

CÁC QUY ĐỊNH CỦA HIỆP ĐỊNH TRIPS VỀ BẢO HỘ CHỈ DẪN ĐỊA LÍ

ThS. VŨ THỊ HẢI YẾN *

Từ xa xưa, việc sử dụng những dấu hiệu chỉ dẫn về nguồn gốc địa lí của hàng hoá trong thương mại để phân biệt các sản phẩm trên thị trường đã rất phổ biến và có ý nghĩa quan trọng. Nhiều địa danh thông thường đã trở thành những chỉ dẫn trong thương mại, được người sản xuất sử dụng như một lợi thế trong kinh doanh. Những tên gọi nổi tiếng gắn liền với các sản phẩm có chất lượng cao và được ưa chuộng như: Champagne, Bourdeaux, Burgundy cho rượu vang; Cognac, Scotch Whisky... cho rượu mạnh; Roquerfort cho pho mát; Darjeeling cho chè; Swiss cho Socola hay Swiss made cho đồng hồ; Budwei cho bia; Parma cho giăm bông... đã trở nên quen thuộc và phổ biến trên thế giới nhiều thế kỉ qua.

Mặc dù những dấu hiệu để chỉ dẫn về nguồn gốc địa lí của hàng hoá ra đời và được sử dụng rộng rãi từ nhiều thế kỉ trước trên thế giới nhưng những quy định về bảo hộ các chỉ dẫn xuất xứ này mới chỉ xuất hiện trong các văn bản pháp lí quốc tế trong khoảng hơn 100 năm trở lại đây. Lần đầu tiên, việc bảo hộ đối với các dấu hiệu chỉ nguồn gốc địa lí của hàng hóa là “chỉ dẫn nguồn gốc” và “tên gọi xuất xứ” ở mức độ quốc tế được đề cập trong Công ước Paris về bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp (1883) và sau đó được tiếp tục phát triển trong Hiệp định Madrid (1891) về việc chống lại các chỉ dẫn sai lệch hoặc gây nhầm lẫn về nguồn

gốc và Hiệp định Lisbon (1958) về bảo hộ tên gọi xuất xứ và đăng kí quốc tế tên gọi xuất xứ. Thuật ngữ “chỉ dẫn địa lí” mới chỉ xuất hiện gần đây trong đàm phán quốc tế về sở hữu trí tuệ và được chính thức thừa nhận trong Thoả thuận về những khía cạnh liên quan đến thương mại của quyền sở hữu trí tuệ - Hiệp định TRIPs năm 1994 - Hiệp định được coi là hoàn chỉnh nhất trong việc bảo hộ quốc tế đối với quyền sở hữu trí tuệ. Sự ra đời của Hiệp định TRIPs đã đánh dấu một bước đột phá quan trọng trong việc bảo hộ chỉ dẫn địa lí ở mức độ quốc gia và quốc tế. Trước đây, chỉ dẫn địa lí được cho là vấn đề quan tâm của một vài quốc gia sản xuất rượu vang và pho mát thì sau khi Hiệp định TRIPs ra đời, nó đã thu hút được sự quan tâm chú ý của tất cả các quốc gia thành viên WTO.

Hiệp định TRIPs dành riêng Mục 3 Phần II cho những quy định về bảo hộ chỉ dẫn địa lí với 6 nội dung cơ bản sau:

1. Khái niệm chỉ dẫn địa lí

Các điều ước quốc tế trước Hiệp định TRIPs chỉ đề cập việc bảo hộ hai loại chỉ dẫn đặc biệt là chỉ dẫn nguồn gốc và tên gọi xuất xứ hàng hoá. Thuật ngữ “chỉ dẫn nguồn gốc”- “indications of source” và “tên gọi xuất xứ”- “appellations of origin” lần đầu tiên được nhắc đến trong quy định về quyền

* Giảng viên Khoa luật dân sự
Trường Đại học Luật Hà Nội

sở hữu công nghiệp của Công ước Paris về bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp (1883). Tuy nhiên, Công ước này hoàn toàn chưa đưa ra khái niệm hay những dấu hiệu của các loại chỉ dẫn này. Hiệp định Madrid về việc chống các chỉ dẫn sai lệch hoặc nhầm lẫn về nguồn gốc (1891) với mục đích kế thừa và phát triển những quy định của Công ước Paris về bảo hộ chỉ dẫn nguồn gốc đã quy định cụ thể và rõ ràng hơn về chỉ dẫn nguồn gốc: “*Bất kì sản phẩm nào mang chỉ dẫn sai lệch hoặc lừa dối mà qua đó một trong số các quốc gia thành viên của Thoả ước Madrid hoặc một địa điểm tại nước đó được chỉ dẫn trực tiếp hoặc gián tiếp là nước hoặc địa điểm xuất xứ thì hàng nhập khẩu vào bất kì quốc gia thành viên nào của Thoả ước Madrid đều bị tịch thu*”.⁽¹⁾ Những đặc điểm cơ bản của chỉ dẫn nguồn gốc - một loại chỉ dẫn về nguồn gốc địa lí của hàng hoá đã được xác định trong Hiệp định này bao gồm:

- Chỉ dẫn nguồn gốc là bất kì sự diễn đạt nào được sử dụng để chỉ dẫn trực tiếp hoặc gián tiếp về nguồn gốc của sản phẩm từ một quốc gia hoặc một vùng lãnh thổ của quốc gia nơi hàng hoá đó được sản xuất như: Từ ngữ, tên gọi, biểu tượng, hình ảnh...

- Một chỉ dẫn nguồn gốc thuần túy chỉ nêu lên nguồn gốc địa lí của hàng hoá - là nơi hàng hoá đó được sản xuất mà không cần gắn với một sự liên quan nào giữa chất lượng của hàng hoá và nơi sản xuất ra hàng hoá đó. Theo quy định này, chỉ dẫn nguồn gốc không đòi hỏi bất kì một tiêu chuẩn về chất lượng hoặc các đặc tính riêng của hàng hoá sử dụng chỉ dẫn đó. Các chỉ dẫn nguồn gốc phổ biến được sử dụng trên hàng hoá để

thông tin về nơi sản phẩm được sản xuất như: Made in China; Swiss made...

Khái niệm tên gọi xuất xứ được quy định trong Hiệp định Lisbon về bảo hộ tên gọi xuất xứ và đăng kí quốc tế tên gọi xuất xứ (1958). Điều 2(1) Hiệp định Lisbon quy định: “*Tên gọi xuất xứ hàng hoá là tên địa lí của nước, khu vực hoặc vùng lãnh thổ, dùng để chỉ dẫn cho một sản phẩm bắt nguồn từ khu vực đó, có chất lượng hoặc những tính chất đặc thù, riêng biệt xuất phát từ môi trường địa lí, bao gồm yếu tố tự nhiên và con người*”.⁽²⁾ Theo khái niệm này, một tên gọi xuất xứ hàng hoá có 3 đặc điểm:

- Là tên của một khu vực địa lí - địa danh như: Tên nước, khu vực hoặc vùng, địa phương cụ thể. “Tên địa lí” phải là những tên gọi được sử dụng chính thức trên bản đồ địa lí để chỉ một khu vực địa lí nhất định. Những tên gọi có tính chất quy ước, tên hiệu, tên riêng mà không phải là tên chính thức được sử dụng trên bản đồ địa lí mặc dù gợi ý hoặc chỉ dẫn đến một địa danh nhất định cũng không phải là tên gọi xuất xứ hàng hoá;

- Hàng hoá có sử dụng tên gọi xuất xứ phải bắt nguồn, được sản xuất từ khu vực địa lí mà nó chỉ dẫn;

- Phải có mối liên hệ giữa chất lượng và các tính chất đặc thù của hàng hoá với các yếu tố đặc biệt của môi trường địa lí, bao gồm các yếu tố tự nhiên và con người. Như vậy, việc sử dụng tên gọi xuất xứ đòi hỏi sản phẩm mang tên gọi xuất xứ phải có chất lượng hoặc những tính chất đặc thù riêng và những tính chất này phải được thiết lập dựa trên những điểm ưu việt của môi trường địa lí, bao gồm sự kết hợp của cả những yếu tố tự nhiên (khí

hậu, điều kiện thổ nhưỡng, nguồn nước...) và yếu tố con người (kỹ năng, kinh nghiệm sản xuất truyền thống, quy trình sản xuất...).

Khái niệm “chỉ dẫn địa lí” lần đầu tiên được quy định trong Hiệp định TRIPs (khoản 1 Điều 22) như sau: *“Trong Hiệp định này chỉ dẫn địa lí là những chỉ dẫn về hàng hoá bắt nguồn từ lãnh thổ của một thành viên hoặc từ khu vực hay địa phương thuộc lãnh thổ đó, có chất lượng, uy tín hoặc đặc tính nhất định chủ yếu do xuất xứ địa lí quyết định”*.⁽³⁾ Từ định nghĩa này, có thể xác định chỉ dẫn địa lí có ba đặc điểm sau:

- Chỉ dẫn địa lí là những chỉ dẫn về nguồn gốc của hàng hoá. Hiệp định TRIPs không giới hạn phạm vi dấu hiệu được sử dụng làm chỉ dẫn địa lí, có nghĩa là chỉ dẫn địa lí có thể là dấu hiệu bất kì để chỉ ra nguồn gốc của hàng hoá, không nhất thiết phải là một địa danh đang tồn tại trên bản đồ địa lí như quy định của Hiệp định Lisbon về tên gọi xuất xứ. Như vậy, phạm vi dấu hiệu là chỉ dẫn địa lí rộng hơn so với tên gọi xuất xứ;

- Hàng hoá mang chỉ dẫn địa lí phải bắt nguồn từ lãnh thổ, địa phương hay khu vực mà chỉ dẫn đó chỉ dẫn tới. Đây cũng là đặc điểm chung của chỉ dẫn nguồn gốc và tên gọi xuất xứ;

- Sản phẩm mang chỉ dẫn địa lí có chất lượng, uy tín hoặc đặc tính chủ yếu do xuất xứ địa lí quyết định. Nếu như các chỉ dẫn nguồn gốc không cần điều kiện về chất lượng hoặc đặc tính của sản phẩm mang chỉ dẫn nguồn gốc thì chỉ dẫn địa lí đòi hỏi sản phẩm gắn chỉ dẫn địa lí phải có chất lượng, uy tín và đặc tính nào đó do xuất xứ địa lí mang lại. Tuy nhiên, nếu như tên gọi xuất xứ

phải có mối liên hệ chặt chẽ giữa các đặc tính của sản phẩm với tất cả các yếu tố tự nhiên và con người của môi trường địa lí thì theo Hiệp định TRIPs, sản phẩm gắn chỉ dẫn địa lí chỉ cần có một đặc tính nào đó về chất lượng hoặc uy tín do ảnh hưởng của yếu tố địa lí, có thể là yếu tố tự nhiên hoặc con người.

Như vậy, liên quan đến các chỉ dẫn về nguồn gốc địa lí của hàng hoá, trong các điều ước quốc tế đã xuất hiện ba thuật ngữ pháp lí với những nội dung khác nhau: chỉ dẫn nguồn gốc, tên gọi xuất xứ và chỉ dẫn địa lí. Về nghĩa đen, các thuật ngữ trên chủ yếu khác nhau ở hai từ “tên gọi”- tên địa danh và “chỉ dẫn”- gồm các dấu hiệu khác nhau như tên gọi, biểu tượng, hình ảnh... Về tiêu chuẩn bảo hộ, chỉ dẫn nguồn gốc có tiêu chuẩn bảo hộ rộng nhất, bao hàm cả hai đối tượng là chỉ dẫn địa lí và tên gọi xuất xứ hàng hoá, trong đó tên gọi xuất xứ hàng hoá là đối tượng có phạm vi hẹp nhất; nói cách khác, tên gọi xuất xứ hàng hoá là một dạng đặc biệt của chỉ dẫn địa lí.

Qua việc so sánh ba loại chỉ dẫn về nguồn gốc địa lí của hàng hoá đã được quy định trong các Điều ước quốc tế, có thể thấy Hiệp định TRIPs lựa chọn bảo hộ Chỉ dẫn địa lí thay thế cho Chỉ dẫn nguồn gốc và Tên gọi xuất xứ là hợp lí. Chỉ dẫn nguồn gốc thực chất chỉ là những dấu hiệu được ghi trên nhãn hàng hoá để chỉ dẫn về nơi hàng hoá được sản xuất, nhằm bảo đảm khả năng truy xuất của hàng hoá lưu thông trên thị trường, do đó không phải là một đối tượng Sở hữu công nghiệp được bảo hộ. Tên gọi xuất xứ là một loại chỉ dẫn địa lí được bảo hộ. Tuy nhiên, những dấu hiệu được bảo hộ là tên gọi xuất

xứ rất hạn chế- chỉ bao gồm các tên địa danh, trong khi trên thực tế, ngoài tên địa danh còn có những dấu hiệu khác cũng được sử dụng để chỉ dẫn về xuất xứ của sản phẩm. Thêm nữa, điều kiện về mối liên quan chặt chẽ giữa chất lượng và các đặc tính của sản phẩm mang tên gọi xuất xứ với các yếu tố địa lý, bao gồm cả tự nhiên và con người thường chỉ có thể đạt được với các sản phẩm nông nghiệp, trong khi các hàng hóa có chất lượng cao trên thị trường rất phong phú và đa dạng. Có lẽ vì những lý do này, Hiệp định TRIPS với mục đích nâng cao hiệu quả của việc bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ ở phạm vi quốc tế đã chọn chỉ dẫn địa lý làm đối tượng bảo hộ thay thế cho chỉ dẫn nguồn gốc và tên gọi xuất xứ- những đối tượng được quy định trong các Điều ước quốc tế trước đây.

2. Chuẩn mực chung và tối thiểu cho việc bảo hộ chỉ dẫn địa lý cho mọi hàng hoá

Khoản 2 Điều 22 quy định tiêu chuẩn bảo hộ tối thiểu đối với chỉ dẫn địa lý cho mọi loại hàng hoá: *“Liên quan đến chỉ dẫn địa lý, các thành viên phải quy định những biện pháp pháp lý để các bên liên quan ngăn ngừa:*

a) Việc sử dụng bất kì phương tiện nào để gọi tên hoặc giới thiệu hàng hoá nhằm chỉ dẫn hoặc gợi ý rằng hàng hoá đó bắt nguồn từ một khu vực địa lý khác với xuất xứ thực, với cách thức lừa dối công chúng về xuất xứ địa lý của hàng hoá;

b) Bất kì hành vi sử dụng nào cấu thành một hành vi cạnh tranh không lành mạnh theo ý nghĩa của Điều 10^{bis} Công ước Paris (1967)”.

Hiệp định TRIPS đưa ra hai tiêu chí để xác định một hành vi xâm phạm chỉ dẫn địa lý: (a) Có hành vi sử dụng dấu hiệu như là chỉ

dẫn địa lý trên hàng hóa nhằm chỉ dẫn, gợi ý về xuất xứ của hàng hoá không đúng với xuất xứ thực của nó: (b) Việc sử dụng chỉ dẫn này có khả năng gây ra cho công chúng một sự nhầm lẫn hoặc nhận thức sai lệch về xuất xứ thật của hàng hoá. Điều 22 cung cấp phương tiện pháp lý để ngăn chặn việc sử dụng những dấu hiệu trùng hoặc tương tự với chỉ dẫn địa lý cho hàng hóa, gây ra sự nhầm lẫn cho công chúng về nguồn gốc địa lý của hàng hóa đó. Đồng thời, quy định này còn ngăn chặn việc sử dụng chỉ dẫn cấu thành một hành vi không lành mạnh được quy định tại Điều 10 bis Công ước Paris.

Thêm vào đó, quy định tại khoản 4 Điều 22 còn ngăn chặn việc sử dụng các chỉ dẫn *“mặc dù đúng theo nghĩa đen về lãnh thổ, khu vực hoặc địa phương là nơi xuất xứ của hàng hoá nhưng lại làm công chúng hiểu là hàng hoá đó bắt nguồn từ lãnh thổ khác”*. Đây chính là trường hợp của những chỉ dẫn địa lý đồng âm. Trên thế giới có nhiều khu vực địa lý khác nhau nhưng có cùng tên gọi do làn sóng di cư từ châu lục này sang châu lục khác hoặc từ quốc gia này tới quốc gia khác. Do vậy, trong trường hợp chỉ dẫn địa lý đúng về nghĩa đen là nơi xuất xứ của hàng hoá nhưng nếu nó khiến người tiêu dùng nhầm tưởng hàng hoá bắt nguồn từ nơi khác có cùng tên gọi thì việc sử dụng chỉ dẫn này cũng có thể bị coi là vi phạm.

3. Bảo hộ bổ sung cho các chỉ dẫn địa lý cho rượu vang và rượu mạnh

Điều 23 Hiệp định TRIPS quy định một mức độ bảo hộ cao hơn cho các chỉ dẫn địa lý cho rượu vang và rượu mạnh. Khoản 1 Điều 23 quy định: *“Mỗi thành viên phải quy định*

những biện pháp pháp lý để các bên liên quan ngăn ngừa việc sử dụng một chỉ dẫn địa lý của các loại rượu vang cho những loại rượu vang không bắt nguồn từ lãnh thổ tương ứng với chỉ dẫn địa lý đó hoặc sử dụng chỉ dẫn địa lý của rượu mạnh cho những loại rượu mạnh không bắt nguồn từ lãnh thổ tương ứng với chỉ dẫn địa lý đó, kể cả trường hợp có nêu chỉ dẫn về xuất xứ thật của hàng hoá hoặc chỉ dẫn địa lý được sử dụng dưới dạng dịch hoặc được sử dụng kèm theo các từ như "loại", "kiểu", "dạng", "phong theo" hoặc những từ tương tự như vậy".

Theo quy định trên, phạm vi bảo hộ đối với các chỉ dẫn địa lý cho rượu vang hoặc rượu mạnh được áp dụng để ngăn ngừa:

+ Việc sử dụng các dấu hiệu là Chỉ dẫn địa lý của rượu vang hoặc rượu mạnh cho những sản phẩm là rượu vang hoặc rượu mạnh mà không bắt nguồn từ nơi mà sản phẩm được chỉ dẫn. Ví dụ: Napa Valley là một khu vực địa lý ở Mỹ. Những người sản xuất rượu ở Pháp không thể sử dụng chỉ dẫn này cho sản phẩm do họ sản xuất tại Pháp.

+ Ngay cả trong trường hợp nguồn gốc địa lý thực của sản phẩm được chỉ dẫn. Ví dụ: Trên sản phẩm rượu Napa Valley có ghi "sản xuất tại Pháp".

+ Thậm chí khi chỉ dẫn địa lý được sử dụng dưới dạng dịch như "Thung lũng Napa".

+ Thậm chí chỉ dẫn đó được sử dụng kết hợp với các từ như: theo kiểu của rượu Napa Valley, theo phong cách rượu Napa Valley...

So sánh với mức độ bảo hộ tối thiểu cho các chỉ dẫn địa lý cho hàng hoá nói chung quy định tại Điều 22, Điều 23 đã quy định một mức độ bảo hộ cao hơn riêng cho các

sản phẩm là rượu vang và rượu mạnh. Điều 22 chỉ có thể được áp dụng để ngăn chặn những chỉ dẫn địa lý gây ra sự nhầm lẫn về xuất xứ thực của hàng hoá hoặc cấu thành một hành vi cạnh tranh không lành mạnh. Quy định này không thể chống lại việc sử dụng những chỉ dẫn địa lý mà người sử dụng chỉ dẫn đã nêu xuất xứ thật của sản phẩm, bởi trong trường hợp này người tiêu dùng thường không bị nhầm lẫn về nguồn gốc của hàng hoá. Điểm nổi bật của Điều 23 là những người sử dụng hợp pháp chỉ dẫn địa lý không cần thiết phải chứng minh việc sử dụng chỉ dẫn đó của những người khác gây ra sự nhầm lẫn hoặc cấu thành hành vi cạnh tranh không lành mạnh mà chỉ cần chứng minh sản phẩm không có xuất xứ từ khu vực địa lý mà nó chỉ dẫn là đủ yếu tố cấu thành hành vi xâm phạm chỉ dẫn địa lý.

4. Các ngoại lệ đối với việc bảo hộ chỉ dẫn địa lý

Một loạt các ngoại lệ được quy định tại Điều 24 Hiệp định TRIPs nhằm cân bằng giữa lợi ích của người nắm giữ quyền sử dụng chỉ dẫn địa lý với lợi ích công cộng, quyền và lợi ích của người khác.

Khoản 4 Điều 24 là một ngoại lệ liên quan đến các chỉ dẫn cho rượu vang và rượu mạnh cho phép việc "được tiếp tục sử dụng hoặc sử dụng theo cách thức tương tự một chỉ dẫn địa lý cụ thể về rượu vang hoặc rượu mạnh của thành viên khác cho hàng hoá hoặc dịch vụ, nếu những người đó đã liên tục sử dụng trong lãnh thổ của thành viên đó chỉ dẫn địa lý đó cho hàng hoá hoặc dịch vụ cùng loại hoặc liên quan (a) Trong thời gian ít nhất là 10 năm trước ngày 15/4/1994 hoặc;

(b) Một cách có thiện ý trước thời điểm đó”

Khoản 5 Điều 24 là một ngoại lệ liên quan đến nhãn hiệu hàng hoá, với mục đích nhằm để giải quyết mối quan hệ giữa hai loại chỉ dẫn thương mại này.

Khoản 6 Điều 24 quy định ngoại lệ đối với việc sử dụng những chỉ dẫn địa lý trùng với thuật ngữ mà theo ngôn ngữ phổ thông ở quốc gia khác đã trở thành tên gọi thông thường của hàng hoá hoặc dịch vụ đó. Ví dụ: “China” là thuật ngữ chỉ các sản phẩm là đồ sứ ở các nước nói tiếng Anh, vì vậy không thể sử dụng tên gọi này làm chỉ dẫn địa lý vì nó đã trở thành tên chung.

Hiệp ước này không quy định nghĩa vụ bảo hộ những chỉ dẫn địa lý không được bảo hộ hoặc đã bị đình chỉ bảo hộ hoặc không còn được sử dụng ở nước xuất xứ của những chỉ dẫn đó.

5. Hiệp định TRIPs quy định hướng giải quyết mối quan hệ giữa chỉ dẫn địa lý và nhãn hiệu hàng hóa

Nhãn hiệu và chỉ dẫn địa lý đều là những dấu hiệu dùng để phân biệt sản phẩm. Với vai trò là những chỉ dẫn thương mại, nhãn hiệu hay chỉ dẫn địa lý đều được sử dụng để chỉ ra nguồn gốc của sản phẩm - sản phẩm do ai làm ra, sản phẩm đó đến từ đâu? Trên thực tế, nhiều chỉ dẫn địa lý được bảo hộ và sử dụng với chức năng như một nhãn hiệu, ngược lại có nhiều nhãn hiệu lại chứa đựng các dấu hiệu là chỉ dẫn địa lý. Các xung đột pháp lý giữa việc bảo hộ chỉ dẫn địa lý và nhãn hiệu xảy ra cả ở mức độ quốc gia và quốc tế. Hiệp định TRIPs là văn bản pháp lý quốc tế đầu tiên quy định một cách toàn diện cả vấn đề bảo hộ nhãn hiệu và chỉ dẫn địa lý

đồng thời cũng đưa ra hướng giải quyết mối quan hệ giữa hai loại đối tượng sở hữu công nghiệp này.

Theo Hiệp định TRIPs, chỉ dẫn địa lý và nhãn hiệu đều là đối tượng của quyền sở hữu trí tuệ, vì vậy đều được hưởng chế độ bảo hộ ngang bằng. Điều 16 (1) Hiệp định TRIPs áp dụng nguyên tắc độc quyền cho một nhãn hiệu được đăng ký trước đã quy định: *“Chủ sở hữu một nhãn hiệu hàng hoá đã đăng ký phải có độc quyền ngăn cấm những người không được phép của mình sử dụng trong hoạt động thương mại các dấu hiệu trùng hoặc tương tự cho hàng hoá hoặc dịch vụ trùng hoặc tương tự với những hàng hoá hoặc dịch vụ được đăng ký kèm theo nhãn hiệu đó nếu việc sử dụng như vậy có nguy cơ gây nhầm lẫn”*. Như vậy, theo điều khoản này, chủ sở hữu của nhãn hiệu đã đăng ký có độc quyền ngăn cản bất cứ chủ thể nào sử dụng những dấu hiệu trùng hoặc tương tự với nhãn hiệu đã được bảo hộ cho những hàng hóa trùng hoặc tương tự nếu việc sử dụng đó có nguy cơ gây ra sự nhầm lẫn (kể cả những dấu hiệu là chỉ dẫn địa lý).

Đồng thời, Điều 24 (5) về đàm phán quốc tế có đưa ra một ngoại lệ trong việc bảo hộ chỉ dẫn địa lý là: *“Đối với nhãn hiệu hàng hoá đã được nộp đơn đăng ký hoặc đã được đăng ký một cách có thiện ý hoặc đối với các quyền đối với nhãn hiệu hàng hoá đạt được thông qua việc sử dụng có thiện ý thuộc một trong hai trường hợp sau đây:*

a) Trước thời điểm thi hành các quy định này ở nước thành viên đó như quy định tại Phần VI dưới đây; hoặc

b) Trước khi chỉ dẫn địa lý liên quan

được bảo hộ ở nước xuất xứ;

Các biện pháp được áp dụng để thi hành quy định của Mục này không được làm ảnh hưởng đến khả năng được đăng kí hoặc hiệu lực đăng kí của nhãn hiệu hàng hoá, hoặc quyền sử dụng nhãn hiệu hàng hoá, với lí do nhãn hiệu hàng hoá nói trên trùng hoặc tương tự với chỉ dẫn địa lí”.

Điều 24 (5) Hiệp định TRIPs đã gây ra một sự tranh cãi khá quyết liệt giữa các nước thành viên WTO về cách giải thích điều luật này. Do sự khác biệt về quan điểm bảo hộ chỉ dẫn địa lí và nhãn hiệu nên các quốc gia có những cách giải thích khác nhau về mối quan hệ giữa nhãn hiệu và chỉ dẫn địa lí trong Hiệp định TRIPs. Hoa kì, Canada, Trung Quốc và một số quốc gia khác- là những nước bảo hộ chỉ dẫn địa lí theo hệ thống Luật nhãn hiệu giải thích Điều 24 (5) trên cơ sở áp dụng nguyên tắc “độc quyền của một nhãn hiệu hàng hóa được đăng kí trước” (First in time, first in right). Nguyên tắc này có thể được giải thích là những dấu hiệu nào đã đăng kí bảo hộ trước (dấu hiệu đó có thể là nhãn hiệu hoặc chỉ dẫn địa lí) sẽ được hưởng quyền ưu tiên trong việc đăng kí bảo hộ và chủ sở hữu của dấu hiệu đó đồng thời có độc quyền ngăn cấm những người khác sử dụng dấu hiệu trùng hoặc tương tự. Vì vậy, các quốc gia này cho rằng Điều 16 (1) khẳng định nguyên tắc độc quyền của một nhãn hiệu được đăng kí trước một cách có thiện ý, còn Điều 24 (5) của Hiệp định này là ngoại lệ cho việc bảo hộ chỉ dẫn địa lí (vì Điều 24 (5) được quy định trong mục về Chỉ dẫn địa lí) nên ngoại lệ này không ảnh

hưởng đến hiệu lực của Điều 16 (1) về nguyên tắc độc quyền cho một nhãn hiệu được đăng kí trước.

Một số quốc gia khác mà đại diện là Cộng đồng các quốc gia châu Âu có quan điểm ngược lại cho rằng Điều 24 (5) quy định về nguyên tắc ưu tiên bảo hộ đối với chỉ dẫn địa lí so với nhãn hiệu hàng hóa và cho rằng điều luật này cho phép sự đồng tồn tại giữa một nhãn hiệu hàng hóa đăng kí trước và một chỉ dẫn địa lí trùng hoặc tương tự được bảo hộ sau, thậm chí họ còn có ý kiến rằng chỉ dẫn địa lí phải được hưởng địa vị pháp lí cao hơn so với những nhãn hiệu đăng kí trước. Vì vậy, quan điểm này giải thích quy định của TRIPs theo hướng “*Điều 16 (1) trao cho chủ sở hữu nhãn hiệu một sự độc quyền nếu nó không gây tổn hại cho những quyền đã tồn tại trước. Quyền sử dụng nhãn hiệu sẽ mất tính độc quyền trong mối liên quan với các quyền sở hữu trí tuệ khác*”.⁽⁴⁾

Các quan điểm khác nhau về mối quan hệ giữa việc bảo hộ chỉ dẫn địa lí và nhãn hiệu hàng hoá đã được đưa ra tranh luận trong các cuộc đàm phán của WTO về xây dựng hệ thống thông báo và đăng kí quốc tế về bảo hộ chỉ dẫn địa lí, đặc biệt là tại Hội nghị bộ trưởng của Tổ chức thương mại thế giới tổ chức tại Cancun Mêhico vào tháng 9/2003. Ngày 15/3/2005, hội đồng của WTO đã có thông báo trả lời: “*Trong vấn đề giải quyết mối quan hệ giữa chỉ dẫn địa lí và nhãn hiệu, quan điểm của Liên minh châu Âu cho phép sự đồng tồn tại giữa một nhãn hiệu đăng kí trước và một chỉ dẫn địa lí trùng hoặc tương tự được bảo hộ sau là hoàn toàn phù hợp với quy định của Hiệp*

định TRIPs”.⁽⁵⁾ Điều đó có nghĩa là Hiệp định TRIPs đưa ra giải pháp thừa nhận sự đồng tồn tại giữa nhãn hiệu có hiệu lực trước và một chỉ dẫn địa lí trùng hoặc tương tự được bảo hộ sau. Điều 16 (1) cho phép chủ sở hữu nhãn hiệu đã đăng kí có quyền ngăn cấm việc sử dụng những dấu hiệu trùng hoặc tương tự của chủ thể khác. Tuy nhiên Điều 24 (5) Hiệp định đưa ra một ngoại lệ ưu tiên bảo hộ chỉ dẫn địa lí so với nhãn hiệu hàng hóa. Trong trường hợp dấu hiệu trùng hoặc tương tự với nhãn hiệu đã đăng kí là một chỉ dẫn địa lí thì chấp nhận bảo hộ cho cả hai để vừa bảo đảm quyền lợi hợp pháp của chủ sở hữu nhãn hiệu đồng thời bảo vệ lợi ích cho người sử dụng chỉ dẫn địa lí.

6. Đàm phán quốc tế về chỉ dẫn địa lí

Điều 24 (1) quy định: “*Các thành viên thoả thuận sẽ tham gia các cuộc đàm phán nhằm tăng cường việc bảo hộ từng chỉ dẫn địa lí cụ thể theo Điều 23*”. Mặc dù Điều 24 quy định một loạt các ngoại lệ đối với việc bảo hộ chỉ dẫn địa lí, khoản 1 Điều 24 không cho phép thành viên nào được viện dẫn các ngoại lệ này làm lí do để từ chối tham gia đàm phán hoặc kí kết các thoả thuận song phương hoặc đa phương. Điều 24 (3) đồng thời quy định để thi hành Hiệp định này, không một thành viên nào được giảm nhẹ việc bảo hộ chỉ dẫn địa lí đã tồn tại trong nước ngay trước thời điểm Hiệp định WTO bắt đầu có hiệu lực.

Có thể nói, các quy định của Hiệp định TRIPs đã mang đến những cơ hội tốt cho vấn đề bảo hộ sở hữu trí tuệ nói chung, trong đó có bảo hộ chỉ dẫn địa lí. Lần đầu tiên, những nguyên tắc cơ bản, các tiêu chuẩn bảo

hộ chỉ dẫn địa lí được sự hậu thuẫn của các quy định về thực thi được thể hiện đầy đủ và toàn diện trong một điều ước quốc tế đa phương có số lượng thành viên đông đảo nhất (149 quốc gia tính đến 11/12/2005). Nhằm đáp ứng được yêu cầu về tiêu chuẩn bảo hộ tối thiểu trong Hiệp định TRIPs, các quốc gia thành viên WTO đang đứng trước thách thức phải nhanh chóng bổ sung, hoàn thiện luật về chỉ dẫn địa lí và cũng nhờ đó mà bất ngờ nhận thấy rằng Hiệp định TRIPs không chỉ phát sinh thêm nghĩa vụ mà còn tạo cơ hội để các chỉ dẫn địa lí của quốc gia mình được bảo hộ, phát hiện thêm khả năng tiềm tàng của việc sử dụng chỉ dẫn địa lí nhằm mục đích thương mại mà trước đây bị coi thường hoặc lãng quên. Việt Nam cũng sắp trở thành thành viên của Tổ chức thương mại thế giới WTO. Việc Việt Nam thông qua Luật sở hữu trí tuệ năm 2005 cũng nhằm để đáp ứng tính đầy đủ và tương thích của Hiệp định TRIPs trong việc bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ nói chung, bảo hộ chỉ dẫn địa lí nói riêng./

(1). The Madrid Agreement for the Repression of False or Deceptive Indications of Source on goods <http://www.wipo.int/madrid/en/legaltexts/trtdocs.wo015.html>

(2). The Lisbon Agreement for the Protection of Appellations of Origin and Their International Registration http://www.wipo.int/lisbon/en/legat.texts/lisbon_agreement.htm

(3). The TRIPs Agreement <http://www.wto.org/english/docs/e/legale/27-trips.01.e.htm>

(4). Stacy D. Goldberg, “Who will raise the white flag? The battle between the United States and the European Union over the protection of geographical indications”, Hein Online

(5). WTO Panel upholds EU system of protection of Geographical indications” <http://europa-eu-un.org/articles/en/article.4458.en.htm>