

Bảo vệ thương hiệu cho doanh nghiệp BĐS: Bài toán nan giải

12:56 21/08/2018

Tại chương trình Cafe Doanh nhân với chủ đề “Bảo vệ thương hiệu cho doanh nghiệp BĐS”, nhà báo Nguyễn Linh Anh – Phó Tổng Biên tập Báo Diễn đàn Doanh nghiệp cho biết, thời gian gần đây một số sự kiện liên quan đến câu chuyện nhãn hiệu như vụ Smartland, Tràng An hay các trường hợp công ty trùng tên như Nam Tiến, Hưng Thịnh, Vincom xảy ra đã dẫn đến những tranh chấp lớn khi vi phạm nhãn hiệu, hình ảnh dù Luật Sở hữu trí tuệ ra đời hơn 10 năm nhưng vẫn còn những quy định chưa chặt chẽ. Thực tế bài toán bảo vệ thương hiệu rất nan giải.

Vi phạm thương hiệu phổ biến

Nguyễn Thanh Bình – Giám đốc Trung tâm phát triển tài sản trí tuệ, Cục Sở hữu trí tuệ cho biết: “Hiện nay chưa có một văn bản pháp lý nào của sở hữu trí tuệ nói về việc nhà nước bảo vệ thương hiệu, mà chỉ có là các đối tượng được quyền sở hữu trí tuệ từ sáng chế, giải pháp hữu ích, thương mại, chỉ dẫn địa lý, nhãn hiệu, bí quyết thương mại...”

Tại chương trình, ông Nguyễn Thanh Hà – Chủ tịch Công ty Luật SLAW cho rằng: “Tên thương mại của công ty cũng gắn liền với nhãn hiệu. Nhãn hiệu gồm 3 yếu tố: Tên dự án, logo và slogan. Một nhãn hiệu bất động sản có thể bao gồm cả 3 yếu tố (tên dự án, logo và slogan) hoặc chỉ 2 yếu tố (tên dự án và logo hoặc tên dự án và slogan).



Ông Nguyễn Thanh Hà – Chủ tịch Công ty Luật SLAW

Ông Hà cũng chia sẻ, có một thực tế hiện nay, một số doanh nghiệp trẻ, hoặc startup sau này, khi đăng ký tên doanh nghiệp thường lấy những tên giống các doanh nghiệp lâu đời, nổi tiếng hoặc thành công... và thêm các chữ cái khác hoặc chỉ có sự thay đổi một chút. Chính điều này cũng đã là sự “cố ý” tạo ra sự nhầm lẫn thương hiệu.

Thông tin thêm về vấn đề này, ông Nguyễn Quốc Hiệp – Chủ tịch Hiệp hội nhà thầu Việt Nam, Chủ tịch GP Invest cho biết, ngoài logo, hình ảnh cũng đang bị vi phạm nghiêm trọng. Ở các nước họ kiểm tra rất là khắt khe nên không có sự trùng lặp. Trong khi ở Việt Nam một tên tiếng Việt dài thì vẫn có tên tiếng Việt trùng thì cơ quan đăng ký kinh doanh vẫn chấp thuận nên mới có sự trùng lặp. "Gần đây có một quảng cáo bán căn hộ Trang An đã lấy hình ảnh của chúng tôi". - ông Hiệp thông tin.

"Dự án của chúng tôi bị trùng lặp với dự án ở 149 Trường Chinh và một công ty môi giới đã lấy hình ảnh của chúng tôi để quảng cáo cho dự án ở Trường Chinh. Đó chính là vi phạm của thương hiệu và hình ảnh nhưng hiện nay chưa có cơ quan nào xử lý vấn đề này nên chúng tôi cũng chỉ để họ gỡ bỏ xuống từ các trang online". - ông Hiệp chia sẻ.

Theo ông Hiệp, hiện nay cơ quan quản lý xử lý thông tin còn rất nhẹ. Thực ra cơ quan quản lý cũng đã nghĩ việc xử lý vi phạm các tình tiết và pháp lý về vấn đề



Ông Nguyễn Quốc Hiệp – Chủ tịch Hiệp hội nhà thầu Việt Nam, Chủ tịch GP Invest

Ông Nguyễn Văn Đính – Chủ tịch HĐQT Công ty Bất động sản Hanhud doanh nghiệp của ông sau khi cổ phần hoá đi đăng ký lại tên doanh nghiệp thì không thể đăng ký được vì đã có doanh nghiệp khác đăng ký tên “Công ty kinh doanh phát triển nhà Hà Nội”. Tuy nhiên vì không đăng ký được, doanh nghiệp phải thêm hai chữ “đô thị”.

Điều này cho thấy, một hạn chế hiện nay trong việc đăng ký kinh doanh đó là mới chỉ đăng ký bằng tên và địa chỉ. Còn những yếu tố khác như hình ảnh, logo, slogan của doanh nghiệp thì chưa được chú trọng. Vì vậy ông Đình khuyến nghị nên đưa bổ sung các yếu tố này thêm vào trong thủ tục đăng ký thành lập doanh nghiệp. Dường như những thủ tục này đang “dễ”.

Ông Lê Quốc Vinh - Chủ tịch Chủ tịch HĐQT, Tổng Giám đốc, Tập đoàn Le Invest (Holdings) Corporation cho biết: “Về thương hiệu có 2 phần 1 là hữu hình (hình ảnh có thể nhìn thấy) và 1 là vô hình. Nhãn hiệu là phần hữu hình. Vấn đề bảo hộ nhà nước có thể bảo hộ hữu hình còn giá trị vô hình tự doanh nghiệp phải tự bảo vệ. Bảo hộ nhãn hiệu doanh nghiệp có thể đến cơ quan về sở hữu trí tuệ nhưng bảo hộ thiết kế hình ảnh, công trình thì phải tìm đến cơ quan về bản quyền tác giả. Về pháp lý thì 2 việc đó doanh nghiệp phải làm. Song song với nó

cần bảo hộ bằng hoạt động truyền thông, được cơ quan pháp lý, xây dựng hoạt động truyền thông xây dựng nhãn hiệu, hình ảnh trên các “điểm chạm” người tiêu dùng có thể tiếp xúc, từ đó có thể tránh sự trùng lặp trong tương lai để tránh những thiệt hại sau này.

Ông Nguyễn Thanh Bình – Giám đốc Trung tâm phát triển tài sản trí tuệ, Cục Sở hữu trí tuệ cho biết: “Thông tin trên website và bản thân website rất dễ bị đánh cắp. Ở nước ngoài các nhãn hiệu đã được bảo hộ và bản thân các thương hiệu của họ cũng rất khó để đánh cắp nhưng ở Việt Nam lại chưa làm được vấn đề này”.

Còn theo ông Nguyễn Cảnh Hồng – Tổng Giám đốc Eurowindow, việc vi phạm sở hữu trí tuệ hiện nay trên mạng tương đối nhiều, có thể là do chủ ý hoặc cố ý. Ví dụ như trường hợp của Eurowindow, các doanh nghiệp, nhà sản xuất khác cũng sử dụng từ Euro... tuy nhiên sau đó thêm các từ viết tắt khác hoặc các hình ảnh... dẫn đến sự nhầm lẫn về thương hiệu của doanh nghiệp.

Việc bảo vệ thương hiệu, nhãn hiệu trong các Luật, văn bản pháp lý hiện nay chưa có bảo vệ thương hiệu mà chỉ mới dừng lại ở việc bảo hộ. Ngoài ra, việc thực thi các chế tài xử lý việc nhầm lẫn thương hiệu thường chậm chạp, khó đưa ra toà để giải quyết, thường thì sẽ dẫn đến việc tự thoả thuận để giải quyết.

Vì vậy, theo ông Hồng, để có thể tránh sự nhầm lẫn này, trước tiên doanh nghiệp phải tự bảo vệ nhãn hiệu của mình. Cụ thể, trong từng dự án, Eurowindow sẽ lựa chọn slogan cho từng dự án, đăng ký sở hữu trí tuệ. Bên cạnh đó, doanh



Hình ảnh tại chương trình “Bảo vệ thương hiệu cho doanh nghiệp BDS”

Trao đổi tại chương trình, ông Nguyễn Quốc Khánh - Chủ tịch HĐQT DTJ Group cho biết: "Là đơn vị phân phối bất động sản chúng tôi nhận thấy thực trạng chủ đầu tư nhãn hiệu các dự án lớn bị vi phạm khá nhiều. Nhất là vấn đề tên miền. Lĩnh vực này xảy ra vi phạm làm ảnh hưởng hình ảnh tới những doanh nghiệp làm ăn thực chất. Một tên miền dự án có đuôi .vn, .com là tên miền chính thức của doanh nghiệp hay dự án nhưng ngay sau đó xuất hiện nhiều tên miền nhái khiến doanh nghiệp làm ăn khó khăn, người tiêu dùng cũng khó nhận biết dẫn đến không phân biệt được các trang web thật, giả".

Theo ông Khánh, tên doanh nghiệp đã được lựa chọn kỹ nhưng tên miền khi đăng ký sở hữu nhãn hiệu rồi lại phải mua các tên miền bao vây để tránh những đơn vị khác “đầu cơ” tên miền. Điều này khiến doanh nghiệp dễ bị tổn thương, ảnh hưởng đến chi phí, tên tuổi của doanh nghiệp.

Chia sẻ về kinh nghiệm, ông Nguyễn Cảnh Hồng - Tổng Giám đốc Eurowindow nói: “Trước tiên chúng tôi đăng ký bản quyền, chúng tôi sẽ mời Cục SHTT. Khi phát hiện thương hiệu của mình bị xâm phạm bản quyền, chúng tôi thường báo cơ quan chức năng như Cục SHTT, cơ quan bộ, Bộ Công Thương để họ xử lý. Nếu có cơ quan nào vô ý thì chúng tôi sẽ trao đổi thì họ sẽ rút ngay nhưng cũng có những đơn vị cố tình thì chúng tôi báo cơ quan chức năng để họ có hành động để bảo vệ".

Hiến kế trong việc bảo vệ thương hiệu

Ông Nguyễn Thanh Hà - Chủ tịch Công ty Luật SLAW đề xuất nếu doanh nghiệp muốn làm đến cùng thì có thể đưa ra pháp lý được. Được biết, hiện nay, cơ quan đăng ký kinh doanh chưa có kết nối với Cục Sở hữu trí tuệ. Vì vậy, đơn vị đăng ký kinh doanh khó có thể tìm kiếm và xác nhận được thông tin mà chỉ đơn thuần là search google nếu không trùng với tên một doanh nghiệp nào đó cho doanh nghiệp đăng ký.

Ngoài ra, ông Hà cũng cho biết, Luật yêu cầu các doanh nghiệp tự bảo vệ mình, trong những trường hợp bị nhầm lẫn thương hiệu, nhà nước sẽ không thay thế doanh nghiệp trong việc bảo hộ thương hiệu. Nếu phát hiện ra việc bị “nhái” thương hiệu nên áp dụng biện pháp hành chính, dân sự để bảo vệ... bởi nhà nước không thể đủ nguồn lực để bảo vệ doanh nghiệp.

Đề xuất một trong những giải pháp, ông Nguyễn Văn Đính - Chủ tịch HĐQT Công ty Bất động sản Hanhud cho biết, mỗi năm, doanh nghiệp thường nhắc lại các nhãn hiệu thuộc thương hiệu của mình. Ví dụ như tên, logo, slogan, kiểu

dáng công nghiệp của từng loại sản phẩm, các sản phẩm sáng chế... Nếu doanh nghiệp nào sử dụng mà không xin phép thì đều là vi phạm.

Đồng tình với quan điểm này, ông Nguyễn Thanh Hà – Chủ tịch Công ty Luật SLAW chia sẻ, khi doanh nghiệp phát hiện ra trường hợp doanh nghiệp khác vi phạm về thương hiệu của mình thì chụp lại bằng chứng, gửi giám định vi phạm đó, và dựa vào kết quả giám định này, các văn phòng luật sư được thuê để bảo vệ cho quyền của doanh nghiệp bị xâm phạm sẽ gửi thư cảnh báo trong một khoảng thời gian nhất định yêu cầu cải chính công khai và xin lỗi. Trong trường hợp, doanh nghiệp xâm phạm không cải chính công khai thì sẽ đưa ra toà để xử lý.

Tuy nhiên có một điều đáng nói theo Luật sư Thanh Hà đó là tại những thành phố lớn, thanh tra từ Bộ Khoa học & Công nghệ, hay các đơn vị chức năng khác họ dễ dàng trong việc đánh giá trường hợp này có vi phạm hay không? Tuy nhiên, tại các địa phương, thanh tra tại các Sở Khoa học & Công Nghệ phải kiêm nhiệm nhiều nhiệm vụ và chức năng khác nhau. Vì vậy, họ gặp khó khăn trong việc xác định vi phạm của doanh nghiệp. Ngoài ra, thẩm phán tại các tỉnh hiện nay, số lượng thẩm phán có kinh nghiệm về xử lý sở hữu trí tuệ còn hạn chế. Ngoài ra, Việt Nam cũng chưa có toà án chuyên trách.

Ông Lê Quốc Vinh – Chủ tịch Chủ tịch HĐQT, Tổng Giám đốc, Tập đoàn Le Invest (Holdings) Corporation cho biết, chúng ta có khá nhiều cơ quan về sở hữu trí tuệ, mỗi cơ quan xử lý một vấn đề nên nhiều khi doanh nghiệp thấy tài sản bị xâm phạm thì không biết tìm đến ai.

Ở các quốc gia trên thế giới, khi phát hiện tài sản trí tuệ bị vi phạm doanh nghiệp có thể gọi ngay tới đường dây nóng và có cơ quan tiếp nhận, phân loại các vi phạm. Điều này giúp đỡ doanh nghiệp tốn kém thời gian, tiền bạc. Điều này có thể thấy doanh nghiệp bị xâm phạm rất tôn trọng tài sản của mình và muốn chấm dứt vi phạm một cách nhanh nhất.

Về vấn đề này, Luật sư Trần Hữu Huỳnh cho biết, đường dây nóng để doanh nghiệp có thể báo về những vi phạm. Hiện các cơ quan sở hữu trí tuệ cũng đang tăng nặng hình phạt, phạt cả pháp nhân vi phạm, doanh nghiệp cũng bị đưa vào xử lý hình sự, tước giấy phép, cấm hoạt động,...

Hiện nay, chi phí để đăng ký nhãn hiệu tại Việt Nam trong thời gian 10 năm có chi phí chưa đến 100 USD. Vì vậy, doanh nghiệp nên tự bảo vệ mình bằng việc đăng ký thương hiệu, nhãn hiệu. Điều này không chỉ bảo vệ quyền lợi của doanh nghiệp mà còn thể hiện sự bảo vệ khách hàng.

Ngoài ra, ông Nguyễn Thế Điệp, Phó Chủ tịch CLB BĐS Hà Nội đề xuất, phải có chế tài dành cho các cơ quan quản lý nên thực hiện việc tuyên truyền nhận thức về quản lý thương hiệu cho các doanh nghiệp. Bên cạnh đó, cũng cần có chế tài đối với các địa phương để xảy ra tình trạng tranh chấp thương hiệu xảy ra nhiều.

Trúc Mai