mũi nhọn, slingback, gót thấp. Để có xu hướng “thô”, vuông, hơi bè. Hai dây quai to bản chạy ngang mu bàn chân, gắn khóa kim loại và lỗ đinh tán (eyelets)

mang hơi hướng punk. Bề mặt da bóng, băng màu đa dạng. Được tòa Đan Mạch ghi nhận có doanh thu đáng kể (hơn DKK 13 triệu tại Đan Mạch) và độ phủ truyền thông cao.

“Grand Ave” / “GRAYA” / “SANDRIA” (Steve Madden): Về tổng thể, mô phỏng bố cục thẩm mỹ của Buckle Ballerina: mũi nhọn, slingback, gót thấp, hai dây quai to bản với khóa kim loại và eyelets, bề mặt da bóng, phối màu tương tự. “Grand Ave” là mẫu được bán ở châu Âu/Đan Mạch; “GRAYA” và “SANDRIA” là các mẫu tương ứng cho thị trường Mỹ, được Steve Madden mô tả là sản phẩm theo xu hướng chung của thị trường chứ không “copy” riêng Ganni.



Mẫu giày Buckle Ballerina của Ganni (bên trái) & Mẫu giày Grand Ave của Steve Madden (bên phải)

3. Vụ kiện đầu tiên: Ganni S/A kiện Steven Madden, Ltd. tại Đan Mạch

Đăng ký quyền và chiến lược ban đầu: Ganni [đăng ký kiểu dáng Cộng đồng](#) (RCD - Registered Community Design) cho mẫu giày “Buckle Ballerina” tại EU vào năm 2023. Đồng thời, Ganni khởi kiện Steve Madden tại **Tòa Hàng hải và Thương mại Đan Mạch** (Maritime and Commercial High Court), yêu cầu:

- Công nhận Buckle Ballerina là **tác phẩm được bảo hộ quyền tác giả**;
- Tuyên Grand Ave xâm phạm quyền tác giả và vi phạm **Luật Thực hành Tiếp thị Đan Mạch** (Marketing Practices Act);
- Cấm Steve Madden sản xuất, quảng bá, xuất khẩu, nhập khẩu Grand Ave tại Đan Mạch.

Phán quyết của tòa Đan Mạch (2024, được phúc thẩm 2025): Tháng 8/2024, Tòa Hàng hải và Thương mại ra phán quyết ủng hộ Ganni; tháng 3/2025, **Tòa High Court of Eastern Denmark** giữ nguyên, khẳng định:

[i] Buckle Ballerina là “tác phẩm mỹ thuật ứng dụng”: Tòa áp dụng tiêu chuẩn **“sự sáng tạo trí tuệ riêng của tác giả”** (author’s own intellectual creation) theo xu hướng án lệ CJEU (Infopaq, Cofemel). Dù từng chi tiết (mũi nhọn, quai, khóa, đế) không mới, sự **kết hợp** của chúng tạo nên một tổng thể chưa từng xuất hiện, phản ánh lựa chọn sáng tạo tự do của nhà thiết kế: đối lập giữa phom ballerina mềm mại và đế, dây quai, khóa kim loại mang chất punk/cool.

[ii] Mẫu giày “Grand Ave” là “bản sao quá gần”: Tòa so sánh **ấn tượng tổng thể**: phom mũi nhọn, slingback, đế bèo, hai dây quai to bản, khóa và eyelets, chất liệu da bóng, phối màu; Nhận định phần lớn yếu tố này **không có chức năng kỹ thuật**, mà thuần túy mang tính thẩm mỹ; Các khác biệt nhỏ (chi tiết bố trí, tỉ lệ) không đủ phá vỡ cảm nhận chung về sự tương đồng.

[iii] **Áp dụng kết hợp bản quyền + luật tiếp thị**: Ngoài [xâm phạm quyền tác giả](#), tòa còn kết luận mẫu giày “Grand Ave” vi phạm **Marketing Practices Act** vì “bám sát” thiết kế của Ganni đến mức tạo lợi thế cạnh tranh không lành mạnh.

Hệ quả: Steve Madden bị **cấm bán**, phân phối, xuất - nhập khẩu mẫu giày “Grand Ave” tại Đan Mạch. Phán quyết được ghi nhận rộng rãi là **lần đầu tiên** một thiết kế giày cụ thể được tòa Đan Mạch công nhận bảo hộ bản quyền một cách rõ ràng. Nói cách khác, tại Đan Mạch, mẫu giày “Buckle Ballerina” không chỉ là sản phẩm thời trang, mà được “nâng cấp” thành **tác phẩm được bảo hộ như một “work of applied art”**.

3. Vụ kiện thứ hai: Steven Madden, Ltd. kiện ngược Ganni S/A tại Mỹ

Trong khi thua kiện tại Đan Mạch, Steve Madden **chủ động mở mặt trận mới tại Hoa Kỳ**.

Đơn kiện tại E.D.N.Y. (Steve Madden, Ltd. v. Ganni A/S, 1:24-cv-04946-BMC)

Tháng 7/2024, Steve Madden khởi kiện tại **Tòa Liên bang khu Đông New York**. Madden yêu cầu xét xử bởi **bồi thẩm đoàn**. Các yêu cầu chính: (i) Tuyên bố không xâm phạm bất kỳ quyền tác giả, sáng chế, trade dress, hay quyền không cạnh tranh nào của Ganni liên quan tới các mẫu **GRAYA** và **SANDRIA** (các phiên bản “Mỹ hóa” của Grand Ave); (ii) Bồi thường thiệt hại do **tortious interference** (can thiệp trái pháp luật vào quan hệ kinh doanh) và **libel** (phỉ báng) vì Ganni đã gửi thư dọa kiện, yêu cầu Nordstrom, Dillard’s, ASOS, Zalando... ngừng bán sản phẩm của Steve Madden; và (iii) Lệnh cấm Ganni tiếp tục các hành vi bị coi là “stifling competition”.

Lập luận của Steve Madden: Trong Đơn kiện và Đơn kiện sửa đổi (Amended Complaint), Steve Madden xây dựng một bức tranh hoàn toàn khác:

- **Về mặt thực tế thị trường**: Giày ballet, giày slingback, dây quai, khóa, eyelets, da bóng... vốn là các yếu tố rất phổ biến trong ngành giày dép; Steve Madden liệt kê gần 100 mẫu giày tương tự đang bán tại Mỹ để chứng minh Công ty Ganni S/A (Đan Mạch) không thể độc quyền hóa một phong cách vốn đã “tràn ngập” thị trường.
- **Về mặt quyền ở Mỹ**: Ganni **không có bất kỳ đăng ký bản quyền, bằng sáng chế thiết kế, trademark, trade dress nào tại Mỹ** cho mẫu giày “Buckle Ballerina” hay mẫu Two-Strap; Do đó, việc Ganni gửi thư khẳng định có “worldwide copyright and design rights” rồi dọa kiện khách hàng của Madden bị coi là **vượt quá những gì pháp luật Mỹ công nhận**.

Phản ứng của Ganni tại Mỹ: Lùi chiến lược, “buông” quyền

Tháng 11/2024, Ganni nộp bản trả lời (**Answer**) cùng nhiều biện hộ, nhưng đồng thời: (i) **Thừa nhận** trước tòa Mỹ rằng họ “*không sở hữu hoặc kiểm soát bất kỳ quyền tác giả, nhãn hiệu, trade dress, bằng sáng chế nào tại Mỹ*” đối với các thiết kế liên quan; và (ii) Nộp **Covenant Not to Sue** - cam kết không khởi kiện Steve Madden hoặc khách hàng của Steve Madden ở Mỹ về các quyền SHTT nêu trên.

Kết quả thực tế:

- Các yêu cầu [tuyên bố không xâm phạm](#) trở nên... vô nghĩa, vì Ganni đã chính thức công nhận “không có quyền để mà khởi kiện”;
- Trọng tâm vụ việc chuyển dịch sang tranh chấp thuần túy về **tortious interference** và **libel** (cạnh tranh & trách nhiệm ngoài hợp đồng), nhiều khả năng đi đến **thỏa thuận dàn xếp ngoài tòa**;
- Về mặt bản quyền đối với thiết kế giày, **tòa Mỹ không còn cơ hội - cũng không còn nhu cầu - đưa ra phán quyết nội dung**, vụ “chết yên” ở mức tố tụng.

II. EU và Mỹ: Hai hệ thống pháp lý, hai logic khác nhau về bảo hộ thiết kế thời trang

Để lý giải vì sao Ganni thắng vang dội ở Đan Mạch nhưng “rút lui chiến lược” ở Mỹ, phải đặt vụ việc vào **khung pháp lý về “tính nguyên gốc” và “sản phẩm mang tính công năng”** của hai hệ thống pháp luật.

1. EU: Tiêu chuẩn “tác phẩm” thống nhất và sự cởi mở với thời trang

(a) Tiêu chuẩn “tính nguyên gốc” trong EU

Theo án lệ của Tòa án Công lý Châu Âu (CJEU) tại các án lệ như Infopaq, Painer, Levola..., một đối tượng được coi là “tác phẩm” khi thỏa mãn hai điều kiện:

- (i) **Tính nguyên gốc (originality)**: Đối tượng phải là “**sáng tạo trí tuệ của chính tác giả**” (the Author's Own Intellectual Creation - **AOIC**). 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.

Trong vụ Cofemel (C-683/17) - một tranh chấp xuất phát trực tiếp từ ngành thời trang – CJEU đi xa hơn:

(i) Các quốc gia thành viên **không được phép** đặt thêm tiêu chí riêng (ví dụ: yêu cầu phải có “giá trị thẩm mỹ cao”, “trình độ nghệ thuật đặc biệt”...) để bảo hộ tác phẩm là thiết kế thời trang hay tác phẩm mỹ thuật ứng dụng; và (ii) Nói cách khác, **chỉ có một tiêu chuẩn duy nhất** - AOIC - cho *mọi loại* tác phẩm, kể cả works of applied art (sản phẩm công năng).

Do đó, về mặt lý thuyết, nếu một đôi giày - bao gồm cả hình dáng 3D - là kết quả của các **lựa chọn sáng tạo tự do, không bị quyết định bởi chức năng kỹ thuật**, thì nó có thể là “tác phẩm” được bảo hộ bản quyền.

(b) Ganni dưới lăng kính án lệ Cofemel

Trong phán quyết về mẫu giày “Buckle Ballerina”, tòa Đan Mạch đã áp dụng logic của án lệ Cofemel một cách chuẩn mực, gọn gàng và nhất quán: (i) Thừa nhận rằng từng yếu tố (mũi nhọn, đế, quai, khóa) không mới; (ii) Nhưng nhấn mạnh **cách kết hợp** các yếu tố, đặc biệt là: đối lập giữa phom mềm mại kiểu ballerina với đế/gót góc cạnh, “cứng”; dây quai to bản, khóa và eyelets mang chất punk; sự tự do của nhà thiết kế trong việc lựa chọn hình khối, tỷ lệ, vị trí các chi tiết, từ đó, Tòa kết luận:

- Thiết kế này **không bị áp đặt bởi công năng** (một đôi giày vẫn có thể hoàn toàn khác, vẫn mang chức năng đi lại);
- Tổng thể thể hiện **tầm nhìn thẩm mỹ riêng** của nhà thiết kế - do đó thỏa mãn AOIC.

Điều đáng chú ý, Tòa không yêu cầu mức độ “độc đáo” đặc biệt cao, không đòi hỏi phải có “giá trị nghệ thuật vượt trội”, mà chỉ cần **một mức sáng tạo tối thiểu nhưng thực sự là kết quả của lựa chọn cá nhân**. Cách suy luận này nằm đúng “đường ray” của án lệ Cofemel, cũng cố xu hướng **mở rộng bảo hộ bản quyền cho thời trang** trong EU. Hệ quả: trong hệ thống EU, mẫu giày “**Buckle Ballerina**” có “**cơ sở pháp lý**” khá thuận lợi để được coi là tác phẩm, và từ đó mẫu giày “Grand Ave” bị coi là bản sao.

2. Mỹ: “useful article doctrine” và bài toán tách biệt yếu tố công năng

(a) Khung pháp lý: 17 U.S.C. § 101 và Star Athletica

Theo luật bản quyền Mỹ, các “pictorial, graphic and sculptural works” gắn với “**useful article**” (sản phẩm công năng - như giày dép, quần áo) chỉ được bảo hộ nếu phần thẩm mỹ:

- **Có thể được nhận diện riêng biệt** (separate identification); và
- **Có thể tồn tại độc lập** với phần công năng (independent existence), tức là nếu ta “tưởng tượng tách nó ra”, nó có thể tồn tại như một tác phẩm nghệ thuật 2D hoặc 3D độc lập, không còn mang chức năng của vật dụng.

Trong án lệ “**Star Athletica v. Varsity Brands**” (580 U.S. 405, 2017), Tòa án Tối cao Pháp viện Mỹ (Supreme Court of the United States (SCOTUS):

- Công nhận: Các họa tiết trang trí trên đồng phục cổ vũ (chevrons, stripes, colour blocks) có thể tách biệt khỏi chức năng mặc và được bảo hộ;
- Nhưng đồng thời nhấn mạnh rằng **hình dạng, đường cắt (cut), kích thước** của trang phục - tức là “thiết kế công nghiệp” - không được bảo hộ bản quyền.

Tóm lại, hệ thống pháp luật Hoa Kỳ áp dụng **cách tiếp cận thận trọng** trong việc sử dụng **quyền tác giả** để bảo hộ hình dáng tổng thể của các sản phẩm có chức năng sử dụng (như giày dép, quần áo). Trọng tâm bảo hộ chủ yếu được đặt vào các yếu tố trang trí bề mặt - chẳng hạn như họa tiết, pattern hoặc đồ họa - hơn là vào hình khối ba chiều (3D) của sản phẩm.

(b) Vị thế pháp lý của Ganni tại Mỹ trong vụ Madden

Về mặt lý thuyết, Ganni có thể tìm cách bảo hộ **pattern, bố cục dây quai, khóa, eyelets** như “pictorial/graphic/sculptural features”; Hoặc bảo hộ **trade dress** (hình dạng sản phẩm như dấu hiệu nhận diện thương mại), với điều kiện chứng minh **secondary meaning** (người tiêu dùng nhận ra đó là “Ganni”).

Nhưng thực tế hồ sơ vụ án cho thấy Ganni **không có**: Đăng ký bản quyền; [Đăng ký bằng kiểu dáng công nghiệp](#); [Đăng ký nhãn hiệu](#)/trade dress cho mẫu giày “Buckle Ballerina” tại Mỹ. Trong quá trình tố tụng, Ganni **chính thức thừa nhận** với tòa Mỹ rằng: Họ “*không sở hữu bất kỳ quyền SHTT nào tại Mỹ đối với các thiết kế liên quan*”; Và ký **Covenant Not to Sue** cam kết không bao giờ khởi kiện Steve Madden tại Mỹ về các quyền này.

Lý do sâu xa có thể lý giải như sau (phân tích): (i) **Ngưỡng pháp lý cao và tính bất định**: Để bảo hộ hình dáng tổng thể của đôi giày theo luật bản quyền, Ganni sẽ phải chứng minh rằng có các yếu tố thẩm mỹ **separable** theo chuẩn án lệ “Star Athletica” - điều này không hiển nhiên với một thiết kế 3D; Để bảo hộ trade dress, họ phải chứng minh **secondary meaning** trên thị trường Mỹ - trong khi bản thân mẫu giày “Buckle Ballerina” chưa đạt mức độ “biểu tượng” tại Mỹ như tại châu Âu. (ii) **Chi phí - rủi ro - tác động tiền lệ**: Việc tiếp tục tranh tụng đến cùng tại Mỹ có thể tốn kém, đối mặt với nguy cơ tòa Mỹ tuyên bố thiết kế *không* được bảo hộ - tạo “**tiền lệ**” bất lợi cho tham vọng bảo hộ toàn cầu của Ganni; Ngược lại, việc **chủ động từ bỏ quyền tại Mỹ** (ít nhất về mặt tố tụng) giúp Ganni “**khoanh vùng rủi ro**”, giữ lại chiến thắng ở Đan Mạch/EU, tránh để tòa Mỹ đi theo một hướng trái ngược rõ rệt và được viện dẫn ngược lại ở những tranh chấp sau.

III. So sánh tiêu chuẩn “tính nguyên gốc” cho sản phẩm công năng tại Châu Âu so với Mỹ

1. EU: Tiêu chí “sáng tạo trí tuệ của chính tác giả” (AOIC) - nhấn mạnh sự tự do sáng tạo, ít chú trọng phân tách công năng

Trong EU (sau án lệ Infopaq, Cofemel), tính nguyên gốc của **tác phẩm mỹ thuật ứng dụng** được đánh giá theo hai trụ cột: (i) **Không trùng lặp thuần túy** với những gì đã tồn tại (không phải sao chép máy móc) và (ii) Thể hiện **lựa chọn sáng tạo tự do** - tác giả có nhiều phương án thiết kế khác nhau, và sản phẩm phản ánh “cái tôi” của tác giả.

Trong vụ kiện của Ganni tại Đan Mạch, Tòa không có “tách” đâu là phần công năng, đâu là phần thẩm mỹ, mà hỏi: Liệu cách nhà thiết kế **vay mượn, sắp xếp, kết hợp, đối lập** các yếu tố đã có (mũi nhọn, quai, buckles...) có mang tính sáng tạo riêng? Khi câu trả lời là “Có” - vì có **mức độ tự do thiết kế cao** và sự kết hợp thể hiện gu thẩm mỹ riêng - tòa **công nhận bản quyền cho toàn bộ hình dáng giày** như một tác phẩm 3D.

Điểm đáng chú ý, trong EU, **giới hạn chính** nằm ở yêu cầu *không bị quyết định hoàn toàn bởi công năng* (gần với logic của án lệ Brompton về xe đạp gấp: Nếu hình dạng chỉ là kết quả tất yếu của chức năng kỹ thuật, thì không có quyền tác giả). Một khi vượt qua rào cản công năng, ngưỡng **AOIC** được áp dụng tương đối linh hoạt, tạo điều kiện thuận lợi cho các thiết kế thời trang được công nhận là tác phẩm.

2. Mỹ: Tiêu chuẩn “modicum of creativity” kết hợp với yêu cầu separability - cách tiếp cận nghiêm ngặt đối với hình dáng ba chiều của sản phẩm công năng

Về nguyên tắc, Mỹ cũng áp dụng tiêu chuẩn “originality” rất thấp (Án lệ Hoa Kỳ: **Feist Publications v. Rural Telephone Service Co. (499 U.S. 340, 1991)**, chỉ cần “a modicum of creativity” là đủ - tức là “một mức độ sáng tạo tối thiểu”). Nhưng với sản phẩm mang tính công năng/đồ vật hữu ích (**useful articles**) yếu tố then chốt lại nằm ở **separability test** theo 17 U.S.C. § 101 và án lệ Star Athletica. Nói một cách thực tế:

- **Tính nguyên gốc (“Originality”)** chỉ được cân nhắc **sau khi** tòa chấp nhận rằng có một hoặc vài đặc điểm thẩm mỹ *có thể tách ra* và tồn tại độc lập như một tác phẩm (2D/3D);
- Với sản phẩm như giày dép, nơi hình dạng tổng thể gắn chặt với chức năng, việc xác định phần “tách được” thường khó, gây bất định lớn cho nguyên đơn.

Trong bối cảnh vụ kiện Madden vs. Ganni, điều này dẫn đến: Dù Ganni có thể lập luận rằng bố cục dây quai - khóa - eyelets là một “pattern” tách rời, họ vẫn phải: (i) chứng minh tính separability; và (ii) vượt qua lập luận thực tế của Steve Madden rằng **rất nhiều đôi giày khác trên thị trường Mỹ cùng sử dụng pattern tương tự**.



Nguy cơ cho Ganni:

- Ngay cả khi tòa công nhận separability, tòa vẫn có thể kết luận **không đủ originality** trong bối cảnh thị trường Mỹ đã bão hòa sản phẩm tương tự;
- Một phán quyết như vậy, nếu được tuyên, sẽ là **tuyên bố trực diện** rằng thiết kế giày của họ không đạt ngưỡng bảo hộ tại Mỹ - điều mà về mặt chiến lược, Ganni khó chấp nhận.

Việc Ganni chọn **tự tuyên bố không có quyền và cam kết không khởi kiện** là cách “rút khỏi bàn chơi” trước khi tòa có cơ hội đưa ra nhận định tiêu cực.

Kết luận: Bài học từ một “cuộc chiến bản quyền xuyên Đại Tây Dương”

Vụ **Madden v. Ganni** là một trường hợp điển hình cho các doanh nghiệp thời trang khi cân nhắc sử dụng quyền tác giả như một công cụ bảo vệ thiết kế.

Trong lĩnh vực này, **bối cảnh pháp lý** đóng vai trò quyết định chiến lược. Cùng một thiết kế (các sản phẩm mang tính công năng), nhưng trong hệ thống pháp luật EU (đặc biệt sau án lệ *Cofemel*) có thể dễ dàng được công nhận là “tác phẩm”. Ngược lại, tại Hoa Kỳ, thiết kế tương tự khó vượt qua ngưỡng **separability** và **originality** đối với *useful articles*.

Khái niệm **“tính nguyên gốc”** không chỉ là vấn đề nghệ thuật, mà còn là vấn đề chứng cứ và thị trường. Tại Đan Mạch, Ganni chứng minh được rằng sự kết hợp của các yếu tố quen thuộc đã tạo nên “đấu ấn riêng”, phản ánh “khoảng tự do sáng tạo” và vị thế thị trường. Trong khi đó, tại Hoa Kỳ - nơi thị trường giày ballet với chi tiết buckles và straps đã bão hòa - việc chứng minh tính nguyên gốc và khả năng tách rời của toàn bộ hình dáng đôi giày trở thành thách thức, khiến Ganni rút lui trước khi có phán quyết nội dung.

Do đó, **bảo hộ thiết kế thời trang** đòi hỏi một chiến lược đa tầng và đa địa bàn: Kết hợp đăng ký kiểu dáng (designs), tận dụng quyền tác giả (copyright), đồng thời cân nhắc công cụ **trade dress** và các quy định về cạnh tranh không lành mạnh. Các doanh nghiệp cần đánh giá sự khác biệt giữa EU, Hoa Kỳ và các thị trường chủ chốt, đồng thời chuẩn bị hồ sơ chứng cứ về quá trình sáng tạo và khai thác thương mại ngay từ đầu.

Từ góc độ chính sách, vụ việc đặt ra câu hỏi lớn cho tương lai:

- EU đang tiến gần đến mô hình coi mọi thiết kế có tính nguyên gốc đều có thể được hưởng quyền tác giả, kể cả trong lĩnh vực thời trang;
- Hoa Kỳ tiếp tục duy trì khoảng cách, bảo vệ ranh giới giữa “nghệ thuật” và “thiết kế công nghiệp”.

Như vậy, có thể thấy, các thương hiệu thời trang toàn cầu khó có thể áp dụng một chiến lược pháp lý thống nhất cho mọi thị trường. Thay vào đó, họ buộc phải thích ứng với nhiều hệ tư tưởng bản quyền song song - giống như cách Ganni đã làm trong cuộc tranh chấp với Steve Madden: **Tấn công mạnh tại châu Âu, rút lui tại Hoa Kỳ, nhưng vẫn duy trì câu chuyện thương hiệu như một “người bảo vệ sáng tạo” trên bình diện quốc tế.**

15 năm hoạt động và xử lý hàng trăm vụ tranh chấp, xâm phạm Sở hữu Trí tuệ đã giúp **KENFOX IP & Law Office** thấu hiểu sâu sắc những thách thức pháp lý liên quan đến bảo hộ và thực thi quyền đối với các thiết kế ứng dụng. Chúng tôi không chỉ hỗ trợ doanh nghiệp trong việc xác lập và đăng ký quyền đối với Kiểu dáng Công nghiệp và Quyền tác giả, mà còn xây dựng các **chiến lược tư vấn và tranh tụng chuyên sâu**, tập trung vào việc nhận diện và chứng minh các **“yếu tố sáng tạo cốt lõi”** - yếu tố then chốt để bảo vệ hiệu quả tài sản thiết kế và tối ưu hóa khả năng thành công trong các vụ tranh chấp xâm phạm phức tạp.