

# “GIẢI PHẪU” VỤ VIỆC NHÃN HIỆU “ST24” VÀ “ST25”

Nguyễn Trâm

Công ty Gottlieb, Rackman & Reisman, P.C, Mỹ

Cách đây không lâu (9/2022), cộng đồng người Việt, đặc biệt là những người quan tâm tới tài sản trí tuệ và giá trị dân tộc đều thấy hân hoan về việc 3 nhãn hiệu gạo của kỹ sư Hồ Quang Cua (nhà điều hành Doanh nghiệp tư nhân Hồ Quang Trí) được cấp văn bằng bảo hộ nhãn hiệu tại Úc. Bên cạnh thành công này, báo chí trong nước còn đưa thông tin về đối thủ của ông Cua - Công ty T&L Global Foods Supply PTY Ltd (gọi tắt là T&L) thất bại trong việc đăng ký nhãn hiệu “ST24” và “ST25” cho nhóm hàng hóa “gạo”, giống như sản phẩm của ông Cua. Về phương diện truyền thông, đây là chiến thắng tuyệt vời của gạo “ST24”, “ST25” của ông Cua và cộng sự. Tuy nhiên, về phương diện pháp luật nhãn hiệu, có rất nhiều điều cần được mổ xẻ và học hỏi. Việc “giải phẫu” vụ việc nhãn hiệu “ST24” và “ST25” là cần thiết để tham khảo cho việc định hướng và xử lý những vụ việc tương tự sau này khi doanh nghiệp Việt Nam tiến ra thị trường quốc tế.

## Biết tên nhưng chưa biết mặt

Rất nhiều kênh truyền thông đưa tin về vụ việc nêu trên nhưng đa số cộng đồng mới chỉ biết tên chứ chưa biết mặt những nhãn hiệu này. Hình 1 là thông tin về 3

nhãn hiệu đã được ông Cua đăng ký bảo hộ thành công tại Úc.

Từ “ST24” và “ST25” nằm trong nhóm chữ: GAO ONG CUA VIETNAM ST24 RICE và GAO ONG CUA VIET NAM ST25

RICE kèm logo mà ông Cua đã đăng ký. Nhiều nguồn tin cho rằng, vì ông Cua là người sáng tạo ra gạo “ST24” và gạo “ST25” nên hồ sơ của ông đương nhiên sẽ được chấp thuận, vì vậy Công ty đối thủ T&L đăng ký trùng 2

|   |   |  |  |  |   |
|---|---|--|--|--|---|
| <p>Number<br/>2184651</p> <p>Words<br/>GAO ONG CUA VIET NAM</p> <p>Image description<br/>MAN'S HEAD, SMILING WEARS SPECTACLES BESIDE GRAIN, EAR</p> <p>Status<br/>Registered:<br/>Registered/protected</p> <p>Priority date<br/>07 Jun 2021 (Filing)</p> <p>Class<br/>30</p> <p>Kind<br/>Figurative</p> |  | <p>Number<br/>2184656</p> <p>Words<br/>GAO ONG CUA VIET NAM ST24 RICE</p> <p>Image description<br/>MAN'S HEAD, SMILING WEARS SPECTACLES BESIDE GRAIN, EAR, ALL ATOP RICE, STYLISED</p> <p>Status<br/>Registered:<br/>Registered/protected</p> <p>Priority date<br/>07 Jun 2021 (Filing)</p> <p>Class<br/>30</p> <p>Kind<br/>Figurative</p> |  | <p>Number<br/>2184658</p> <p>Words<br/>GAO ONG CUA VIET NAM ST25 RICE</p> <p>Image description<br/>MAN'S HEAD, SMILING WEARS SPECTACLES BESIDE GRAIN, EAR, ALL ATOP RICE, STYLISED</p> <p>Status<br/>Registered:<br/>Registered/protected</p> <p>Priority date<br/>07 Jun 2021 (Filing)</p> <p>Class<br/>30</p> <p>Kind<br/>Figurative</p> |  |
|---|---|--|--|--|---|

Hình 1. Bảng thông tin chi tiết về 3 nhãn hiệu gạo của ông Cua.

nhãn hiệu sẽ đương nhiên bị từ chối. Quan điểm trên chưa chính xác. Việc nhãn hiệu của ông Cua được chấp thuận mà công ty đối thủ thì không, không hoàn toàn nằm ở việc ông là người sáng tạo ra loại gạo này. Theo pháp luật nhãn hiệu Úc, việc chấp thuận và được chấp thuận trong vụ việc “ST24” và “ST25” dựa trên những điều cơ bản của luật nhãn hiệu và quy trình đăng ký nhãn hiệu.

### “ST24” và “ST25” có phải nhãn hiệu?

Vụ việc của ông Cua có những sự thực được chứng minh như sau:

Ông Hồ Quang Cua và cộng sự là TS Trần Tấn Phương (nay là Giám đốc Trung tâm Giống Nông nghiệp Sóc Trăng) là cha đẻ sáng tạo ra gạo “ST24” và “ST25”. Sau chiến thắng ngoạn mục của gạo “ST25” tại Cuộc thi Gạo ngon nhất thế giới năm 2019, gạo “ST24” và “ST25” trở thành niềm tự hào của người Việt Nam trên trường quốc tế, đồng thời thúc đẩy phát triển và xuất khẩu lúa gạo nước nhà.

“ST24” và “ST25” là giống gạo được lai tạo từ vùng đất Sóc Trăng, do đó có chữ ST ở đầu. Trải qua nhiều thử nghiệm và nghiên cứu về lai tạo giống mới, các kỹ sư nông nghiệp từ thành quả ban đầu là ST3 đã lần lượt cho ra đời ST5, ST20 và hiện là “ST24” và “ST25”. Vì vậy, “ST24” và “ST25” được xác định là tên của loại gạo từ Sóc Trăng, không phải tên nhãn hiệu.

“ST24” và “ST25” không phải tên có tính phân biệt dịch vụ kinh doanh thương mại hay phân biệt hàng hóa, bởi thế được đưa vào nhóm Generic term - tức là “thuật ngữ chung”.

Theo luật sở hữu trí tuệ (SHTT) của đa phần các quốc gia trên thế giới, các “thuật ngữ chung” và “nhãn hiệu thương mại” mang tính loại trừ lẫn nhau. Nếu là một thuật ngữ chung, nó không bao giờ có thể hoạt động như một dấu hiệu để xác định và phân biệt các sản phẩm tới từ một cá nhân hay pháp nhân cụ thể.

Tòa phúc thẩm Mỹ từng phát biểu, “thuật ngữ chung là một thuật ngữ thường được sử dụng làm tên chung của một loại hàng hóa. Không giống như nhãn hiệu dùng để xác định nguồn gốc của sản phẩm, một thuật ngữ chung chỉ đơn thuần xác định loại hoặc thể loại sản phẩm”. Do đó, người bán không thể chiếm đoạt một thuật ngữ chung và yêu cầu sử dụng cũng như bảo hộ độc quyền thuật ngữ này dưới danh nghĩa nhãn hiệu. Trao quyền nhãn hiệu cho các thuật ngữ chung sẽ giới hạn việc tự do sử dụng ngôn ngữ tiếng Anh, đồng thời sẽ hạn chế tính cạnh tranh lành mạnh của thị trường.

Tuy nhiên, một thuật ngữ chung có thể là tên chung của một loại sản phẩm nhưng lại là nhãn hiệu cho một số sản phẩm khác. Ví dụ: “APPLE” là tên chung cho một loại trái cây, nhưng nó là

nhãn hiệu cho máy tính. Một ví dụ khác là “IVORY”, tên chung cho vật liệu tạo ngà voi nhưng là nhãn hiệu cho xà phòng do Proctor & Gamble bán. Các ví dụ cứ lặp đi lặp lại, bao gồm “BICYCLE”, “CATERPILLAR”, “SANDALS”, “SHELL”... Do đó, không thể lập luận chắc chắn rằng vì từ hay cụm từ là tên chung cho một thứ gì đó, nó không thể được đăng ký làm nhãn hiệu cho bất cứ sản phẩm gì khác.

Trong trường hợp “ST24” và “ST25”, 2 cụm từ này là tên giống gạo đã được xác định nguồn gốc và giới thiệu tại thị trường gạo quốc tế năm 2019. Do đó, “ST24” và “ST25” được xác nhận làm thuật ngữ chung cho gạo. Điều này cũng được chứng thực thông qua kết quả kiểm tra, thẩm định và các phản hồi từ Cục SHTT Việt Nam, Cục Sáng chế và Nhãn hiệu Mỹ (USPTO) và một số cơ quan quản lý SHTT khác trên thế giới.

Khi nói về “ST24” và “ST25”, người tiêu dùng hiểu đó là loại gạo được sản xuất ở Sóc Trăng, Việt Nam, phân biệt với các loại gạo khác như: Bamasti của Ấn Độ; Koshihikari của Nhật Bản; Arborio của Ý; Arroz Bomba của Tây Ban Nha hay Pinipig của Philippines (hình 2).

Khi “ST24” và “ST25” được xác nhận là thuật ngữ chung thì vụ việc nhãn hiệu của ông Cua rẽ hẳn sang một lối mới với nhiều tính tiết mới.

## Diễn đàn Khoa học và Công nghệ



Gạo ST20



Gạo Basmati của Ấn Độ



Gạo Koshihikari của Nhật Bản



Gạo Arborio của Ý



Gạo Arroz Bomba của Tây Ban Nha



Gạo Pinipig của Philippines

Hình 2. Một số loại gạo nổi tiếng trên thế giới.

### “ST24” và “ST25”: Chuyện đã kể và chưa kể

Ngày 22/4/2021, Cục SHTT Úc đã tiếp nhận hồ sơ đăng ký nhãn hiệu gạo ngon nhất thế giới “ST24” và “ST25” của Công ty T&L. Ngay trong cùng tháng, Văn phòng Thương mại Việt Nam

tại Úc, một cơ quan của Bộ Công Thương Việt Nam đã gửi công hàm tới Cục SHTT Úc phản đối về việc đăng ký này và nhận được phản hồi sau đó. Cũng trong khoảng thời gian này, Văn phòng Thương mại Việt Nam tại Úc đã trao đổi và đề nghị ông Cua làm

việc với đại diện luật SHTT tại Úc mà ông Cua đã lựa chọn để đăng ký nhãn hiệu gạo của ông tại quốc gia này.

Xét về ngày đăng ký, Công ty T&L nộp đơn vào tháng 4/2021, trong khi 3 nhãn hiệu của ông Cua nộp vào tháng 6 cùng năm. Như vậy, nếu theo quy trình đăng ký thông thường tại Cục SHTT Úc, nhãn hiệu “ST24” và “ST25” của Công ty T&L sẽ được xem xét trước. Tuy nhiên, trong trường hợp có công hàm của Văn phòng Thương mại Việt Nam tại Úc, liệu Cục SHTT Úc có ngay lập tức hủy đơn của Công ty T&L?

Việc Cục SHTT Úc xem xét công hàm là một điều đương nhiên dựa trên quan hệ hợp tác của hai quốc gia. Tuy nhiên, đây không hẳn là yếu tố để đưa hồ sơ 2 nhãn hiệu của Công ty T&L vào diện hết hiệu lực (lapsed). Dựa theo thông tin tra cứu về lịch sử đăng ký và thẩm định nhãn hiệu trên hệ thống của Cục SHTT Úc (hình 3), 2 đơn nhãn hiệu “ST24” và “ST25” của Công ty T&L được chấp thuận cho nộp và công khai trên hệ thống nhãn hiệu Úc vào cùng ngày nộp đơn. Việc thẩm định kéo dài từ ngày 11/6/2021 tới ngày 11/9/2022 mới ra quyết định “lapsed/not protected” (hết hiệu lực/không được bảo vệ). Bảng thông tin trên cũng cho thấy, thẩm định viên của Cục SHTT Úc có ra thông báo thẩm định nội dung đối với 2 nhãn hiệu của Công ty T&L vào ngày 11/6/2021, đồng thời ra thông báo nhắc nhở hạn hồi đáp vào ngày 15/6/2022. Tuy nhiên, Công ty đã không hồi đáp lại các thông báo này. Vì vậy, qua thời hạn hồi đáp, Cục SHTT Úc đã



| ST 24   |  | ST 25   |   |
|---|--|---|---|
| <b>Number</b><br>2173157<br><br><b>Words</b><br>ST 24<br><br><b>Status</b><br>● Lapsed: Not accepted<br><br><b>Priority date</b><br>22 Apr 2021 (Filing)<br><br><b>Class</b><br>30<br><br><b>Kind</b><br>Word<br><br><b>Goods &amp; Services</b><br><br><b>Class 30:</b> Rice; Best Rice Of The World<br><br><b>Opposition details</b><br>No oppositions information available. | <b>Dates</b><br>Lapsed 11 Sep 2022<br>First report 11 Jun 2021<br>Filing 22 Apr 2021<br><br><b>Owner</b><br>● T&L GLOBAL FOODS SUPPLY PTY LTD<br>See full address ><br><br><b>Address for service</b><br>T&L GLOBAL FOODS SUPPLY PTY LTD<br>420 Victoria Rd<br>Malaga, WA, 6090,<br>AUSTRALIA<br><br><b>Indexing constituents</b><br><b>Word</b><br>ST 24<br>NUM =ST<br>LTR<br>Image | <b>Number</b><br>2173156<br><br><b>Words</b><br>ST 25<br><br><b>Status</b><br>● Lapsed: Not accepted<br><br><b>Priority date</b><br>22 Apr 2021 (Filing)<br><br><b>Class</b><br>30<br><br><b>Kind</b><br>Word<br><br><b>Goods &amp; Services</b><br><br><b>Class 30:</b> Rice; Best Rice Of The World<br><br><b>Opposition details</b><br>No oppositions information available. | <b>Dates</b><br>Lapsed 11 Sep 2022<br>First report 11 Jun 2021<br>Filing 22 Apr 2021<br><br><b>Owner</b><br>● T&L GLOBAL FOODS SUPPLY PTY LTD<br>See full address ><br><br><b>Address for service</b><br>T&L GLOBAL FOODS SUPPLY PTY LTD<br>See full address ><br><br><b>Indexing constituents</b><br><b>Word</b><br>ST 25<br>NUM =ST<br>LTR<br>Image |

Hình 3. Thông tin về hai đơn nhãn hiệu “ST24” và “ST25” của Công ty T&L trên hệ thống dữ liệu của Cục SHTT Úc.

chuyển trạng thái hồ sơ “ST24” và “ST25” của Công ty T&L thành hết hiệu lực/không được bảo vệ.

Điều đó cho thấy, Cục SHTT Úc đã cho đơn "ST24" và "ST25" của Công ty T&L đi theo quy trình giống các đơn đăng ký nhãn hiệu khác. Điều này đồng nghĩa với việc 2 đơn nhãn hiệu "ST24" và "ST25" của Công ty T&L được xem xét mà không bị hủy giữa chừng. Như vậy, dù Cục SHTT Úc có lưu tâm về công hàm của Văn phòng Thương mại Việt Nam tại Úc, họ vẫn đảm bảo quy trình nộp đơn và thẩm định cho Công ty T&L như mọi doanh nghiệp khác ở Úc. Đây chính là quyền mà doanh nghiệp được hưởng khi tiến hành đăng ký với Cục SHTT Úc mà không bị loại trừ đơn lập tức bởi bất cứ lý do gì hoặc không vì lý do gì.

### Hết hiệu lực và không được chấp thuận không hẳn là bị từ chối?

Giả định rằng, nếu Công ty T&L có trả lời và tiếp tục theo đuổi 2 đơn này, việc bị từ chối là khá cao bởi “ST24” và “ST25” là một cụm từ chỉ chung một loại gạo đặc biệt. Chúng không có

chức năng cơ bản của một nhãn hiệu: kết nối sản phẩm với một cơ sở kinh doanh cụ thể. Nói một cách khác, 2 cụm từ này không đủ khả năng cấu thành nhãn hiệu và không mang đặc trưng của nhãn hiệu. Tuy nhiên, câu chuyện lại rẽ sang một hướng khác khi Công ty T&L dùng việc nộp đơn giữa chừng, vậy nên đơn của họ bị tuyên “hết hiệu lực”, chứ không phải bị “từ chối”.

Tại Úc, đơn đăng ký nhãn hiệu đã “hết hiệu lực” (lapsed) khác với đơn “từ chối” (rejected/refused). Nếu Cục SHTT Úc từ chối đơn đăng ký của bạn vì đơn không vượt qua giai đoạn kiểm tra thẩm định nội dung, bạn không được phép đăng ký hoặc đăng ký mới từ đầu nhãn hiệu đã bị từ chối. Và lúc này đơn sẽ có trạng thái “refused” hoặc “rejected”. Mặt khác, đơn mất hiệu lực (lapsed) nếu bạn không: phản hồi thông báo thẩm định nội dung mà có tính bất lợi của Cục trong vòng 15 tháng; trả phí gia hạn liên quan nếu bạn bỏ lỡ khoảng thời gian 15 tháng để trả lời.

Dựa trên bảng thông tin về lịch sử thẩm định đơn “ST24” và

“ST25” của Công ty T&L, Cục SHTT Úc chứng thực là đã cho Công ty này 15 tháng để trả lời thông báo từ chối đơn vì lý do cụ thể nào đó (từ ngày 11/6/2021 tới 21/9/2022). Khác biệt giữa mất hiệu lực và từ chối là mất hiệu lực cho chủ nhãn hiệu cơ hội nộp lại đơn mới nhưng vẫn sử dụng mẫu nhãn hiệu giống đơn đã bị mất hiệu lực. Trong đơn nhãn hiệu được Cục SHTT Úc để trạng thái mất hiệu lực, thương hiệu của bạn được coi là chưa được thẩm định hoàn tất - khác với đã thẩm định và bị từ chối. Nếu bạn vẫn muốn đăng ký nhãn hiệu của mình, nhưng đơn đăng ký của bạn đã hết hiệu lực, bạn cần phải nộp đơn đăng ký nhãn hiệu mới và thanh toán các khoản phí liên quan.

Nếu đơn đăng ký đã hết hiệu lực, chủ nhãn hiệu có thể tự hỏi liệu có cần ngừng sử dụng thương hiệu ngay lập tức hay không, điều này phụ thuộc vào lý do được nêu trong thông báo có tính bất lợi mà Cục SHTT Úc đã gửi cho chủ nhãn hiệu. Và nếu lý do trong thông báo liên quan tới một nhãn hiệu giống hết đã được đăng ký

trước đó bởi một bên khác, chủ đơn nên tiến hành sử dụng nhãn hiệu chưa đăng ký của họ một cách thận trọng.

Trong trường hợp Công ty T&L, họ có thể chọn nộp lại đơn nhãn hiệu hoặc chỉnh sửa nhãn hiệu và nộp mới, đơn nhãn hiệu mới của Công ty T&L có thể có từ “ST24” và “ST25” trong cụm nhãn hiệu, kèm logo, hình ảnh, tùy theo thiết kế. Nhãn hiệu mới của Công ty T&L buộc phải gắn với sản phẩm gạo mà họ bán.

### “ST24” và “ST25” không phải của riêng ai

“ST24” và “ST25” đã được định hình trong mắt người tiêu dùng là từ để xác định một loại gạo có đặc tính thon, dài và thơm đặc biệt; mặc dù không phải người tiêu dùng nào cũng biết tới cha đẻ của loại gạo này. Một nhãn hiệu chỉ bao gồm chữ “ST24” và “ST25” không giúp người tiêu dùng xác định được nguồn kinh doanh sản phẩm. Trong khi đó, người tiêu dùng, thông qua nhãn hiệu mà ông Cua đăng ký ở Úc, có thể biết đây là gạo của ông Cua. Nếu chỉ để từ “ST24” và “ST25”, người tiêu dùng sẽ không kết nối sản phẩm này tới ông Cua và họ cũng ko mặc định mình đang mua gạo của ông Cua.

Từ sáng tạo tới độc quyền thương hiệu không phải là chuyện đơn giản bởi mỗi quốc gia sẽ có luật nhãn hiệu và quy trình thẩm định riêng. Tuy nhiên, các quốc gia đều có những quy định cơ bản giống nhau, đó là không chấp thuận đơn nhãn hiệu chỉ dùng thuật ngữ chung hoặc mang tính mô tả đơn thuần, vì những đơn

này không thực hiện mục đích cơ bản của nhãn hiệu mà chỉ nhằm tạo ra sự nhầm lẫn cho người tiêu dùng.

USPTO từng từ chối một đơn đăng ký từ “ST25” của Công ty Transworld Foods, Inc (1 trong 5 công ty đã đăng ký “ST25” tại Mỹ sau khi loại gạo này giành chiến thắng năm 2019). Trong thông báo từ chối đơn, USPTO lập luận như sau: “Tên hoặc từ chỉ định giống cây trồng là các ký hiệu dùng để xác định các giống hoặc phân loại của cây hay hạt giống nông nghiệp được dùng trong trồng trọt. Chúng là thuật ngữ chung và không thể đăng ký làm nhãn hiệu vì chúng là tên mô tả chung của các loại cây trồng hoặc hạt giống mà người tiêu dùng tại Mỹ biết đến”. Ngoài ra, một số công ty tìm cách lách bằng cách đăng ký “ST25” cho sản phẩm liên quan tới gạo, ví dụ như trường hợp của Công ty TTM International Inc với đơn đăng ký số: 90103840, sản phẩm đăng kí là: mì, miến, bún và phở; tuy nhiên, do các sản phẩm này gần gũi và liên quan tới gạo, USPTO cũng ra quyết định từ chối với lý do tương tự đơn của Công ty Transworld Foods.

Các quyết định từ chối của USPTO từ năm 2019 cho tới thời điểm hiện tại đều chỉ ra sự thống nhất về quan điểm của cơ quan này đối với cụm từ “ST25”. Theo ông Nguyễn Văn Bảy - Phó Cục trưởng Cục SHTT Việt Nam trong một phát biểu vào tháng 4/2021: không ai, kể cả các nhà phát triển loại gạo “ST25” nổi tiếng của Việt Nam, có thể đăng ký nhãn hiệu cho loại gạo này vì đây là giống

cây trồng nói chung. Ông cũng nhấn mạnh, doanh nghiệp nào cũng có thể giới thiệu gạo “ST25” ra thị trường dưới nhãn hiệu riêng của mình, nhưng không thể đăng ký nhãn hiệu “ST25”. Điều này tương tự cho tên các loại gạo khác như “ST24”, hay trong tương lai là ST26.

“ST24” và “ST25” là niềm tự hào của nền nông nghiệp Việt Nam nói riêng và người Việt năm châu nói chung. Tuy nhiên, khi cụm từ “ST24” và “ST25” được khẳng định mang tính chung và không thể đăng ký làm nhãn hiệu, ông Cua và các cộng sự cũng như đại diện pháp lý của ông cần nhìn cục diện nhãn hiệu quốc tế theo một cách nhìn khác.

### “Cơ bản không bao giờ dừng”

Nếu một doanh nghiệp theo đuổi việc đăng ký, bảo hộ và loại trừ đối thủ đăng ký cụm “ST24” và “ST25” ở nhiều quốc gia thì đây là tin buồn cho doanh nghiệp đó bởi tình thế này là “cơ bản không bao giờ dừng”. Các đơn đăng ký nhãn hiệu bao gồm cụm “ST24” và “ST25” đã và vẫn đang đổ về Cục SHTT ở nhiều quốc gia trên thế giới.

Mới đây, Cục SHTT Úc đã nhận đơn đăng ký một nhãn hiệu gạo mới, nộp ngày 12/2/2022, có dùng cụm từ “ST25” và đơn đăng ký này đã vượt qua vòng kiểm tra hồ sơ, được công khai trên hệ thống dữ liệu, đã bước vào vòng thẩm định nội dung. Nhãn hiệu này là: QUEEN PREMIUM FRAGRANT RICE GAO THOM THUONG HANG GAO NU HOANG “ST25” BRC GLOBAL STANDARD FOR FOOD

SAFETY HACCP CERTIFIED THE WORLD'S 2019 BEST RICE AWARD WINNER PRODUCT OF VIETNAM. Chủ nhãn hiệu là Công ty CP Vina Tân Á.

Mặc dù nhãn hiệu này bao gồm cụm từ “ST25”, nhưng nó hướng người tiêu dùng mua gạo dưới thương hiệu khác với thương hiệu của ông Cua. Không bàn tới việc nhãn hiệu này có được chấp thuận đăng ký hay không nhưng việc các công ty nông nghiệp và các nhà sản xuất đăng ký cụm “ST25” đi cùng với thương hiệu của họ là điều được phép. Ngoài ra, nhãn hiệu trên dù cũng dùng cụm từ “ST25” nhưng rất khó khiến khách hàng nhầm tưởng rằng họ đang mua gạo của ông Cua, mà hiểu rằng họ đang mua gạo “ST25” của Công ty CP Vina Tân Á.

Dựa trên nhãn hiệu bao bì, sự nhầm tưởng này gần như không thể xảy ra. Những đơn nhãn hiệu mới có bao gồm cụm từ “ST24” hay “ST25” khẳng định việc các doanh nghiệp kinh doanh gạo “ST24” và “ST25”, như doanh nghiệp của ông Cua, sẽ thấy cụm từ này được đặt trong các nhãn hiệu gạo tới từ các doanh nghiệp khác nhau.

Tại Mỹ, ông Cua đã nộp đơn xin đăng ký 3 nhãn hiệu vào ngày 25/02/2022, cả 3 hồ sơ này đều đã vượt qua vòng thẩm định hình thức và đang chờ USPTO chuyển hồ sơ cho bộ phận thẩm định nhãn hiệu để thẩm định nội dung. Trước ông Cua, có một số đơn đăng ký nhãn hiệu cho gạo “ST24” và “ST25” cũng đang trong quá trình thẩm định nội

dung.

Việc các công ty kinh doanh sản phẩm nông nghiệp liên tục đăng ký cụm từ “ST24” và “ST25” dưới nhãn hiệu công ty của họ là điều không thể tránh khỏi khi các cụm từ này là từ chung và phổ biến. Việc ông Cua và cộng sự đăng ký tên ông kèm theo logo và cụm từ “ST25” là quyết định sáng suốt, bởi nhãn hiệu này mang tính phân biệt và dẫn dắt người mua hình thành kết nối giữa nhãn hiệu với gạo “ST24”, “ST25” chuẩn của ông Cua. Đồng thời, khiến người mua biết đây là sản phẩm đến từ ông Cua khi cầm sản phẩm trên tay, khi đó mục đích chuẩn mực của nhãn hiệu đã đạt được.

Như vậy, chiến thắng của ông Cua ở Úc không nằm ở việc nhãn hiệu “ST24” và “ST25” của công ty đối thủ không được cho đăng ký, mà vì hồ sơ bị mất hiệu lực do chủ đơn không theo đuổi đơn đúng thời gian và quy định. Đồng thời, 2 cụm từ này mang tính chung chung, không thể đăng ký. Chiến thắng của ông Cua nằm ở việc ông và cộng sự, dưới sự trợ giúp của Văn phòng Thương mại Việt Nam tại Úc và sự đồng hành của Công ty luật quốc tế Baker McKenzie, đã đăng ký thành công thương hiệu ở Úc để từ nay các sản phẩm gạo “ST25” chuẩn chất lượng ông Cua được kinh doanh rộng rãi tại quốc gia này.

### “Giải phẫu” để nhìn thấu

Vụ việc “ST24” và “ST25” nêu trên vốn dĩ không có kiện tụng cũng không có phản đối đơn nhãn hiệu nhưng lại được đề cập sôi nổi trên báo chí nước nhà. Sau khi “giải phẫu” vụ việc có thể

thấy rằng, vụ “ST24” và “ST25” của ông Cua tốn nhiều giấy mực của báo chí bởi sản phẩm của ông là niềm tự hào của Việt Nam, đồng thời cho thấy sự quan tâm và hỗ trợ của Nhà nước với một sản phẩm có tiềm năng quốc tế lớn như sản phẩm gạo “ST25” thương hiệu ông Cua.

Việc giải phẫu để nhìn thấu bên trong không còn chỉ áp dụng cho sinh học. Cách nói “giải phẫu” vụ việc nhãn hiệu hay sáng chế đã trở nên rất phổ biến ở Mỹ, nơi mỗi vụ việc nhãn hiệu dù ở giai đoạn đăng ký hay tố tụng đều có thể mang tới những kết quả làm mở rộng nhận thức pháp lý và thay đổi cấu trúc luật nhãn hiệu.

Kết quả giải phẫu vụ việc “ST24” và “ST25” cho thấy, tính điển hình của việc không thể đăng ký các thuật ngữ chung làm nhãn hiệu ở Việt Nam cũng như hầu hết các khu vực địa lý khác trên thế giới. Các doanh nghiệp nên tìm hiểu về nhãn hiệu và thuật ngữ chung trước khi thực hiện việc đăng ký để tránh trường hợp hồ sơ đăng ký bị từ chối hoặc cho vào diện hết hiệu lực.

Sự lãng phí tiền của và công sức này có thể không xảy ra nếu doanh nghiệp lựa chọn nhãn hiệu kỹ càng dưới sự giúp đỡ của các chuyên gia SHTT. Các doanh nghiệp đồng thời cũng không nên tìm cách đăng ký các thuật ngữ chung nhằm sử dụng với mục đích xấu (bad faith) bởi nó đi ngược lại mục đích của luật SHTT