

# *Nhãn hiệu chứng nhận - đối tượng quyền sở hữu công nghiệp*

## **PHÙ HỢP CHO SẢN PHẨM GIÒ BÈ NAM NGHĨA**

■ Nguyễn Mạnh Hà  
*Sở Khoa học và Công nghệ Nghệ An*

Giò bì Nam Nghĩa được coi là đặc sản không chỉ của riêng huyện Nam Đàn mà của cả xứ Nghệ. Tuy nhiên trong thực tế, sản phẩm này chưa có được vị thế đáng kể về thị phần và giá trị kinh tế tương xứng với danh tiếng vốn có. Chuẩn hóa chất lượng, đồng thời tiến hành đăng ký để được cấp quyền sở hữu công nghiệp (SHCN) là những nội dung có tính chất quyết định đến quá trình xây dựng, phát triển và bảo vệ thương hiệu sản phẩm nói chung, sản phẩm Giò bì Nam Nghĩa nói riêng. Đối tượng quyền SHCN nào phù hợp nhất để các tổ chức cá nhân sản xuất kinh doanh, các cơ quan nhà nước hữu quan lựa chọn đăng ký, xác lập cho sản phẩm Giò bì Nam Nghĩa? Chúng ta cùng đi tìm câu trả lời bằng những luận giải dưới đây.



Sản phẩm Giò bì Nam Nghĩa

1. Nghệ An có rất nhiều cơ sở sản xuất kinh doanh sản phẩm giò bì<sup>(1)</sup>, nhưng ngon và nổi tiếng nhất phải kể đến Giò bì Nam Nghĩa - Nam Đàn. Ai từng về xứ Nghệ, đã từng được thưởng thức Giò bì Nam Nghĩa, chắc chắn sẽ không thể quên hương vị loại đặc sản này. Xã Nam Nghĩa, nằm ở phía tây huyện Nam Đàn, lọt giữa bốn bề đồi núi, có diện tích 12,21km<sup>2</sup>, dân số khoảng gần 5.000 người. Bê (những con bò nhỏ,

chưa trưởng thành, khoảng 20 tuần tuổi đến 5-6 tháng tuổi) tại đây được tách ra khỏi bò cái sau khi sinh 03 ngày, được chăn thả tự nhiên trên đồi núi, đồng ruộng và bãi bồi ven sông Lam, có chế độ ăn cân bằng dinh dưỡng đặc biệt, nên thịt rất thơm, ngon và bổ dưỡng. Với nguyên liệu thịt đó, cùng bí quyết chế

biến đặc biệt và tinh tế của người dân Nam Nghĩa đã làm nên nét đặc thù về chất lượng của sản phẩm Giò bê Nam Nghĩa mà không nơi nào có được.

Tuy vậy trong thực tế, sản phẩm Giò bê Nam Nghĩa chưa có được vị thế đáng kể về thị phần và giá trị kinh tế tương xứng với danh tiếng vốn có. Hiện trên địa bàn huyện Nam Đàn có khoảng trên dưới 50 cơ sở sản xuất sản phẩm giò bê, tập trung ở các xã: Nam Nghĩa, Nam Thái, Trung Phúc Cường. Ngoài trừ một số cơ sở sản xuất tương đối có quy mô, phần nào tạo được sự tin tưởng của người tiêu dùng, của bạn hàng như: Châu Hường, Sơn Cẩm, Đức Tuấn, thì phần lớn các cơ sở còn lại có quy mô sản xuất nhỏ lẻ, thị trường hẹp, hệ thống đóng gói, bao bì nhãn mác chưa được quan tâm đúng mức; chưa có quy trình chuẩn (thống nhất) về sản xuất, hồ sơ chất lượng chưa đầy đủ, khó kiểm soát, ít nhiều dẫn đến sự hoài nghi về an toàn thực phẩm; không có hệ thống nhận diện thương hiệu... Vấn đề tồn tại lớn nhất là tính cộng đồng, hỗ trợ, giao kết giữa các chủ thể sản xuất với nhau, giữa các chủ thể sản xuất với các chủ thể kinh doanh giò bê trên địa bàn toàn huyện Nam Đàn còn lỏng lẻo; chưa có kế hoạch để khẳng định chất lượng và phát triển thương hiệu. Mặt khác, bên cạnh các cơ sở bản địa, những năm gần đây xuất hiện một số cá nhân, tổ chức từ địa phương khác đến (ngoài huyện) mua/thuê đất trên địa bàn xã Nam Nghĩa, xây dựng nhà xưởng, trưng biển hiệu sản xuất giò bê, có nhiều dấu hiệu không minh bạch trong quá trình sản xuất kinh doanh, có khả năng gây thiệt hại cho danh tiếng của sản phẩm Giò bê Nam Nghĩa.

Theo kết quả phân hạng, công nhận sản phẩm OCOP của tỉnh Nghệ An từ năm 2019 đến năm 2023, huyện Nam Đàn có 06 sản phẩm giò bê/me đạt sao, bao gồm: Giò me Lâm Ngọc (3 sao năm 2019), Giò me Châu Hường (4 sao năm 2020), Giò bê Sơn Cẩm (4 sao năm 2020), Giò me Đức Tuấn (4 sao năm 2020), Giò bê Minh Hiền (4 sao năm 2020), Giò bê A-Xềng (3 sao năm 2022). Tuy nhiên, các địa phương

khác cũng có sản phẩm giò bê được công nhận là sản phẩm OCOP, như: Giò bê Tứ Phương, Giò bê Quang Trang (thành phố Vinh), Giò bê Từ Tâm (huyện Quỳnh Lưu), Giò bê Chung Tài (huyện Yên Thành), Giò bê Thu Dững (huyện Đô Lương). Người viết đã được tham quan, khảo sát tại 02 cơ sở sản xuất đạt sản phẩm OCOP 4 sao là Châu Hường, Sơn Cẩm, và nhận thấy: ngay cả sản phẩm của 02 cơ sở được xem là lớn này vẫn còn nhiều hạn chế: nội dung ghi nhãn chưa đầy đủ, ghi chưa đúng quy định, chưa có hệ thống nhận diện thương hiệu, bao bì nhãn mác có tính thẩm mỹ không cao, công bố tiêu chuẩn áp dụng chưa rõ ràng; hệ thống biển hiệu, trưng bày sản phẩm chưa tạo được sự khác biệt, ấn tượng với người tiêu dùng.

Đây chính là động lực thôi thúc các cơ quan hữu quan, đặc biệt là chính quyền huyện Nam Đàn, xã Nam Nghĩa và các tổ chức, cá nhân có hoạt động sản xuất kinh doanh liên quan trực tiếp hay gián tiếp đến sản phẩm Giò bê Nam Nghĩa phải có kế hoạch nghiêm túc, khả thi và khoa học, có lộ trình rõ ràng nhằm giải quyết triệt để các tồn tại đã được nêu ở trên. Việc chuẩn hóa lại chất lượng sản phẩm song song với đăng ký, xác lập quyền SHCN là những nội dung phải được ưu tiên hàng đầu. Nếu như việc chuẩn hóa chất lượng không có sự lựa chọn, khi sản phẩm bắt buộc phải đáp ứng các quy định về an toàn thực phẩm và cố gắng đạt theo Tiêu chuẩn quốc gia TCVN 7049:2020: *Thịt chế biến đã qua xử lý nhiệt*; thì

trong việc xác lập quyền SHCN đang đặt ra vấn đề cần lựa chọn đối tượng quyền phù hợp cho sản phẩm Giò bê Nam Nghĩa.

2. Pháp luật Sở hữu trí tuệ (SHTT) Việt Nam quy định có 07 đối tượng quyền SHCN, bao gồm: sáng chế, kiểu dáng công nghiệp, thiết kế bố trí mạch tích hợp bán dẫn, bí mật kinh doanh, nhãn hiệu, tên thương mại và chỉ dẫn địa lý<sup>(2)</sup>. Trong số đó, quyền SHCN đối với sáng chế, kiểu dáng công nghiệp, nhãn hiệu, thiết kế bố trí, chỉ dẫn địa lý được xác lập trên cơ sở quyết định cấp văn bằng bảo hộ của cơ quan nhà nước có thẩm quyền<sup>(3)</sup>. Các đối tượng còn lại xác lập quyền theo nguyên tắc tự động khi đáp ứng các điều kiện nhất định. Để lựa chọn đối tượng quyền phù hợp, nhất thiết phải dựa trên đặc điểm sản phẩm, mục đích bảo hộ, cùng với đó là khả năng được cấp quyền; cụ thể như sau:

### 2.1. Về đặc điểm sản phẩm

Giò bê Nam Nghĩa là sản phẩm truyền thống, đặc sản địa phương, do vậy quyền sử dụng tên gọi sản phẩm, quyền hoạt động sản xuất kinh doanh sản phẩm thuộc về cộng đồng. Sản phẩm này có khả năng mang đến giá trị tiềm năng dài hạn không chỉ về mặt kinh tế mà còn ở cả mặt xã hội<sup>(4)</sup>. Việc đăng

ký xác lập quyền phải đảm bảo quyền sử dụng cho toàn bộ cộng đồng, loại trừ quyền độc quyền cá nhân.

Mặt khác, tên gọi của sản phẩm bao gồm 02 yếu tố: (1) yếu tố phân loại sản phẩm: Giò bê; (2) yếu tố tên địa danh: “Nam Nghĩa”, có chức năng chỉ dẫn nguồn gốc địa lý của sản phẩm<sup>(5)</sup>. Theo quy định của pháp luật về SHTT, đối với địa danh chỉ nguồn gốc địa lý đặc sản địa phương của Việt Nam thì việc đăng ký phải được cơ quan nhà nước có thẩm quyền cho phép<sup>(6)</sup>; và đó là UBND tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương, nơi có khu vực địa lý tương ứng với địa danh<sup>(7)</sup>.

Từ những đặc điểm trên, đối chiếu với các quy định về thủ tục, hồ sơ đăng ký quyền SHCN tại Thông tư số 23/2023/TT-BKHCN ngày 30 tháng 11 năm 2023 của Bộ trưởng Bộ Khoa học và Công nghệ quy định chi tiết một số điều của Luật SHTT và biện pháp thi hành Nghị định số 65/2023/NĐ-CP ngày 23/8/2023 của Chính phủ quy định



Giò bê Nam Nghĩa được làm từ thịt nguyên miếng

chi tiết một số điều và biện pháp thi hành Luật SHTT về SHCN, bảo vệ quyền SHCN, quyền đối với giống cây trồng và quản lý nhà nước về SHTT liên quan đến thủ tục xác lập quyền SHCN và bảo đảm thông tin SHCN, cho thấy: chỉ có 03 đối tượng quyền phù hợp có thể được dùng để đăng ký xác lập quyền cho sản phẩm Giò bê Nam Nghĩa, là: (1) Chỉ dẫn địa lý, (2) Nhãn hiệu tập thể, (3) Nhãn hiệu chứng nhận<sup>(8)</sup>.

## **2.2. Về mục đích bảo hộ và khả năng được cấp quyền**

Mục đích bảo hộ quyền SHCN cho sản phẩm Giò bê Nam Nghĩa là nhằm tạo cơ sở pháp lý cho việc bảo vệ thương hiệu bằng một đối tượng quyền SHCN, chuẩn hóa chất lượng sản phẩm, chinh phục người tiêu dùng bằng những sản phẩm có chất lượng đặc thù, an toàn và ổn định. Trong quá trình quyết định lựa chọn đối tượng quyền phù hợp, đặc biệt chú ý đến khả năng đăng ký thành công. Chúng ta cùng gắn 02 vấn đề này vào từng đối tượng quyền để có kết luận khách quan và khoa học nhất:

(1) Chỉ dẫn địa lý (CDĐL) là dấu hiệu dùng để chỉ sản phẩm có nguồn gốc từ khu vực, địa phương, vùng lãnh thổ hay quốc gia cụ thể<sup>(9)</sup>. Việc được bảo hộ dưới hình thức CDĐL không chỉ giúp bảo vệ danh tiếng, nâng cao giá trị cho sản phẩm, hàng hóa mà còn góp phần bảo tồn những giá trị tri thức truyền thống được tích lũy trong lịch sử của người dân địa phương. Danh tiếng, chất lượng hoặc đặc tính chủ yếu của sản phẩm mang CDĐL phải do điều kiện địa lý của khu vực, địa phương, vùng lãnh thổ hoặc quốc gia tương ứng

với CDĐL đó quyết định. Đó có thể là những yếu tố tự nhiên, như: khí hậu, thủy văn, địa chất, địa hình, hệ sinh thái và các điều kiện tự nhiên khác, hoặc yếu tố về con người bao gồm kỹ năng, kỹ xảo của người sản xuất, quy trình sản xuất truyền thống. Để được mang CDĐL, sản phẩm phải có: hoặc danh tiếng, hoặc chất lượng đặc thù gắn với vùng địa lý cụ thể, và chủ đơn đăng ký phải chứng minh được sự khác biệt (tính đặc thù) đó trong hồ sơ đăng ký.

Do những lợi thế cạnh tranh mà CDĐL mang lại<sup>(10)</sup> và trên địa bàn cả nước hiện đang tồn tại không ít sản phẩm đã được mang CDĐL nhưng chưa thực sự có danh tiếng và chất lượng đặc thù, trong giai đoạn hiện nay Cục SHTT đã xiết chặt hơn quy trình cấp quyền sử dụng CDĐL, đồng thời tăng cường kiểm soát thường xuyên hiệu quả sử dụng những CDĐL đã được cấp. Không phủ nhận Giò bê Nam Nghĩa là sản phẩm có danh tiếng, nhưng để đáp ứng quy định về danh tiếng mang CDĐL là tương đối khó<sup>(11)</sup>. Bên cạnh đó, từ thực tế sản phẩm Giò bê Nam Nghĩa chưa có quy trình sản xuất chuẩn, thống nhất, cũng sẽ là rất khó để chứng minh sản phẩm đặc sản này có chất lượng, đặc tính chủ yếu gắn với vùng địa lý Nam Nghĩa. Bởi vậy, nếu đăng ký bảo hộ CDĐL cho sản phẩm Giò bê Nam Nghĩa, khả năng cao sẽ bị Cục SHTT từ chối.

Kết luận: nếu lựa chọn CDĐL, có thể đạt được mục đích bảo hộ, nhưng khả năng được cấp quyền không cao.

(2) Nhãn hiệu tập thể (NHTT) là nhãn hiệu dùng để phân biệt hàng hóa, dịch vụ của các thành viên của tổ chức là chủ sở hữu nhãn hiệu đó với hàng hóa, dịch vụ của tổ chức, cá nhân không phải là thành viên của tổ chức đó<sup>(12)</sup>. Chủ sở hữu, đồng thời là người sử dụng NHTT, đại diện cho quyền và quyền lợi của những người sản xuất/kinh doanh/người cung cấp dịch vụ truyền thống, rất đa dạng, bao gồm: tổ hợp tác, hợp tác xã, hội/hiệp hội

sản xuất/kinh doanh, công ty TNHH, làng nghề, câu lạc bộ, trung tâm nghiên cứu... Đối với các sản phẩm đặc sản mang địa danh, NHTT cũng là một lựa chọn trong kế hoạch xây dựng và phát triển thương hiệu, đảm bảo quyền sử dụng cho một cộng đồng nhất định. Vì bản chất của nhãn hiệu nói chung và NHTT nói riêng chỉ nhằm phân biệt hàng hóa, dịch vụ của các cơ sở sản xuất kinh doanh, nên yếu tố địa danh gắn kèm thường đóng vai trò là yếu tố phân biệt, không yêu cầu phải có tác dụng chỉ dẫn hay đảm bảo cho người tiêu dùng về chất lượng sản phẩm, dịch vụ.

Các sản phẩm đặc sản kiểu như Giò bê Nam Nghĩa, nếu đăng ký dưới hình thức là NHTT, khả năng cao sẽ được Cục SHTT cấp văn bằng bảo hộ. Tuy nhiên, vì không bắt buộc phải có cơ chế chung để kiểm soát chất lượng sản phẩm, nên rất khó để có thể quản lý và phát triển sản phẩm mang NHTT. Kể cả trong Quy chế sử dụng NHTT có nội

dung yêu cầu về điều kiện chất lượng sản phẩm mang nhãn hiệu, thì việc đánh giá sản phẩm (*đạt/không đạt*) vẫn không chắc chắn đảm bảo tính chính xác, khách quan, vì thẩm quyền đánh giá thuộc chủ sở hữu quyền - những tổ chức tập thể vốn không được đánh giá cao về năng lực, kinh nghiệm hay tính chuyên nghiệp trong công tác quản lý. Sự phát triển của NHTT phải được gắn liền với việc cung cấp các sản phẩm đảm bảo chất lượng đến người tiêu dùng, và điều đó phụ thuộc vào việc hình thành các chuỗi giá trị, kênh phân phối, chiến lược marketing... Thế nhưng đây lại chính là điểm yếu của các chủ sở hữu NHTT hiện nay. Bên cạnh đó, cũng không thể đảm bảo tổ chức tập thể đứng đơn đăng ký NHTT có là tổ chức thực sự đại diện cho toàn thể những người sản xuất, kinh doanh trong khu vực hay không?

Trên địa bàn cả nước nói chung và ở Nghệ An nói riêng, có không ít các NHTT được cấp, nhưng đã không phát huy được hiệu quả. Nhiều tổ chức tập thể được thành lập, nhưng chỉ với mục đích duy nhất: để đứng đơn đăng ký NHTT cho đúng quy định của pháp luật; không hề có bất kỳ hoạt động quản lý, khai thác, quảng bá, phát triển... nào sau khi đã được Cục SHTT cấp văn bằng bảo hộ. Các quy chế sử dụng



Sản xuất giò bê tại cơ sở Đức Tuấn (xã Nam Nghĩa, Nam Đàn, Nghệ An)

NHTT không được triển khai thực hiện trong thực tế; thậm chí có trường hợp bị thất lạc. Các thành viên của tổ chức tập thể mạnh ai nấy làm, không có sự liên hệ, tương tác, gắn kết, hỗ trợ lẫn nhau; không sẵn sàng sản xuất ra những sản phẩm tốt do đang đặt yếu tố lợi nhuận lên hàng đầu. Đa số sản phẩm được sản xuất theo yêu cầu của thị trường, các sản phẩm có chất lượng tốt gặp khó khăn trong vấn đề tiêu thụ vì giá thành cao. Chưa kể đến có nhiều NHTT được đăng ký, cấp quyền nhưng không xuất phát từ nhu cầu thực tiễn của hoạt động sản xuất kinh doanh, mà do nhu cầu, ý muốn chủ quan của các chủ thể quản lý nhà nước nhằm hoàn thành các chương trình, kế hoạch về thúc đẩy quyền SHTT cấp trên yêu cầu hay cấp mình xây dựng. Từ đó, đã không đạt được mục đích bảo hộ, còn có khả năng làm giảm uy tín/danh tiếng của sản phẩm/dịch vụ mang nhãn hiệu.

Kết luận: nếu lựa chọn NHTT, khả năng được cấp quyền cao, nhưng khó đạt được mục đích bảo hộ.

(3) Nhãn hiệu chứng nhận (NHCN) là nhãn hiệu mà chủ sở hữu nhãn hiệu cho phép tổ chức, cá nhân khác sử dụng trên hàng hóa, dịch vụ của tổ chức, cá nhân đó để chứng nhận các đặc tính về xuất xứ, nguyên liệu, vật liệu, cách thức sản xuất hàng hoá, cách thức cung cấp dịch vụ, chất lượng, độ chính xác, độ an toàn hoặc các đặc tính khác của hàng hoá, dịch vụ mang nhãn hiệu<sup>(13)</sup>. Sản phẩm muốn mang NHCN phải đáp ứng các tiêu chí chứng nhận. Đó có thể là tiêu chí về chất lượng. Khi đó, tiêu chí

chứng nhận về chất lượng trở thành ràng buộc, cơ chế chung để kiểm soát chất lượng sản phẩm mang nhãn hiệu. Sản phẩm mang NHCN không bắt buộc phải có chất lượng đặc thù gắn liền với khu vực địa lý như đối với sản phẩm mang CDĐL. Do vậy, quá trình thẩm định để được cấp quyền của NHCN là dễ dàng hơn so với CDĐL.

Chủ thể nộp đơn đăng ký NHCN, đồng thời là chủ thể kiểm soát, chứng nhận, không được tiến hành sản xuất, kinh doanh hàng hóa, dịch vụ mang NHCN<sup>(14)</sup>. Do vậy, quá trình kiểm tra, đánh giá, chứng nhận sản phẩm được mang nhãn hiệu hay không (đạt hay không đạt) sẽ chính xác, khách quan hơn vì không bị chi phối bởi lợi ích kinh tế. Bên cạnh đó, chủ thể này phải có chức năng kiểm soát, chứng nhận sản phẩm đạt/không đạt các tiêu chí (chức năng đó được Cục SHTT chấp thuận bằng các tài liệu chứng minh)<sup>(15)</sup>. Điều này giúp cho quá trình đánh giá chứng nhận, hoặc kiểm soát sản phẩm sau chứng nhận đảm bảo sự công bằng, chuyên nghiệp, khoa học. Hay nói cách khác, chủ sở hữu NHCN đóng vai trò như là “bên thứ 3” có đủ năng lực, uy tín để kiểm tra, chứng nhận, kiểm soát sản phẩm đạt tiêu chí. Đây rõ ràng là lợi thế mà NHCN mang lại so với NHTT, vì tâm lý của người tiêu dùng thường tin tưởng vào các sản phẩm được kiểm soát bởi một chủ thể độc lập.

Kết luận: lựa chọn NHCN là phương án tối ưu cho sản phẩm Giò bê Nam Nghĩa, vì vừa có khả năng được cấp quyền cao, vừa đảm bảo đạt được mục đích bảo hộ.

3. Trong thực tiễn, chuẩn hóa chất lượng, không ngừng nâng cao chất lượng chính là cơ sở cho việc xây dựng và phát triển thương hiệu của sản phẩm hàng hóa nói chung, sản phẩm đặc trưng, đặc sản của địa phương nói riêng. Sản phẩm nếu không đảm bảo chất lượng, chưa đáp ứng các quy định về công bố tiêu chuẩn áp dụng, chưa được chuẩn hóa chất lượng, còn ẩn chứa nhiều nguy cơ mất an toàn do thiếu cơ chế, phương thức kiểm soát chất lượng

nguyên liệu, thành phẩm..., thì chắc chắn không thể có thương hiệu tốt và bền vững. Bên cạnh đó, đăng ký xác lập quyền SHCN sẽ tạo nên căn cứ pháp lý vững chắc cho việc bảo vệ thương hiệu sản phẩm. Việc lựa chọn NHCN để đăng ký xác lập quyền cho sản phẩm Giò bê Nam Nghĩa sẽ giải quyết được bài toán về kiểm soát chất lượng, tiến tới chuẩn hóa chất lượng, làm cơ sở cho hoạt động quảng bá và phát triển thương hiệu. Năm 2023, trên cơ sở đề xuất đặt hàng của UBND huyện Nam Đàn,

Sở Khoa học và Công nghệ đã tham mưu UBND tỉnh cho phép thực hiện dự án cấp tỉnh: “Xây dựng, quản lý và phát triển NHCN cho sản phẩm: “Giò bê Nam Nghĩa” của huyện Nam Đàn, tỉnh Nghệ An”; thời gian thực hiện là 24 tháng, kể từ ngày ký hợp đồng. Đây chính là hướng đi đúng để nâng tầm sản phẩm Giò bê Nam Nghĩa. Hi vọng sau khi dự án kết thúc, tỉnh Nghệ An có thêm được một sản phẩm đặc sản có thương hiệu mạnh./.

### Chú thích:

- <sup>(1)</sup> Giò bê là một món ăn, được làm từ thịt Bê nguyên tảng và bì (da) Bê, xay nhuyễn, đem cuộn lại, hấp cách thủy.
- <sup>(2)</sup> Khoản 2 Điều 3 Luật SHTT năm 2005, được sửa đổi bổ sung theo quy định tại khoản 1 Điều 1 Luật số 36/2009/QH12.
- <sup>(3)</sup> Khoản 3 Điều 6 Luật SHTT năm 2005, được sửa đổi bổ sung theo quy định tại khoản 1 Điều 2 Luật số 42/2019/QH14.
- <sup>(4)</sup> Yếu tố xã hội nằm ở khía cạnh sự công nhận các phong tục tập quán, làm tăng các giá trị truyền thống, giúp khơi nguồn sự gắn bó giữa người dân địa phương với lịch sử và truyền thống.
- <sup>(5)</sup> Theo quy định tại khoản 8 Điều 24 Thông tư số 23/2023/TT-BKHCHN ngày 30 tháng 11 năm 2023 của Bộ trưởng Bộ Khoa học và Công nghệ: có 06 trường hợp mà địa danh có ý nghĩa chỉ nguồn gốc địa lý của sản phẩm, trong đó có trường hợp: dùng cho đặc sản của địa phương (sản phẩm đặc biệt, có danh tiếng nhờ những đặc trưng nhất định, được sản xuất tại địa phương).
- <sup>(6)</sup> Khoản 3, khoản 4 Điều 87 Luật SHTT năm 2005, được sửa đổi bổ sung theo quy định tại khoản 13 Điều 1 Luật số 36/2009/QH12.
- <sup>(7)</sup> Điểm a khoản 7 Điều 24 Thông tư số 23/2023/TT-BKHCHN ngày 30/11/2023 của Bộ trưởng Bộ KH&CN.
- <sup>(8)</sup> Nhãn hiệu tập thể và Nhãn hiệu chứng nhận là những loại hình thuộc nhãn hiệu.
- <sup>(9)</sup> Khoản 22 Điều 4 Luật SHTT năm 2005, được sửa đổi bổ sung theo quy định tại điểm d khoản 1 Điều 1 Luật số 07/2022/QH15.
- <sup>(10)</sup> Sản phẩm gắn CDĐL thường nhận được sự tin tưởng của người tiêu dùng bởi chất lượng đặc thù và tính an toàn. Mặt khác, sử dụng CDĐL giúp ngăn ngừa, chống lại hành vi sản xuất, kinh doanh hàng hóa kém chất lượng, làm mất giá trị và danh tiếng của sản phẩm mang CDĐL. Bên cạnh đó, CDĐL nhận được nhiều ưu tiên trong các hiệp định thương mại quốc tế (như Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA)).
- <sup>(11)</sup> “Danh tiếng của sản phẩm mang CDĐL được xác định bằng mức độ tin nhiệm của người tiêu dùng đối với sản phẩm đó thông qua mức độ rộng rãi người tiêu dùng biết đến và chọn lựa sản phẩm đó” (Khoản 1 Điều 81 Luật SHTT năm 2005).
- <sup>(12)</sup> Khoản 17 Điều 4 Luật SHTT năm 2005.
- <sup>(13)</sup> Khoản 18 Điều 4 Luật SHTT năm 2005.
- <sup>(14)</sup> Khoản 4 Điều 87 Luật SHTT năm 2005, được sửa đổi, bổ sung theo quy định tại khoản 13 Điều 1 của Luật số 36/2009/QH12
- <sup>(15)</sup> Điểm đ khoản 3, khoản 5 Điều 24 Thông tư số 23/2023/TT-BKHCHN ngày 30/11/2023 của Bộ trưởng Bộ KH&CN.