

[porno](#) [porn](#)

Mặt ngày “xấu hổ”, hai công ty ở TP.HCM là: công ty cổ phần Thương mại hiu quốc (Interbrand JSC) và công ty Truyền thông thương mại hiu quốc (Inter Brand Media Co., Ltd) đều có địa chỉ tại quận Bình Thạnh, liên kết trở thành bộ phận trong vụ kiện liên quan tới việc xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ mà nguyên đơn là mặt công ty ở Anh quốc xa lạ xa lạ!

Theo đơn khởi kiện gửi Tòa án nhân dân TP.HCM, nguyên đơn là công ty Interbrand Group trình bày doanh nghiệp này được thành lập năm 1974, có địa chỉ tại 239 Old Marylebone Road, London NW1 5QT, Vương quốc Anh, là mặt tốp đoàn nổi tiếng trên toàn cầu trong lĩnh vực văn hóa, quần thể thương mại hiu. Interbrand có tới 1.200 nhân viên tại 36 văn phòng trên 24 quốc gia trên thế giới. Năm phạm nổi tiếng nhất của Interbrand là bảng xếp hạng 100 thương mại hiu mạnh nhất thế giới (The Best Global Brands), do nguyên đơn và tạp chí Business Week – mặt tốp chí nổi tiếng thế giới – cùng phối hợp phát hành.

Kiểm vì xài từ “Interbrand”

Cũng theo nguyên đơn, tại Việt Nam, nhãn hiu Interbrand đã trở nên quen thuộc đối với công chúng trong lĩnh vực kinh doanh, phạm từ nổi mà Interbrand Group đã thực hiện việc đăng ký thương mại hiu cho Asia Pacific Breweries Ltd (là mặt bên tác của công ty liên doanh các nhà máy bia Việt Nam – công ty sản xuất ra sản phẩm bia Heineken và Tiger nổi tiếng tại Việt Nam). Kể từ đó, nhãn hiu Interbrand đã tạo lập được danh tiếng ở Việt Nam qua những chuyển đi quảng cáo rộng khắp đối tượng và các đơn vị thương mại hiu với các doanh nghiệp trong nước...

Interbrand Group cho rằng gần đây họ phát hiện các doanh nghiệp Việt Nam lợi dụng tên tuổi, uy tín, thương mại hiu của Interbrand trong kinh doanh, xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ của tốp đoàn này.

Cụ thể, công ty cổ phần Thương mại hiu quốc sẽ đăng dấu hiu “Interbrand” như là nhãn hiu trong hoạt động kinh doanh, phạm từ nổi quảng cáo bao gồm cả trên mạng internet; sẽ đăng tên viết tắt “Interbrand JSC” gây nhầm lẫn với nhãn hiu nổi tiếng “Interbrand”; sẽ đăng tên miền [www.interbrand.com](#); [www.interbrandvn.com](#) gây nhầm lẫn và vi phạm nhãn hiu nổi tiếng “Interbrand”. Còn công ty TNHH Truyền thông thương mại hiu quốc cũng sẽ đăng dấu hiu “Interbrand” như là nhãn hiu trong hoạt động kinh doanh, phạm từ nổi quảng cáo bao gồm cả trên mạng internet. Sẽ đăng tên viết tắt “Inter Brand Media Co., Ltd” gây nhầm lẫn với nhãn hiu nổi tiếng “Interbrand” của nguyên đơn. Sẽ đăng tên miền [www.interbrandvietnam.com](#); [www.interbrandmedia.com](#); [www.interbrandmedia.com.vn](#) và [www.interbrandmedia.vn](#) gây nhầm lẫn và vi phạm nhãn hiu nổi tiếng “Interbrand”.

Tóm lược lại trên, nguyên đơn yêu cầu tòa án buộc bộ phận chủ sở hữu hiu “Interbrand” như là nhãn hiu hoặc là thành phần chủ yếu của nhãn hiu trong hoạt động kinh doanh và phạm từ nổi kinh doanh, bao gồm cả trên các phạm từ nổi và mạng internet;

chính mặt tiếp đã đăng tên viết tắt “Inter Brand Media Co., Ltd” như đã ghi trong giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh và đặt tên viết tắt khác để tránh gây nhầm lẫn với nhãn hiệu nổi tiếng “Interbrand”; chính mặt tiếp đã đăng tên miền www.interbrandvietnam.com; www.interbrandmedia.com; www.interbrandmedia.com.vn và www.interbrandmedia.vn.

Nội tiếp và của nội tiếp

Đặt đặt Inter Brand Media Co., Ltd, ông Trưởng Võ Tuấn cho rằng việc cung cấp mặt tiếp chỉ cho mặt tiếp nào đó tại Việt Nam không thể làm cho nhãn hiệu kinh doanh đó trở thành quen thuộc với công chúng Việt Nam. Bởi đặt cho rằng nguyên đặt của phía nhãn hiệu nổi tiếng tại Việt Nam, do vậy việc kiện tiếp của nguyên đặt là không hài hòa với lợi ích của chủ thể quyền sở hữu trí tuệ và lợi ích công cộng, việc nhúng tên thương mại đã có trước ngày nhãn hiệu “Interbrand” của Interbrand Group có văn bản bảo hộ tại Việt Nam.

Ông Tuấn cũng khẳng định việc công ty TNHH Truy tìm thông tin hộ quốc tế viết tắt trong giao dịch là Inter Brand Media Co., Ltd được dùng hợp pháp từ ngày 2.3.2009 tới nay. Trong khi đó, từ ngày 6.5.2010 Interbrand Group mới được cấp Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu số 146017. Do vậy, theo quy định của pháp luật thì chủ của Inter Brand Media Co., Ltd có tên thương mại bảo hộ trước ngày 6.5.2010 là được sở pháp lý để yêu cầu hộ bảo hộ văn bản bảo hộ của Interbrand Group tại Việt Nam.

Xác định việc có coi nhãn hiệu “Interband” là nhãn hiệu nổi tiếng tại Việt Nam hay không đóng vai trò rất quan trọng trong quá trình xem xét, đánh giá việc việc này, thẩm phán Đ. Đ. Vân H. – TAND TP.HCM đã ký công văn gửi các Sở hộ trí tuệ xác minh “đ” nổi tiếng của nhãn hiệu “Interbrand”. Ngày 31.8.2011, các Sở hộ trí tuệ đã có công văn số 5467 trả lời rằng nhãn hiệu “Interband” được coi là nhãn hiệu nổi tiếng tại Việt Nam theo pháp luật Việt Nam ngày từ năm 2006. Hiện TAND TP.HCM vẫn đang tiếp tục xem xét, bổ sung chứng cứ.

Trong khi đó, nguyên đặt tiếp tục thông qua các luật sư Việt Nam truy tìm các doanh nghiệp “ăn theo” sở nổi tiếng của mình. Mới đây nhất, đặt đặt của Interbrand Group phát hiện công ty công phu tại Thương hộ quốc tế có của chủ tại Hà Nội cũng đăng ký và sở đăng tên miền www.interbrand.com.vn trùng với nhãn hiệu nổi tiếng “Interbrand”. Hiện Interbrand Group đang tiến hành các biện pháp cần thiết để giữ quy tắc việc việc này tại Hà Nội.

Không để !

Việc kiện của Interbrand Group đang giống lên hai chuông cảnh báo về việc việc kiện sở tiếp có thể nảy sinh giữa chủ sở hộ của thương hộ/huân hiệu/nhãn hiệu nổi tiếng đặt với việc việc doanh nghiệp trong nước.

Đặt kiện của Interbrand Group đã được Tòa án nhân dân TP.HCM thụ lý theo văn bản số 675/2010/KDTMST ngày 18.8.2010. Nếu được công nhận là nhãn hiệu nổi tiếng tại Việt Nam thì chủ sở hộ sẽ có rất nhiều thuận lợi trong quá trình bảo vệ quyền của mình liên quan đến nhãn hiệu nổi tiếng, để chứng minh các hành vi xâm phạm do phạm vi bảo hộ của nhãn hiệu nổi tiếng là

Administrator [\[Link\]](#) [\[Link\]](#).

[\[Link\]](#), 30/7/2012 15:59 - [\[Link\]](#) [\[Link\]](#) [\[Link\]](#), 05/11/2012 01:27

Trong hơn nửa thế kỷ qua, Việt Nam đã có một nền kinh tế phát triển không ngừng và thu hút được nhiều nhà đầu tư nước ngoài đăng ký theo Công ước Paris.

Với án lệ về các cơ quan có thẩm quyền của Việt Nam được trình bày như sau: Việt Nam đã có kinh nghiệm. Đó là việc xem xét đánh giá phạm vi bảo hộ của nhãn hiệu và tên thương mại, từ đó áp dụng cho việc giải quyết các yêu cầu của nguyên đơn để xác định hành vi vi phạm của người bị kiện. “Interbrand” nhãn hiệu là hành vi xâm phạm, việc sử dụng tên thương mại/tên Việt Nam/tên trong đăng ký kinh doanh có chứa yếu tố của nhãn hiệu và tên thương mại, cũng là hành vi xâm phạm và có thể dẫn đến việc phải đổi tên.

Ngoài ra, việc này cũng nảy sinh vấn đề hành vi vi phạm (nếu được tòa án xác định) đối với việc đăng ký, sử dụng tên miền cấp cao dùng chung “.com”, bởi khi đó tòa án sẽ phải xác định việc đăng ký, sử dụng tên miền quốc tế này có vi phạm pháp luật Việt Nam hay không. Và nếu phán quyết được tuyên thì cơ chế thi hành nào bởi cơ quan quản lý tên miền cấp cao dùng chung là ICAAN, mặt trận chính phủ có thể trở lại Mỹ.

Với việc, mặt trận dù chưa được phán xét nhưng cũng cho thấy trong quá trình hoạt động kinh doanh trong thị trường toàn cầu hóa như hiện nay thì các hành vi vi phạm, lợi dụng uy tín, thương hiệu và tên thương mại (nếu có) cũng sẽ rất dễ bị phát hiện. Và nếu doanh nghiệp nào đó có ý định này cũng sẽ phải đổi mới và nhìn nhận rõ ràng về lợi ích của mình. Việt Nam đang và sẽ tiếp tục thu hút nhiều nhà đầu tư nước ngoài và các tập đoàn, công ty toàn cầu và tiềm năng tài chính, pháp lý hùng hậu, sẵn sàng đi đến cùng để bảo vệ quyền lợi của mình.

Do vậy, bài học lâu nay không thể là phải luôn sáng tạo và đi trên đôi chân của chính mình.

(Nguồn: ThS. LS Lê Xuân Lộc www.saga.vn | Theo SGT)