

Xung đột bảo hộ chỉ dẫn địa lý và nhãn hiệu trong Hiệp định TPP và những vấn đề đặt ra với Việt Nam

Lê Thị Thu Hà*

Đại học Ngoại thương, 91 Chùa Láng, Láng Thượng, Đống Đa, Hà Nội, Việt Nam

Nhận ngày 25 tháng 3 năm 2016

Chỉnh sửa ngày 6 tháng 5 năm 2016; Chấp nhận đăng ngày 24 tháng 6 năm 2016

Tóm tắt: Xung đột bảo hộ chỉ dẫn địa lý và nhãn hiệu luôn là chủ đề quan tâm trong quá trình đàm phán và thực thi các Điều ước quốc tế về sở hữu trí tuệ. Bài viết phân tích việc giải quyết xung đột này trong Hiệp định TPP, so sánh tương quan với các hiệp định thương mại tự do song phương và với hệ thống pháp luật của một thành viên, đưa ra một số vấn đề cho Việt Nam khi thực thi Hiệp định này.

Từ khóa: TPP, sở hữu trí tuệ, chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu, xung đột chỉ dẫn địa lý và nhãn hiệu.

1. Mở đầu

Giải quyết xung đột chỉ dẫn địa lý và nhãn hiệu lần đầu tiên được đưa ra trong Hiệp định về các khía cạnh liên quan đến thương mại của quyền sở hữu trí tuệ năm 1995 (Hiệp định TRIPs). Khi các tranh luận về thực thi các điều khoản này của TRIPs vẫn còn tiếp diễn, đàm phán Doha vẫn rơi vào bế tắc¹ thì trong các hiệp định thương mại gần đây, mối quan hệ giữa chỉ dẫn địa lý và nhãn hiệu này được đặc biệt chú ý và đã có những thay đổi căn bản so với TRIPs. TPP là hiệp định thương mại tự do đa phương lớn nhất, tham vọng nhất và gây tranh cãi nhiều

nhất mà các nước đã đạt được trong 20 năm qua kể từ vòng đàm phán Uruguay. Các quy định về sở hữu trí tuệ nói chung và chỉ dẫn địa lý nói riêng đã vượt xa những quy định đơn giản ban đầu trong chương X² về sở hữu trí tuệ của Hiệp định TPP. Bài viết sẽ phân tích vấn đề xung đột chỉ dẫn địa lý và nhãn hiệu theo Hiệp định TRIPs và TPP, so sánh tương quan với các hiệp định thương mại tự do song phương và với hệ thống pháp luật của một số nước, đưa ra một số kiến nghị cho Việt Nam khi thực thi Hiệp định TPP.

2. Nhãn hiệu và chỉ dẫn địa lý trong Hiệp định TRIPs

Hiệp định TRIPs là hiệp định đa biên đầu tiên thuộc hệ thống các hiệp định của WTO đề

*ĐT.: 84-912211178

Email: ha.le@ftu.edu.vn

¹Xem thêm : Chương trình nghị sự Phát triển Doha (DDA) của WTO, bao gồm 19 chủ đề liên quan thương mại. Doha đã trải qua nhiều vòng đàm phán từ năm 2000 và nảy sinh bất đồng giữa các nước đang phát triển, dẫn đầu là Ấn Độ và Brazil với các nước phát triển gồm Mỹ và EU. Sau khi Ấn Độ từ chối phê chuẩn Hiệp định tạo thuận lợi thương mại (TFA) của WTO vào tháng 7 năm 2014, Doha chính thức rơi vào bế tắc.

²Xem Chapter 10, Trans-Pacific Strategic Economic Partnership Agreement, tại: <http://www.mfat.govt.nz/downloads/trade-agreement/transpacific/main-agreement.pdf> (truy cập ngày 28/10/2015).

cập đến việc bảo hộ chỉ dẫn địa lý và nhãn hiệu như hai đối tượng độc lập, đồng thời đưa ra giải pháp cho các tranh chấp phát sinh giữa hai đối tượng này [1]. Chỉ dẫn địa lý và nhãn hiệu là hai đối tượng của quyền SHTT, được bảo hộ ngang bằng, chính vì vậy, mối quan hệ nhãn hiệu và chỉ dẫn địa lý đã được tìm thấy trong quy định của cả hai đối tượng này.

Trong nội dung quy định về bảo hộ nhãn hiệu, nguyên tắc "độc quyền của một nhãn hiệu được đăng ký trước một cách có thiện ý" đã được đưa ra. Theo đó, "chủ sở hữu một nhãn hiệu đã được đăng ký phải có độc quyền ngăn cản tất cả mọi bên thứ ba sử dụng, mà không được chủ sở hữu cho phép trong quá trình thương mại, các dấu hiệu trùng hoặc tương tự cho các hàng hoá và dịch vụ trùng hoặc tương tự với hàng hoá và dịch vụ mà nhãn hiệu đó được đăng ký để sử dụng, nếu việc sử dụng đó có thể dẫn đến khả năng nhầm lẫn". (Điều 16.1)

Điều này có nghĩa Hiệp định Trips cho phép chủ sở hữu nhãn hiệu có độc quyền ngăn cản việc sử dụng dấu hiệu trùng hoặc tương tự cho hàng hoá trùng hoặc tương tự, bao gồm cả các dấu hiệu chỉ nguồn gốc xuất xứ sản phẩm có thể đăng ký như một chỉ dẫn địa lý.

Trong quy định về bảo hộ chỉ dẫn địa lý, Hiệp định TRIPS quy định:

Mỗi Thành viên phải (...) từ chối hoặc huỷ bỏ hiệu lực đăng ký nhãn hiệu hàng hoá có chứa hoặc được cấu thành bằng một chỉ dẫn địa lý dùng cho hàng hoá không bắt nguồn từ lãnh thổ tương ứng, nếu việc sử dụng chỉ dẫn đó trên nhãn hiệu hàng hoá cho những hàng hoá như vậy tại nước Thành viên đó khiến công chúng hiểu sai về xuất xứ thực (Điều 22.1)

Điều này có nghĩa là một nhãn hiệu sẽ bị từ chối bảo hộ nếu có chứa các yếu tố cấu thành một chỉ dẫn địa lý. Tuy nhiên, Hiệp định TRIPS ngay sau đó lại đưa ra một ngoại lệ:

Trường hợp nhãn hiệu được nộp đơn đăng ký hoặc đã được đăng ký một cách có thiện ý hoặc trường hợp các quyền đối với nhãn hiệu đạt được thông qua việc sử dụng có thiện ý trước khi chỉ dẫn địa lý liên quan được bảo hộ ở nước xuất xứ thì những biện pháp được áp dụng

để thi hành bảo hộ chỉ dẫn địa lý không làm ảnh hưởng đến khả năng được đăng ký hoặc hiệu lực đăng ký của nhãn hiệu hàng hoá hoặc quyền sử dụng nhãn hiệu với lý do nhãn hiệu nói trên trùng hoặc tương tự với chỉ dẫn địa lý. (Điều 24.5)

Điều 24.5 đồng nghĩa với việc bảo hộ chỉ dẫn địa lý sẽ không được làm ảnh hưởng đến hiệu lực của các nhãn hiệu có liên quan đã có hiệu lực trước đó. Chính quy định ngoại lệ này đã tạo ra nhiều cách giải thích khác nhau cho các quốc gia. Sự khác biệt về quan điểm bảo hộ chỉ dẫn địa lý và nhãn hiệu nói trên đã chi phối cách giải thích của các nước đối với điều 24.5 của Hiệp định TRIPS. Có thể kể đến hai nhóm, một nhóm đại diện bởi các quốc gia ưu tiên bảo hộ nhãn hiệu như Hoa Kỳ, Canada, New Zealand và nhóm các nước thuộc liên minh Châu Âu (EU), ưu tiên bảo hộ chỉ dẫn địa lý.

Các nước liên minh Châu Âu cho rằng điều 24.5 của Hiệp định quy định về ngoại lệ cho nguyên tắc ưu tiên bảo hộ đối với chỉ dẫn địa lý so với nhãn hiệu và điều này cho phép sự đồng tồn tại giữa một nhãn hiệu có hiệu lực trước và một chỉ dẫn địa lý tương tự hoặc trùng tên được bảo hộ sau. Một nhãn hiệu đã được đăng ký chỉ có thể ngăn cản một chỉ dẫn địa lý đăng ký sau nếu nhãn hiệu đã được sử dụng và đạt được uy tín nhất định.³ Nếu không đủ điều kiện đó thì mặc dù đăng ký muộn hơn nhưng chỉ dẫn địa lý vẫn được chấp nhận đăng ký và dẫn đến tình trạng cùng tồn tại nhãn hiệu và chỉ dẫn địa lý. Điều này có nghĩa là một nhãn hiệu đăng ký trước vẫn sẽ được sử dụng song mất tính độc quyền khi có một chỉ dẫn địa lý trùng hoặc tương tự với nhãn hiệu hàng hoá này được bảo hộ (Điều 14, Quy chế số 510/2006 của Liên minh Châu Âu). Như vậy, Liên minh châu Âu áp dụng nguyên tắc đồng tồn tại giữa một nhãn hiệu đăng ký trước và một chỉ dẫn địa lý tương tự hoặc trùng với nhãn hiệu được bảo hộ sau. Trên thực tế, quan điểm này đã được vận dụng vào một số quyết định của Ủy ban Châu Âu khi

³ Ví dụ trường hợp tên Tabasco, một thành phố ở Mê hi cô nhưng được đăng ký nhãn hiệu cho sản phẩm nước sốt

giải quyết vụ việc liên quan đến chỉ dẫn địa lý và nhãn hiệu⁴.

Đối với các quốc gia ưu tiên bảo hộ nhãn hiệu, điều 24.5 được giải thích dựa trên nguyên tắc "*độc quyền của một nhãn hiệu được đăng ký trước một cách có thiện chí*" theo điều 16.1 của Hiệp định và cho rằng ngoại lệ quy định tại điều 24.5 của Hiệp định là ngoại lệ cho việc bảo hộ chỉ dẫn địa lý và ngoại lệ này không làm ảnh hưởng đến hiệu lực của điều 16.1.

Các quốc gia Hoa Kỳ, Australie và New Zealand cho rằng quy định đồng tồn tại nhãn hiệu đăng ký trước và chỉ dẫn địa lý đăng ký sau của Liên minh châu Âu là trái với nguyên tắc của Hiệp định TRIPS. Khi hai đối tượng cùng tồn tại thì chủ nhãn hiệu sẽ không có quyền ngăn cấm người khác sử dụng chỉ dẫn địa lý mặc dù chỉ dẫn địa lý trùng với nhãn hiệu của mình, điều đó không phù hợp với nguyên tắc độc quyền nhãn hiệu theo điều 16.1 Hiệp định TRIPS. Sự bất đồng nói trên đã dẫn đến cuộc tranh chấp tại WTO giữa một bên là Hoa Kỳ, Australie và Niu Dilân (bên khiếu nại) và một bên là Liên minh châu Âu (bên bị khiếu nại). Cuộc tranh chấp được WTO xem xét trong hơn một năm và cho đến ngày 15.3.2005, WTO đã ra quyết định về vấn đề này trong văn bản số WT/DS174/R, theo đó quy định cho phép đồng tồn tại nhãn hiệu và chỉ dẫn địa lý của EU được coi là hợp lý nếu chỉ dẫn địa lý đăng ký muộn hơn không có nhiều khả năng (hoặc khả năng không "khá cao") nhằm lẫn với nhãn hiệu đăng ký sớm hơn. Trong trường hợp chỉ dẫn địa lý đăng ký muộn hơn trùng với hoặc có khả năng

gây nhầm lẫn với nhãn hiệu đăng ký sớm hơn thì chỉ dẫn địa lý bị từ chối bảo hộ.

Như vậy, dù là Hiệp định đa biên đầu tiên đề cập đến mối quan hệ giữa bảo hộ nhãn hiệu và chỉ dẫn địa lý nhưng Hiệp định TRIPs đã không giải quyết triệt để mối quan hệ này và kết luận WT/DS174/R của WTO cũng không giải quyết được bất đồng giữa hai quan điểm khác nhau về vấn đề này mà đại diện là Mỹ và Liên minh Châu Âu [2]. Các nước vẫn giải thích ngoại lệ theo cách lập luận của riêng mình. Chính vì vậy, các chỉ dẫn địa lý của Liên minh Châu Âu khi đăng ký vào Hoa Kỳ vẫn phải chấp nhận bảo hộ dưới hình thức nhãn hiệu chứng nhận. Ví dụ vang Bordeaux và pho mát Roquefort của Pháp, rượu vang Rioja của Tây Ban Nha hay rượu vang Madère của Bồ Đào Nha [3].

3. Khái niệm và cách tiếp cận về chỉ dẫn địa lý trong TPP

Khái niệm chỉ dẫn địa lý được đưa ra ở điều 18.1 giải thích các khái niệm, theo đó:

"Chỉ dẫn địa lý là chỉ dẫn chỉ về hàng hóa có nguồn gốc từ lãnh thổ một Bên, hoặc một khu vực hoặc vùng trong lãnh thổ, mà chất lượng, danh tiếng hoặc đặc tính khác của sản phẩm có được là nhờ vào nguồn gốc địa lý mang lại".

Khái niệm này khá tương đồng với khái niệm chỉ dẫn địa lý được nêu trong điều 21.1 của Hiệp định TRIPs, thể hiện ở hai điểm sau:

Thứ nhất, chỉ dẫn địa lý là chỉ dẫn về nguồn gốc địa lý của hàng hóa. Các tên địa lý có thể là tên một khu vực, một thành phố, một thị trấn hoặc một quốc gia. Ngoài ra, quy định này cũng cho phép tên gọi không phải là tên chỉ khu vực địa lý như Basmati (cho gạo) hay Dajeerling (cho chè) có thể được bảo hộ. Thậm chí những dấu hiệu hình ảnh có mối liên hệ với một địa danh nhất định như Tượng nữ thần tự do (Hoa Kỳ) hay tháp Eiffel cũng đều có thể được sử dụng để chỉ dẫn nguồn gốc xuất xứ của hàng hóa.

⁴Trên thực tế, các tòa án Châu Âu đã vận dụng quan điểm này trong rất nhiều các phán quyết: nhãn hiệu chữ GRANA BIRAGHI đăng ký CTM cho hàng hóa nhóm 29 bị từ chối bảo hộ vì đã có chỉ dẫn địa lý GRANA PADANO được bảo hộ (Case T-291/03 ngày 12/9/2007); Nhãn hiệu CUVÉE PALOMAR (word) cũng đăng ký CTM cho rượu vang bị từ chối bảo hộ do trùng với chỉ dẫn địa lý 'el Palomar' (của Tây Ban Nha) (Case T-237/08 of 11 May 2010); Nhãn hiệu RONCARIFORT đăng ký cho pho mát cũng bị từ chối vì có chứa chỉ dẫn địa lý được bảo hộ ROQUEFORT PDO (Case 609C703884/1 tháng 10/2004); Nhãn hiệu DANAZOLA cho sản phẩm sữa bị từ chối vì đã tồn tại tên gọi xuất xứ GORGONZOLA (Case B001496275)

Thứ hai, “hàng hóa có “chất lượng”, “danh tiếng” hoặc “đặc tính khác” nhờ nguồn gốc địa lý đó mang lại”. Cũng giống như TRIPs, quy định này của TPP tạo ra điểm khác biệt của chỉ dẫn địa lý so với các khái niệm liên quan trước kia như Tên gọi xuất xứ⁵ hay Chỉ dẫn nguồn gốc⁶. Chỉ dẫn địa lý không những chỉ ra nơi xuất xứ hàng hoá mà còn thể hiện chất lượng, danh tiếng hoặc đặc tính riêng biệt của hàng hoá có được nhờ môi trường địa lý, bao gồm yếu tố tự nhiên và yếu tố con người, tuy nhiên, chỉ cần một trong các yếu tố chất lượng, danh tiếng hoặc đặc tính riêng biệt này là đủ. Do vậy, chỉ dẫn địa lý có thể sử dụng cho các hàng hóa có danh tiếng từ các sáng kiến của địa phương như hàng thủ công mỹ nghệ hay các mặt hàng công nghiệp mà không nhất thiết phải là các hàng hóa có đặc tính tự nhiên nhờ khí hậu hay

thổ nhưỡng [4]. Ví dụ Huế là chỉ dẫn địa lý cho sản phẩm nón lá ở Huế (Việt Nam).⁷

Nếu nhìn lại quá trình đàm phán liên quan đến sở hữu trí tuệ trong TPP [5] thì trong các bản đề xuất mà Hoa Kỳ đưa ra, không có khái niệm về chỉ dẫn địa lý và cũng không có mục riêng quy định về chỉ dẫn địa lý như là đối tượng độc lập mà gộp vào các quy định của Nhãn hiệu.⁸ Khái niệm về chỉ dẫn địa lý chỉ xuất hiện trong ghi chú số 12⁹ Mục C về bảo hộ nhãn hiệu, trong đó đưa ra một danh sách không giới hạn các dấu hiệu hoặc tổ hợp các dấu hiệu chứa những yếu tố có thể được bảo hộ dưới dạng nhãn hiệu là các chỉ dẫn địa lý.¹⁰ Đây là cách mà Hoa Kỳ thường sử dụng để hạn chế các quy định về chỉ dẫn địa lý, coi chỉ dẫn địa lý như một nhãn hiệu đặc biệt và mở rộng các dấu hiệu có thể được đăng ký chỉ dẫn địa lý trong các Hiệp định thương mại tự do mà các quốc gia này tham gia hoặc ký kết như Hiệp định thương mại tự do Hàn Quốc – Hoa Kỳ - KORUS (Điều 18.2.2 và ghi chú số 5)¹¹, Hiệp

⁵ Khái niệm “tên gọi xuất xứ” (appellation of origin) được quy định cụ thể trong điều 2 Thỏa ước Lisbon phải là tên địa lý của một quốc gia, một khu vực hay một địa phương. Những tên gọi gián tiếp (có thể là tên gọi có tính chất quy ước, tên hiệu hay tên không chính thức) hay những biểu tượng, dấu hiệu hình, mặc dù có mối liên hệ với khu vực địa lý sẽ không được bảo hộ dưới dạng tên gọi xuất xứ.

Chỉ dẫn địa lý theo Hiệp định TRIPs khác với tên gọi xuất xứ ở mức độ liên hệ giữa sản phẩm và nguồn gốc lãnh thổ. Tên gọi xuất xứ chỉ những hàng hóa có mối liên hệ chặt chẽ, khách quan với địa phương mà nó mang tên, (thể hiện ở hai đặc điểm: **i**) nguyên liệu sản xuất và chế biến thành phẩm phải diễn ra trong một vùng lãnh thổ nhất định mà sản phẩm mang tên; **ii**) chất lượng hoặc đặc tính của sản phẩm có được là nhờ vào các yếu tố về địa lý của địa phương đó), thì đối với chỉ dẫn địa lý, mối liên hệ giữa sản phẩm và địa phương giảm nhẹ hơn. Chỉ cần một công đoạn của quá trình sản xuất diễn ra ở một khu vực địa lý nhất định, ví dụ nguyên liệu sản xuất có thể nhập từ một nơi khác. Hơn nữa, mối liên hệ đó không nhất thiết phải nổi trội và mối liên hệ về lãnh thổ nhẹ hơn. Như vậy, tên gọi xuất xứ hàng hoá có thể được hiểu là một dạng đặc biệt của chỉ dẫn địa lý.

⁶ Công ước Paris năm 1883 đề cập đến chỉ dẫn nguồn gốc (indication of source): là bất kỳ dấu hiệu hay cách thức thể hiện nào dùng để chỉ dẫn rằng một hàng hoá có nguồn gốc từ một quốc gia, một khu vực hoặc một nơi cụ thể. Tuy nhiên, hàng hoá đó không nhất thiết phải có đặc tính chất lượng đặc thù do yếu tố địa lý tạo nên. Khái niệm chỉ dẫn nguồn rộng hơn, bao hàm cả khái niệm chỉ dẫn địa lý.

⁷ Chỉ dẫn địa lý Huế cho nón lá, số đăng ký 00020, được cấp văn bằng bảo hộ ngày 19/7/2010.

⁸ Bản đề xuất về SHTT của Hoa Kỳ đầu tiên được đưa ra vào tháng 02-2011 và sau đó được sửa đổi lần thứ nhất vào tháng 09-2011, trong đó Điều 2 của Bản đề xuất có tiêu đề “Nhãn hiệu, bao gồm cả chỉ dẫn địa lý” chứ không có mục riêng cho chỉ dẫn địa lý.

⁹ Footnote 12, trang 9 Bản dự thảo, xem tại trang: <https://wikileaks.org/tpp-ip3/WikiLeaks-TPP-IP-Chapter/WikiLeaks-TPP-IP-Chapter-051015.pdf>

¹⁰ Ghi chú 10, Mục C “Trong chương này, chỉ dẫn địa lý được hiểu là các chỉ dẫn xác định hàng hóa có nguồn gốc từ lãnh thổ của một Bên, hoặc một khu vực, một vùng trên lãnh thổ đó, mà chất lượng, danh tiếng hoặc một đặc tính khác của hàng hóa được coi là có được từ nguồn gốc địa lý của hàng hóa đó. Bất kỳ dấu hiệu hoặc nhóm dấu hiệu nào (như chữ, bao gồm tên người và tên địa lý, cũng như các chữ cái, chữ số, các yếu tố tượng hình và màu sắc, bao gồm cả màu đơn), dưới bất kỳ hình thức nào, đều có thể được coi là chỉ dẫn địa lý”

¹¹ Điều 18.2.2 và ghi chú số 5, xem tại trang: Free Trade Agreement between the United States of America and the Republic of Korea, U.S.-S. Korea, June 30, 2007, tại: http://www.ustr.gov/Trade_Agreements/Bilateral/Republic_of_Korea_FTA/Final_Text/Section_Index.html (truy cập ngày 20/02/2015). Hiệp định này được hai bên ký kết vào ngày 30/06/2007, được Quốc hội Hoa Kỳ phê chuẩn ngày 12/10/2011 và Quốc hội Hàn Quốc phê chuẩn ngày

định thương mại tự do Hoa Kỳ - Singapore(Điều 16.2.1 và ghi chú 16.6)¹², Hiệp định thương mại tự do Hoa Kỳ -Australia(Điều 17.2.1 và ghi chú 17.5)¹³. Tuy nhiên, trong Hiệp định TPP, ghi chú 10 đã được rút gọn“*Phù hợp với định nghĩa về chỉ dẫn địa lý theo điều 18.1, bất kỳ dấu hiệu hoặc sự kết hợp của các dấu hiệu, sẽ có thể được bảo hộ dưới một hoặc nhiều hình thức bảo hộ chỉ dẫn địa lý hoặc sự kết hợp của các hình thức đó*”. Việc đưa khái niệm chỉ dẫn lên như một đối tượng độc lập tại điều 18.1 và rút ngắn chú thích 10 này là một thành công của nhóm các quốc gia đang phát triển trong đàm phán TPP. Tuy nhiên, với cụm từ “*bất kỳ dấu hiệu hoặc sự kết hợp dấu hiệu*” cùng với quy định về điều kiện bảo hộ nhãn hiệu “*Không bên nào được quy định, như điều kiện đăng ký, rằng một dấu hiệu phải nhìn thấy được, rằng một bên từ chối đăng ký nhãn hiệu chỉ dựa trên cơ sở dấu hiệu đăng ký nhãn hiệu là âm thanh. Ngoài ra, mỗi Bên tạo điều kiện tốt nhất để đăng ký các nhãn hiệu mùi hương*”(Điều 18.8) đã mở rộng tối đa các dấu hiệu được bảo hộ như chỉ dẫn địa lý như tên gọi trực tiếp, gián tiếp, dấu hiệu hình, thậm chí những dấu hiệu không nhìn thấy được như mùi hương hay âm thanh được [5].

Trong Hiệp định TRIPs, mặc dù không có một điều khoản nào ngăn cấm việc sử dụng các dấu hiệu không nhìn thấy được làm chỉ dẫn địa lý nhưng thực tế, chưa có một quốc gia nào sử dụng các dấu hiệu không nhìn thấy được như âm thanh, mùi vị làm chỉ dẫn địa lý [4]. Việc Hiệp định TRIPs mở rộng các dấu hiệu bảo hộ chỉ dẫn địa lý ngoài tên địa lý trực tiếp là một bước tiến so với các quy định về Tên gọi xuất xứ trong Thỏa ước Lisbon[6]. Việc tiếp tục đưa các dấu hiệu “*dưới bất kỳ hình thức nào*” sẽ

dẫn đến khái niệm về chỉ dẫn địa lý tiệm cận dần với khái niệm nhãn hiệu. Chức năng chính của chỉ dẫn địa lý là phân biệt với những sản phẩm cùng loại có nguồn gốc xuất xứ khác, bên cạnh đó, các nhà sản xuất trong khu vực vẫn sử dụng những nhãn hiệu riêng cho sản phẩm của mình. Các dấu hiệu này thường đa dạng¹⁴, tùy thuộc vào quy định pháp luật cũng như mức độ, trình độ phát triển của quốc gia đó. Việc công nhận các dấu hiệu này là các chỉ dẫn địa lý sẽ dẫn đến rất nhiều những mâu thuẫn với pháp luật của các quốc gia thành viên và có thể dẫn đến gia tăng những xung đột về chỉ dẫn địa lý với chính các nhãn hiệu.

Ngoài ra mở đầu chương XVIII về chỉ dẫn địa lý, điều 18.30 quy định:

«Các Bên thừa nhận rằng chỉ dẫn địa lý có thể được bảo hộ thông qua hệ thống nhãn hiệu hoặc pháp luật riêng (sui generis) hoặc các phương tiện pháp lý khác».

Như vậy, khác với Hiệp định TRIPs, không có quy định cụ thể về phương thức bảo hộ chỉ dẫn địa lý mà để các Thành viên tự quyết định phương thức bảo hộ, tùy thuộc vào tập quán và pháp luật quốc gia,¹⁵ thì TPP đã quy định một cách chính thức ngay từ điều khoản mở đầu, đồng thời đưa sự lựa chọn bảo hộ chỉ dẫn địa lý qua hệ thống pháp luật nhãn hiệu lên trước hệ thống sui generis, thể hiện quan điểm rất rõ ràng của nhóm quốc gia ưu tiên bảo hộ nhãn hiệu, ngoài Hoa Kỳ còn có New Zealand và Canada.

22/11/2011. Hiệp định sẽ chính thức có hiệu lực vào ngày 15/03/2012 và được coi là hiệp định thương mại có ý nghĩa nhất mà Hoa Kỳ ký kết trong vòng 15 năm qua.

¹²Điều 16.2.1 và ghi chú 16.6, xem tại trang: <https://ustr.gov/trade-agreements/free-trade-agreements/singapore-fta/final-text>

¹³ Điều 17.2.1 và ghi chú 17-5, xem tại trang: <https://ustr.gov/trade-agreements/free-trade-agreements/australian-fta/final-text>

¹⁴ Ngoài các dấu hiệu thông thường được sử dụng làm nhãn hiệu như chữ, số, hình, màu sắc... các quốc gia còn cho phép sử dụng các nhãn hiệu âm thanh, mùi vị để tăng khả năng phân biệt cho nhãn hiệu. Về vấn đề này, xem thêm WIPO (2003), Cẩm nang sở hữu trí tuệ

¹⁵Trên thực tế mỗi quốc gia bảo hộ chỉ dẫn địa lý theo cách riêng của mình. Các quốc gia có truyền thống lâu đời về bảo hộ chỉ dẫn địa lý như EU thường có pháp luật riêng về bảo hộ chỉ dẫn địa lý (sui generis). Các quốc gia như Hoa Kỳ, Canada, New Zealand lại bảo hộ chỉ dẫn địa lý thông qua pháp luật nhãn hiệu (dưới hình thức nhãn hiệu tập thể và nhãn hiệu chứng nhận). Ngoài ra, chỉ dẫn địa lý còn được bảo hộ thông qua pháp luật về hoạt động kinh doanh và chống cạnh tranh không lành mạnh.

4. Giải quyết xung đột nhãn hiệu và chỉ dẫn địa lý trong TPP

TPP không quy định cách thức bảo hộ nhãn hiệu mà để các quốc gia lựa chọn bảo hộ chỉ dẫn địa lý, cùng với việc mở rộng đối tượng bảo hộ chỉ dẫn địa lý như một nhãn hiệu, là những nguyên nhân dẫn đến sự xung đột về quyền lợi và pháp lý giữa chỉ dẫn địa lý và nhãn hiệu.

Về quyền lợi, quyền lợi đối với chủ nhân hiệu, là quyền sử dụng và ngăn cấm người khác sử dụng nhãn hiệu của mình. Trong khi đó quyền sử dụng chỉ dẫn địa lý thuộc về tất cả các nhà sản xuất ra sản phẩm trong khu vực địa lý đó. Xung đột về quyền lợi xảy ra khi quyền gắn chỉ dẫn địa lý lên sản phẩm đó thuộc về chủ sở hữu nhãn hiệu hay chủ sở hữu chỉ dẫn địa lý? Điều này sẽ ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh của sản phẩm trên thị trường và hơn hết là chất lượng của sản phẩm trong mối liên hệ với địa danh đó.

Về mặt pháp lý, xung đột xảy ra giữa tính chất *độc quyền* của nhãn hiệu với tính chất *tập thể* của chỉ dẫn địa lý. Sự xung đột chỉ xảy ra khi cả nhãn hiệu và chỉ dẫn địa lý đều cùng tồn tại (cùng được đăng ký, cùng được bảo hộ). Tình trạng “cùng tồn tại” nói trên có liên quan chặt chẽ đến việc đăng ký nhãn hiệu và đăng ký chỉ dẫn địa lý. Trong trường hợp một nhãn hiệu được đăng ký trước và thậm chí đã được sử dụng trên thị trường, sau đó chỉ dẫn địa lý mới được nộp đơn đăng ký, hoặc ngược lại (chỉ dẫn địa lý được đăng ký trước, nhãn hiệu đăng ký sau) nếu không có hạn chế nào đặc biệt thì sẽ dẫn đến chỗ tồn tại cả nhãn hiệu và chỉ dẫn địa lý.

Nếu trong Hiệp định TRIPs, Điều 22.3 và 24.5 lần đầu đưa ra hướng giải quyết xung đột nhãn hiệu và chỉ dẫn địa lý tuy nhiên các quy định này đã gây ra nhiều tranh cãi, tạo ra hai quan điểm trái ngược nhau giữa Hoa Kỳ, Canada, New Zealand và nhóm các nước thuộc liên minh Châu Âu (EU) thì các quy định này của TPP đã đặc biệt tạo thuận lợi cho Hoa Kỳ và các quốc gia ưu tiên bảo hộ nhãn hiệu. Nguyên tắc độc quyền một nhãn hiệu được

đăng ký trước được áp dụng xuyên suốt trong cả quy định về nhãn hiệu và chỉ dẫn địa lý, thể hiện ở hai điều khoản sau:

- Điều khoản 18.32 quy định các bên phải cung cấp các thủ tục phản đối việc bảo hộ hoặc công nhận chỉ dẫn địa lý, nếu (a) có khả năng gây nhầm lẫn với một nhãn hiệu có trước, đã nộp đơn đăng ký hoặc đã đăng ký một cách có thiện ý tại lãnh thổ nước thành viên; (b) chỉ dẫn địa lý có khả năng gây nhầm lẫn với nhãn hiệu đăng ký trước, quyền đạt được phù hợp với quy định của Luật nước thành viên. Quy định này có thể hiểu là một chỉ dẫn địa lý sẽ bị từ chối bảo hộ hoặc công nhận nếu đã có một nhãn hiệu đăng ký trước một cách có thiện chí và việc đăng ký chỉ dẫn địa lý sẽ gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng về hàng hóa, dịch vụ mang nhãn.

- Điều 18.20, Mục C, quy định về sử dụng dấu hiệu tương tự và gây nhầm lẫn:

Mỗi bên phải quy định rằng chủ sở hữu của một nhãn hiệu đã được đăng ký có quyền độc quyền ngăn cấm tất cả các bên thứ ba không được chủ sở hữu cho phép sử dụng trong hoạt động thương mại những dấu hiệu giống hoặc tương tự, **bao gồm cả chỉ dẫn địa lý**, cho hàng hóa hoặc dịch vụ có liên quan đến hàng hóa hoặc dịch vụ mà nhãn hiệu của chúng đã được chủ sở hữu đăng ký, khi việc sử dụng đó có thể gây nhầm lẫn. Trong trường hợp sử dụng một dấu hiệu giống nhau, cho hàng hóa hoặc dịch vụ giống nhau, nguy cơ nhầm lẫn phải bị coi là có thể xảy ra”.

Quy định này đã mở rộng phạm vi bảo hộ đối với nhãn hiệu so với điều 16.1 của TRIPs từ việc cấm sử dụng những dấu hiệu giống hoặc tương tự “*cho các hàng hóa hoặc dịch vụ giống hoặc tương tự*” tới việc cấm sử dụng dấu hiệu tương tự “*cho hàng hóa hoặc dịch vụ có liên quan đến hàng hóa hoặc dịch vụ mà nhãn hiệu của chúng đã được chủ sở hữu đăng ký, kể cả chỉ dẫn địa lý*”.

Như vậy, các nước Thành viên sẽ phải tôn trọng độc quyền ngăn cấm việc sử dụng dấu hiệu trùng hoặc tương tự cho hàng hoá trùng hoặc tương tự, bao gồm cả các dấu hiệu chỉ

nguồn gốc xuất xứ sản phẩm có thể đăng ký như một chỉ dẫn địa lý. Một khi nhãn hiệu đã đăng ký trước có thiện ý thì việc sử dụng các dấu hiệu chỉ dẫn địa lý trùng hoặc tương tự cho hàng hóa hoặc dịch vụ trùng và tương tự, thậm chí cả hàng hóa và dịch vụ liên quan đến hàng hóa và dịch vụ mang nhãn. Có thể nói quy định ở điều 18.20 đã tạo nên một bước tiến mới trong đánh giá tính tương tự và gây nhầm lẫn của nhãn hiệu. Thông thường tính tương tự và trùng chỉ đánh giá cho các hàng hóa, dịch vụ trùng và tương tự. Chỉ riêng nhãn hiệu nổi tiếng mới xem xét đến những hàng hóa liên quan và thậm chí khác nhau, tuy nhiên việc công nhận nhãn hiệu nổi tiếng thường tuân theo một quy trình đặc biệt.¹⁶ Quy định này cũng đồng thời triệt tiêu cơ hội đồng tồn tại một nhãn hiệu đăng ký trước và một chỉ dẫn địa lý đăng ký sau một cách có thiện ý, ngay cả khi chỉ dẫn địa lý đó sử dụng cho các hàng hóa, dịch vụ không trùng, tương tự mà chỉ liên quan đến hàng hóa và dịch vụ mang nhãn.

Ngoài ra với cách dẫn chiếu tới chỉ dẫn địa lý, quy định này của TPP cũng coi là bước tiến quan trọng trên phạm vi quốc tế khi đưa quan điểm của Hoa Kỳ coi chỉ dẫn địa lý như một quyền tư hữu [7], chứ không phải là đặc quyền trao đổi giữa các quốc gia vào Hiệp định mang tính quốc tế này [8]. Quy định này của TPP một mặt tạo sự bình đẳng về nhãn hiệu và chỉ dẫn địa lý nhưng đồng thời đặt ra rất nhiều thách thức cho các quốc gia ưu tiên bảo hộ chỉ dẫn địa lý như Việt Nam, đặc biệt khi Việt Nam vừa công nhận 171 chỉ dẫn địa lý của Việt Nam theo Hiệp định thương mại Việt Nam và Liên minh Châu Âu.

¹⁶Các nhãn hiệu nổi tiếng được pháp luật Việt Nam bảo hộ theo quy định tại Điều 75 của Luật Sở hữu trí tuệ và phù hợp với quy định tại Điều 6bis Công ước Paris về bảo hộ sở hữu công nghiệp. Việc công nhận nhãn hiệu nổi tiếng quy định cụ thể ở Điều 42 – Thông tư 01/2007/TT-BKHCN ngày 14/2/2007, hướng dẫn thi hành nghị định số 103/NĐ-CP và một số điều của Luật SHTT

5. Những vấn đề đặt ra theo quy định của pháp luật Việt Nam

Các quy định của Việt Nam được đánh giá là khá bao quát và toàn diện về việc giải quyết xung đột nhãn hiệu và chỉ dẫn địa lý khi xây dựng căn cứ pháp lý cho việc giải quyết xung đột dựa trên hai trường hợp (a) khả năng đăng ký nhãn hiệu chứa dấu hiệu chỉ nguồn gốc địa lý và (b) một nhãn hiệu đăng ký trước và một đơn đăng ký chỉ dẫn địa lý sau [9].

Khả năng đăng ký nhãn hiệu chứa dấu hiệu chỉ nguồn gốc địa lý

Điều 74.2 Luật SHTT 2005 đưa ra những trường hợp nhãn hiệu không có khả năng phân biệt, trong đó quy định « Dấu hiệu chỉ nguồn gốc địa lý của hàng hoá, dịch vụ, trừ trường hợp dấu hiệu đó đã được sử dụng và thừa nhận rộng rãi với danh nghĩa một nhãn hiệu hoặc được đăng ký dưới dạng nhãn hiệu tập thể hoặc nhãn hiệu chứng nhận”(điều 72.4.d). Quy định này loại trừ những dấu hiệu chỉ nguồn gốc địa lý ra khỏi các dấu hiệu có khả năng đăng ký bảo hộ nhãn hiệu. Tuy vậy, vẫn tồn tại một số ngoại lệ cho việc đăng ký dấu hiệu chỉ nguồn gốc địa lý dưới dạng nhãn hiệu nếu tính phân biệt của nhãn hiệu đạt được thông qua quá trình sử dụng hoặc nhãn hiệu tập thể và nhãn hiệu chứng nhận. Tuy nhiên, để tránh trường hợp các nhãn hiệu tập thể chứa dấu hiệu chỉ nguồn gốc bị lạm dụng dẫn đến tình trạng độc quyền sử dụng của một cá nhân hay doanh nghiệp, Luật SHTT cũng quy định một số điều kiện liên quan như : quyền đăng ký nhãn hiệu tập thể chỉ thuộc về tổ chức, cá nhân tiến hành sản xuất, kinh doanh tại địa phương đó(điều 87.3) hoặc quyền sử dụng nhãn hiệu tập thể không được chuyển giao cho tổ chức, cá nhân không phải là thành viên của chủ sở hữu nhãn hiệu tập thể đó (Điều 142.2). Điều này cũng có nghĩa các dấu hiệu chỉ nguồn gốc xuất xứ chỉ có thể đăng ký nhãn hiệu tập thể hoặc nhãn hiệu chứng nhận nếu chưa có chỉ dẫn địa lý trùng hoặc tương tự được đăng ký bảo hộ.

Thực tiễn đăng ký nhãn hiệu cho thấy đối với một dấu hiệu chỉ nguồn gốc địa lý, Cục sở hữu trí tuệ sẽ thẩm định lần lượt theo các bước sau:

Trước hết xác định xem dấu hiệu đăng ký có làm hiểu sai lệch, gây nhầm lẫn hoặc có tính chất lừa dối người tiêu dùng về nguồn gốc xuất xứ, tính năng, công dụng, chất lượng, giá trị hoặc các đặc tính khác của hàng hóa, dịch vụ hay không? Sẽ rơi vào trường hợp này nếu chủ thể đăng ký không có địa chỉ tại nơi được chỉ dẫn trong dấu hiệu hoặc sản phẩm không có nguồn gốc từ khu vực có địa danh được nói đến.¹⁷ Nếu có địa chỉ hoặc có nguồn gốc tại nơi được chỉ dẫn trong dấu hiệu thì Cục sở hữu trí tuệ mới xem xét tiếp khả năng bảo hộ nhãn hiệu theo quy định tại Điều 74.2.c, Điều 74.2.l và Điều 74.2.m. Điều 73.5 được thiết kế là điều khoản "không có trường hợp loại trừ". Nghĩa là khi bị kết luận rơi vào trường hợp này thì nhãn hiệu sẽ chỉ được chấp nhận khi chứng minh được là "không gây nhầm lẫn và không lừa dối người tiêu dùng về nguồn gốc xuất xứ của hàng hóa".

Đối với Điều 74.2.c, nhãn hiệu sẽ bị từ chối nếu người nộp đơn không chứng minh được nhãn hiệu đã sử dụng và được thừa nhận rộng rãi (nếu loại nhãn hiệu đăng ký không phải là nhãn hiệu tập thể, hoặc nhãn hiệu chứng nhận).

Đối với Điều 74.2.l và Điều 74.2.m: Một nhãn hiệu chứa dấu hiệu trùng hoặc tương tự với chỉ dẫn địa lý đang được bảo hộ sẽ bị từ chối nếu việc sử dụng dấu hiệu đó làm người tiêu dùng hiểu sai lệch về nguồn gốc địa lý của hàng hoá hoặc dấu hiệu đó sử dụng cho rượu vang hoặc rượu mạnh không có nguồn gốc xuất xứ từ khu vực địa lý mang chỉ dẫn địa lý đó.

Cục sở hữu trí tuệ sẽ căn cứ vào các chỉ dẫn địa lý đang được bảo hộ tại Việt Nam để ra từ chối. Rất nhiều nhãn hiệu đăng ký bảo hộ ở

Việt Nam bị từ chối bảo hộ vì tương tự và gây nhầm lẫn với chỉ dẫn địa lý đã đăng ký trước.¹⁸

(b) Một nhãn hiệu đăng ký trước và chỉ dẫn địa lý đăng ký sau

Dựa trên nguyên tắc bảo vệ người tiêu dùng trong các quy định về giải quyết xung đột nhãn hiệu và chỉ dẫn địa lý, pháp luật Việt Nam quy định khi nhãn hiệu chứa dấu hiệu chỉ nguồn gốc địa lý của hàng hoá đã được bảo hộ, *một chỉ dẫn địa lý sẽ không được đăng ký bảo hộ nữa nếu việc sử dụng chỉ dẫn địa lý đó gây nhầm lẫn về nguồn gốc của sản phẩm* (Điều 80.3). Khả năng gây nhầm lẫn về nguồn gốc sản phẩm được xem xét khi một nhãn hiệu đã đăng ký bảo hộ một cách trung thực trước ngày nộp đơn đăng ký chỉ dẫn địa lý. Có nghĩa là chỉ dẫn địa lý sẽ bị từ chối đăng ký bảo hộ nếu có khả năng gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng về nguồn gốc sản phẩm với nhãn hiệu đã đăng ký trước.

Trong trường hợp ngược lại, nếu như nhãn hiệu đã đạt được sự bảo hộ trung thực trước ngày nộp đơn đăng ký chỉ dẫn địa lý đó và việc đăng ký chỉ dẫn địa lý trùng hoặc tương tự không gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng về nguồn gốc sản phẩm thì việc đăng ký chỉ dẫn địa lý không bị ảnh hưởng bởi nhãn hiệu đăng ký trước. Điều này dẫn đến sự đồng tồn tại nhãn hiệu đăng ký trước và chỉ dẫn địa lý đăng ký sau.

Vấn đề này chỉ đặt ra và chỉ xảy ra khi nhãn hiệu được nộp và được bảo hộ theo quy định của Luật sở hữu trí tuệ 2005 và đã quá 05 năm kể từ ngày được bảo hộ mà hiệu lực của Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu vẫn chưa bị hủy bỏ hoặc không có đơn đề nghị hủy bỏ hiệu lực trong khoảng thời gian 05 năm tính từ ngày nhãn hiệu được chấp nhận bảo hộ. Luật SHTT giới hạn thời hiệu đề khiếu nại hủy bỏ hiệu lực

¹⁷Nhãn hiệu CASIAN QUE NAM TRA MY, chứa dấu hiệu "Trà My" cho đơn đăng ký số 4-2010-06894 của Công ty TNHH KHM (địa chỉ Thành phố Hồ Chí Minh) bị từ chối bảo hộ yếu tố "Que Nam Tra My" vì chứa chỉ dẫn địa lý Qué Trà My đã được cấp văn bằng bảo hộ số 0029 ngày 13.10.2011, Nhãn hiệu "DALAWOOD BINH THUAN" của Công ty TNHH Bình Thuận (địa chỉ Lâm Đồng) bị từ chối bảo hộ tổng thể vì trùng với chỉ dẫn địa lý Bình Thuận đăng ký cho quả thanh long đã được cấp văn bằng bảo hộ số 006 cấp ngày 15.11.2006

¹⁸Việt Nam đã từ chối đơn đăng ký bảo hộ cho nhãn hiệu có chứa dấu hiệu Whisky cho Đơn đăng ký số 1189314, đăng ký ngày 22/03/2013 của Remy Cointreau Belgium, N.V. có quốc tịch Vương quốc Bỉ; Đơn số 1198112 đăng ký ngày 13/02/2014 của BGV, S.R.O. quốc tịch Slovakia, đơn đăng ký số 1222184 đăng ký ngày 24/06/2014 của SOCIETE DES VINS ET SPIRITUEUX, quốc tịch Pháp

của Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu là 05 năm kể từ ngày được bảo hộ. Nên nếu nhãn hiệu đã được cấp quá 05 năm mà vẫn không có đơn đề nghị hủy bỏ hiệu lực thì mới đặt ra vấn đề đồng tồn tại giữa nhãn hiệu và chỉ dẫn địa lý.

Theo quy định của luật cũ (trước thời điểm Luật SHTT có hiệu lực) thì thời hiệu này là suốt thời hạn bảo hộ của nhãn hiệu. Nên chủ sở hữu chỉ dẫn địa lý luôn luôn có cơ hội hủy bỏ hiệu lực của Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu đã cấp. Tuy nhiên, cũng như pháp luật của một số quốc gia khác, pháp luật Việt Nam cũng tránh đề cập đến vấn đề mặc dù dấu hiệu đăng ký trùng hoặc tương tự với chỉ dẫn địa lý nhưng hàng hoá mang nhãn không trùng hoặc tương tự với hàng hoá mang chỉ dẫn địa lý thì có bị loại trừ không?

Với những quy định mới này của Hiệp định TPP, sẽ có một số vấn đề phát sinh sau đây :

- Thứ nhất, Việt Nam có khả năng sẽ phải chấp nhận bảo hộ những nhãn hiệu chứa địa danh, dưới bất kỳ hình thức thể hiện nào, kể cả những dấu hiệu không nhìn thấy được, điều này càng tăng khả năng xung đột giữa chỉ dẫn địa lý và nhãn hiệu.

- Thứ hai, chủ sở hữu nhãn hiệu chứa địa danh có quyền ngăn cản bên thứ ba sử dụng các dấu hiệu trùng và tương tự cho hàng hoá và dịch vụ liên quan tới hàng hoá mang nhãn nếu việc sử dụng như vậy có khả năng gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng. Đây là một quy định được đánh giá là vượt quá chuẩn mực thông thường trong đánh giá hành vi xâm phạm nhãn hiệu, điều này sẽ ảnh hưởng đến quyền của các chỉ dẫn địa lý đăng ký sau một cách có thiện ý. Điều này có nghĩa sẽ không thể áp dụng khả năng đồng tồn tại một nhãn hiệu đăng ký trước và một chỉ dẫn địa lý đăng ký sau một cách có thiện ý.

Dù đàm phán TPP đã kết thúc, nhưng các quan điểm khác nhau về mối quan hệ giữa bảo hộ chỉ dẫn địa lý và nhãn hiệu của các thành viên vẫn là chủ đề được tiếp tục bàn luận. Dù không gay gắt như trong khuôn khổ của TRIPs nhưng đây là vấn đề nhạy cảm, có thể ảnh hưởng đến quan hệ thương mại với các quốc gia

không phải là thành viên, đặc biệt khi Việt Nam cũng vừa hoàn thành chương trình đàm phán Hiệp định thương mại tự do với EU.

Lời cảm ơn

Tác giả xin cảm ơn những nhận xét, góp ý sâu sắc của các luật sư Bùi Nguyễn Anh Tuấn (Công ty luật SB) và luật sư Trần Thị Tám (Công ty ICom Việt Nam).

Tài liệu tham khảo:

- [1] Bernard O Cornor, The law of Geographical Indications, Cameron, 2005
- [2] Grevers, F ; Topical issues of the protection of geographical indication, WIPO, 1999
- [3] Maskus, Keith E. (2003), "Observations on the Development Potential of Geographical Indications.", 2003.
- [4] Rangnekar Dwijen (2003), Geographic Indications - A Review of Proposals at the TRIPS Council: Extending Article 23 to Products other than Wines and Spirits, UNCTAD/ICTSD Capacity Building Project on IPR and Sustainable Development
- [5] Lê Thị Thu Hà, US proposal regarding IPR in TTP and issues for Vietnam, tham luận tại International workshop « Trans-Pacific Partnership Agreement : Prospects and Implications », 5/2012, ISSN : 978-604-80-004-0
- [6] Blakeney Michael (2001), "Proposals for the International Regulation of Geographical Indications", The Journal of World Intellectual Property, Vol.4, No. 5, pp. 629
- [7] Lê Thị Thu Hà, « Bảo hộ chỉ dẫn địa lý dưới hình thức nhãn hiệu chứng nhận: nghiên cứu kinh nghiệm từ Hoa Kỳ », Tạp chí nghiên cứu lập pháp, tháng 10/2010, trang 55
- [8] Eleanor K. Meltzer, Trans Pacific Partnership IP Chapter – Trademarks, Thoughts on Geographical Indications, xem : <http://www.ipwatchdog.com/2015/10/15/trans-pacific-partnership-ip-chapter-trademarks/id=62494/>
- [9] Lê Thị Thu Hà, Conflit de protection de l'indication géographique et de la marque selon l'Accord ADPIC et le droit vietnamien, in EU ASEAN Partenariat, FEDUCI collection Sweet & Bruylant Publisher, 2013, trang 59.

The Conflict of Protection between Geographical Indications and Trademarks in TPP: Issues Raised for Vietnam

Le Thi Thu Ha

Foreign Trade University, 91 Chua Lang, Lang Thuong, Dong Da, Hanoi, Vietnam

Abstract: The conflict of protection between geographical indications and trademarks is always the concerned subject in the process of negotiation and enforcement of international treaties on intellectual property. This research analyzes the settlement of this conflict under TPP agreement, comparing the correlation with the bilateral trade free agreements and with the legal system of some other member countries, hence providing some insights for Vietnam in implementing this TPP.

Keywords: TPP, intellectual property, geographical indication, trademark, conflict between geographical indication and trademark.