

SO SÁNH VỀ CÁC QUY ĐỊNH HẾT QUYỀN ĐỐI VỚI NHÃN HIỆU CỦA PHÁP LUẬT VIỆT NAM VÀ PHÁP LUẬT QUỐC TẾ

1. Về cơ sở pháp lý cho hết quyền đối với nhãn hiệu

Kể từ khi đệ đơn xin gia nhập WTO năm 1995, Việt Nam đã nỗ lực hoàn thiện pháp luật quốc gia cho phù hợp với pháp luật WTO nói chung và Hiệp định TRIPS nói riêng. Hiệp định TRIPS là tâm điểm của hệ thống các nguyên tắc, thể chế và thông lệ mang tính toàn cầu điều chỉnh quan hệ sở hữu, dòng kiến thức, công nghệ và các tài sản trí tuệ khác, buộc các nước thành viên WTO thực thi các tiêu chuẩn bảo hộ tối thiểu đối với quyền sở hữu trí tuệ. Pháp luật sở hữu trí tuệ Việt Nam hiện hành được nhiều nước thành viên WTO thừa nhận, về cơ bản phù hợp với các tiêu chuẩn tối thiểu của Hiệp định TRIPS¹.

Bên cạnh những tiêu chuẩn bảo hộ tối thiểu các quy định liên quan đến hết quyền sở hữu trí tuệ trong Hiệp định TRIPS thông thường được thiết kế dưới dạng quy định tùy nghi. Việc đánh giá mức độ phù hợp của pháp luật Việt Nam về hết quyền đối với nhãn hiệu với những tiêu chuẩn tối thiểu của Hiệp định TRIPS và xem xét Việt Nam có sử dụng được những quy định tùy nghi của Hiệp định này về hết quyền sở hữu trí tuệ cho mục tiêu phát triển kinh tế xã hội hay không có ý nghĩa quan trọng. Hơn nữa, so sánh hết quyền trong pháp luật, thực tiễn của Việt Nam với pháp luật, thực tiễn của Hoa Kỳ và Liên minh châu Âu cũng cần thiết. Lý do là hết quyền sở hữu trí tuệ phát sinh và tồn tại từ rất lâu ở Hoa Kỳ và Liên minh châu Âu. Hơn nữa, pháp luật của Hoa Kỳ và Liên minh châu Âu về hết quyền sở hữu trí tuệ bao gồm hết quyền đối với nhãn hiệu ở mức độ hoàn thiện.

Trong chuyên đề này chỉ tập trung vào so sánh và trong mọi trường hợp Việt Nam là trung tâm của nghiên cứu so sánh. Trong trường hợp có sự khác biệt giữa pháp luật, thực tiễn của Việt Nam với pháp luật, thực tiễn của Hoa Kỳ và Liên minh châu Âu, lý do của những khác biệt được giải thích trên cơ sở xem xét điều kiện kinh tế - xã hội, chính sách, pháp luật của Việt Nam. Do đó, trong chừng mực nhất định, pháp luật Việt Nam về hết quyền đối với nhãn hiệu được đánh giá. Đồng thời, những nội dung đáng tiếp thu của pháp luật Hoa Kỳ và Liên minh châu Âu cũng sẽ được chỉ ra.

¹ Xem các biên bản họp Hội đồng TRIPS: (i) IP/C/M/56, 21 May 2008, các đoạn 4-22; (ii) IP/C/M/57, 16 Sept. 2008, các đoạn 5-21.

Như trên đã phân tích, hết quyền đối với nhãn hiệu tồn tại từ rất lâu trong pháp luật và thực tiễn của Hoa Kỳ cũng như Liên minh châu Âu. Vấn đề hết quyền đối với nhãn hiệu trước tiên được xem xét trong các phán quyết của Tòa án và sau đó được điều chỉnh bởi cả các quy định pháp luật và các án lệ. Các Tòa án Hoa Kỳ cũng như Tòa án Liên minh châu Âu đóng vai trò chính trong xác định, giải thích, thậm chí trong ban hành và sửa đổi pháp luật về hết quyền đối với nhãn hiệu.

Khác với Hoa Kỳ và Liên minh châu Âu, các vấn đề liên quan đến hết quyền đối với nhãn hiệu ở Việt Nam chỉ được các văn bản quy phạm pháp luật điều chỉnh, bởi vì Việt Nam thuộc hệ thống pháp luật thành văn. Pháp luật Việt Nam về hết quyền đối với nhãn hiệu - cũng như pháp luật sở hữu trí tuệ nói chung - là một lĩnh vực pháp luật mới. Hơn nữa, pháp luật về hết quyền đối với nhãn hiệu của Việt Nam còn nhiều hạn chế. Mặt khác, ở Việt Nam, các vụ việc liên quan đến hết quyền đối với nhãn hiệu và các vụ việc liên quan đến hết quyền sở hữu trí tuệ nói chung mới chỉ được giải quyết tại các cơ quan hành chính mà chưa được giải quyết tại Tòa án.

2. Về điều kiện và hệ quả pháp lý của hết quyền đối với nhãn hiệu

Pháp luật Việt Nam về điều kiện và hệ quả pháp lý của hết quyền đối với nhãn hiệu - hai vấn đề cơ bản của hết quyền - tương tự ở mức độ rất cao so với Hiệp định TRIPS, pháp luật Hoa Kỳ, Liên-minh châu Âu. Bên cạnh đó, còn tồn tại một số khác biệt giữa những hệ thống pháp luật này.

2.1. Điều kiện hết quyền đối với nhãn hiệu

2.1.1. Điều kiện đồng ý

Trong Hiệp định TRIPS, điều kiện đồng ý được thừa nhận là một điều kiện dẫn đến hết quyền sở hữu trí tuệ khi xem xét Điều 6 trong mối quan hệ với chú thích 13 cho Điều 51 của Hiệp định này. Điều kiện đồng ý thỏa mãn khi chủ sở hữu nhãn hiệu hoặc người được chuyển giao quyền sử dụng nhãn hiệu đưa hàng hóa mang nhãn hiệu được bảo hộ ra thị trường. Tương thích với Hiệp định TRIPS, điều kiện đồng ý được nhấn mạnh trong pháp luật Hoa Kỳ và Liên minh châu Âu, mặc dù pháp luật Hoa Kỳ sử dụng cụm từ “sự cho phép” hoặc “được cho phép” thay cho từ “đồng ý”. Khác với Hiệp định TRIPS, pháp luật Hoa Kỳ và Liên minh châu Âu, từ “đồng ý” không được sử dụng trong các quy định về

hết quyền sở hữu trí tuệ của pháp luật Việt Nam, thay vào đó là quy định “người được phép của chủ sở hữu nhãn hiệu đưa ra thị trường” quy định tại điểm b khoản 2 Điều 125 Luật sở hữu trí tuệ hiện hành. Quy định “người được phép của chủ sở hữu nhãn hiệu đưa ra thị trường” nêu trên được xác định là người được chuyển giao quyền sử dụng nhãn hiệu tại khoản 2 Điều 21 Nghị định số 103/2006/NĐ-CP được sửa đổi, bổ sung theo Nghị định số 122/2010/NĐ-CP. Theo pháp luật Liên minh châu Âu, để xác định điều kiện đồng ý có thỏa mãn hay không, cần xem xét ai đã đưa hàng hóa ra thị trường. Hết quyền đối với nhãn hiệu có thể xảy ra trong trường hợp hàng hóa mang nhãn hiệu được bảo hộ được đưa ra thị trường bởi các thành viên trong cùng tổ chức kinh tế với chủ sở hữu nhãn hiệu, nhà phân phối hàng hóa và người được chuyển giao quyền sử dụng nhãn hiệu². Tuy nhiên, điểm khác biệt là từ “đồng ý” được quy định nhấn mạnh trong văn bản pháp luật điển hình như quy định tại Điều 7 mục 1 Chỉ thị về nhãn hiệu số 2008/95/EC và Điều 13 mục 1 Quy định về nhãn hiệu 207/2009 của Liên minh châu Âu và được giải thích trong một số phán quyết của Tòa án Liên minh châu Âu. Theo đó, để xác định điều kiện đồng ý có thỏa mãn hay không, cần xem xét ai đã đưa hàng hóa ra thị trường.

Quy định hiện hành của pháp luật Việt Nam về điều kiện đồng ý chưa thật chính xác và không đầy đủ. Chẳng hạn, theo thỏa thuận trong một hợp đồng chuyển giao quyền sử dụng nhãn hiệu, bên nhận chuyển giao được phép sản xuất và bán tám mươi nghìn (80.000) sản phẩm mang nhãn hiệu. Tuy nhiên, bên được chuyển giao sản xuất một trăm nghìn (100.000) sản phẩm mang nhãn hiệu và đưa ra thị trường. Trong trường hợp này, bên được chuyển giao bán toàn bộ số sản phẩm ra thị trường nhưng trong đó hai mươi nghìn (20.000) sản phẩm được đưa ra thị trường không có sự đồng ý của chủ sở hữu nhãn hiệu. Trong một số trường hợp, người được phép của chủ sở hữu nhãn hiệu đưa sản phẩm ra thị trường khác với sản phẩm được đưa ra thị trường với sự đồng ý của chủ sở hữu nhãn hiệu. Pháp luật Việt Nam không phân biệt hai trường hợp này. Do đó, điều kiện đồng ý có thỏa mãn hay không trong trường hợp sản xuất hàng hóa mang nhãn hiệu được bảo hộ vượt quá số lượng cho phép không rõ ràng theo quy định của pháp luật Việt Nam. Ngược lại, vấn đề này rất rõ ràng theo pháp luật Hoa Kỳ. Theo đó, điều kiện bán được cho phép không thỏa mãn khi nhà sản xuất sản

² Case C-9/93 IHT Internationale Heiztechnik GMBH and Another V. Ideal-Standard GMBH and Another, ECJ [1994] 3 CMLR 857, 22 Jun. 1994, đoạn 34

phẩm được bảo hộ nhãn hiệu vượt quá số lượng được chủ sở hữu nhãn hiệu cho phép³. Trong các vụ việc khác, các Tòa án Hoa Kỳ cũng quyết định trong trường hợp nào điều kiện đồng ý không thỏa mãn⁴.

Điểm khác biệt tiếp theo giữa pháp luật Việt Nam và pháp luật Liên minh châu Âu về điều kiện đồng ý là: theo phán quyết của Tòa án Liên minh châu Âu, sự đồng ý của chủ sở hữu nhãn hiệu về việc đưa hàng hóa ra thị trường có thể là đồng ý rõ ràng hoặc đồng ý ngụ ý⁵. Trong khi đó, pháp luật Việt Nam không quy định về vấn đề này.

So với pháp luật Việt Nam cũng như pháp luật Liên minh châu Âu, theo pháp luật Hoa Kỳ “sự cho phép” hoặc “được cho phép” đóng vai trò quan trọng trong tương quan với điều kiện đưa ra thị trường. Theo phán quyết của Tòa án tối cao Hoa Kỳ “hết quyền xảy ra do bán được cho phép của chủ sở hữu sáng chế”⁶. Sự khác biệt tiếp theo là đối với hàng hóa nhập khẩu, hết quyền đối với nhãn hiệu không xảy ra khi có sự khác biệt giữa hàng hóa nhập khẩu và hàng hóa được bán trên thị trường Hoa Kỳ⁷.

Về điều kiện đồng ý trong trường hợp bắt buộc chuyển giao quyền sử dụng sáng chế, Tòa án Liên minh châu Âu phán quyết rằng, hết quyền đối với sáng chế không xảy ra khi hàng hóa được bảo hộ sáng chế đã được đưa ra thị trường bởi người được chuyển giao quyền sử dụng sáng chế trong trường hợp bắt buộc chuyển giao với lý do chủ sở hữu sáng chế bị tước quyền quyết định các điều kiện bán hàng hóa. Nói cách khác, không có sự đồng ý trong trường hợp bắt buộc chuyển giao quyền sử dụng sáng chế⁸. Khác với pháp luật Liên minh châu Âu, hết quyền vẫn xảy ra trong trường hợp bắt buộc chuyển giao quyền sử dụng sáng chế theo quy định tại điểm b khoản 2 Điều 125 Luật sở hữu trí tuệ hiện hành và khoản 2 Điều 21 Nghị định số 103/2006/NĐ-CP được sửa đổi, bổ sung theo Nghị định số 122/2010/NĐ-CP. Quy định này của pháp luật Việt Nam được

³ Too, Inc. V. TJX Companies, Inc., 229 F. Supp. 2d 825 (S.D. Ohio 2002).

⁴ Ford Motor Co. V. Cook, 25 U.S.P.Q.2d 1050 (N.D. m. 1992), affd, 53 F.3d 333 (7th Cir. 1995) (unpublished), cited in US, The Report of the us Group answers the questions of AIPPI on Exhaustion of IPRs in cases of recycling and repair of goods, p. 4, <http://www.aippi-us.org/images/Q205_USA.pdf>; Too, Inc. V. TJX Companies, Inc., 229 F. Supp. 2d 825 (S.D. Ohio 2002).

⁵ Joined cases C-414/99 to 416/99 Zino Davidoff V. A&G Imports [2001] ECR I-8691, đoạn 48.

⁶ Quanta Computer, Inc. V. LG Electronics, Inc., 128 s. Ct. 2109 (2008), đoạn 2121; Bloomer V. McQuewant 55 u.s. (14 How.), 539 (1853), đoạn 249; TransCore, LP and TC License, Ltd., V. Electronic Transaction Consultants Corporation, us Court of Appeals for the Federal Circuit, 2008-1430, decided 8 Apr., 2009.

⁷ Lever Bros. Co, V. us (Lever II), 981 F. 2d 1330 (D.c. Cù. 1993),

⁸ C-187/80, Merck V. Stephar [1981] ECR 2063; C-19/84, Pharmon BV V. tieochst AG [1985] ECR 2281, đoạn 25; òoined case C-267/95 and C-268/95, Merck V Primecroivn, [1996] ECR I-6285

cho là phù hợp với điều kiện của Việt Nam và vẫn phù hợp với quy định của Hiệp định TRIPS. Với quy định hết quyền trong trường hợp bắt buộc chuyển giao quyền sử dụng sáng chế và áp dụng cơ chế hết quyền quốc tế, Việt Nam có cơ hội tiếp cận một cách hợp pháp với những sản phẩm được bảo hộ sáng chế đã đưa ra thị trường nước ngoài trên cơ sở bắt buộc chuyển giao. Hơn nữa, Hiệp định TRIPS không đề cập hết quyền sở hữu trí tuệ trong trường hợp bắt buộc chuyển giao quyền sử dụng đối tượng sở hữu trí tuệ và các nước thành viên WTO có quyền quyết định về vấn đề này.

2.1.2 Điều kiện đưa ra thị trường

Tương tự như Hiệp định TRIPS, pháp luật Hoa Kỳ và pháp luật Liên minh châu Âu, theo quy định của pháp luật Việt Nam hết quyền đối với nhãn hiệu xảy ra khi hàng hóa được đưa ra thị trường bởi chính chủ sở hữu nhãn hiệu hoặc với người được chuyển giao quyền sử dụng nhãn hiệu. Đối với pháp luật Hoa Kỳ, từ “bán lần đầu” (tiếng Anh là “fast sale”) hoặc “được bán lần đầu tiên” (tiếng Anh là “first sold”) được sử dụng để chỉ hàng hóa đã được đưa ra thị trường. Đối với Liên minh châu Âu, mặc dù cụm từ “đưa ra thị trường Cộng đồng” (tiếng Anh là “have been put on the market in the Community”) được sử dụng chính thức trong các văn bản pháp luật của Liên minh như Điều 7 mục 1 Chỉ thị về nhãn hiệu số 2008/95/EC và Điều 13 mục 1 Quy định về nhãn hiệu 207/2009, tuy nhiên, Tòa án Liên minh châu Âu sử dụng nhiều thuật ngữ khác nhau để chỉ hàng hóa mang nhãn hiệu được bảo hộ đã được đưa ra thị trường. Đó là “bán lần đầu tiên” (tiếng Anh là “first sale”), “đã được bán” (tiếng Anh là “marketed”), “đã được đưa ra thị trường” (tiếng Anh là “put on the market” hoặc “placed on the market”), “đưa vào lưu thông” (tiếng Anh là “put into circulation”) và “đã chuyển giao cho người khác” (tiếng Anh là “disposed to others”). Tương tự như pháp luật của Liên minh châu Âu, pháp luật Việt Nam sử dụng cụm từ “đưa ra thị trường một cách hợp pháp” (tiếng Anh là “lawfully put on the market”). Mặc dù các từ mang tính chất mô tả khác nhau được sử dụng, các từ này đều có nghĩa chung là sản phẩm mang đối tượng sở hữu trí tuệ được bảo hộ đã được chuyển giao cho bên thứ ba thông qua giao dịch thương mại.

Tương tự như pháp luật Liên minh châu Âu, pháp luật Việt Nam cũng nhấn mạnh điều kiện đưa sản phẩm ra thị trường⁹. Tuy nhiên, pháp luật Việt Nam không quy định vào thời điểm nào hàng hóa được cho là đã được đưa ra thị trường. Tòa án Liên minh châu Âu đã giải thích rất rõ vấn đề này trong vụ việc Peak Holding¹⁰. Theo đó, hàng hóa đã được đưa ra thị trường nếu việc bán hàng hóa đó cho phép chủ sở hữu nhãn hiệu thu được giá trị kinh tế từ nhãn hiệu của mình”. Trong vụ việc Tribeco¹¹, để xác định thời điểm hàng hóa được đưa ra thị trường, Thanh tra Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường Việt Nam - nay là Bộ Khoa học và Công nghệ đã kiểm tra chủ sở hữu quyền sở hữu trí tuệ có thu được lợi ích từ giao dịch liên quan đến hàng hóa hay không. Rõ ràng, đây là cách tiếp cận tương tự như Liên minh châu Âu trong xác định quyền kiện dẫn đến hết quyền sở hữu trí tuệ. Tuy nhiên, đối với một nước thuộc hệ thống pháp luật Civil law như Việt Nam, vấn đề này phải được quy định cụ thể trong văn bản pháp luật.

2.2. Hệ quả pháp lý của hết quyền đối với nhãn hiệu

Quy định của pháp luật Việt Nam về hệ quả hết quyền đối với nhãn hiệu tương đối rõ ràng, phù hợp với quy định của Hiệp định TRIPS và tương tự như pháp luật Hoa Kỳ cũng như pháp luật Liên minh châu Âu. Theo Hiệp định TRIPS, quyền “sử dụng, bán, nhập khẩu hàng hóa hoặc phân phối hàng hóa dưới hình thức khác” không còn khi hàng hóa được đưa ra thị trường bởi chính chủ sở hữu nhãn hiệu hoặc với sự đồng ý của chủ sở hữu nhãn hiệu (theo Quyền 6, chú thích 6 cho Quyền 28, chú thích 13 cho Quyền 51). Tuân thủ quy định của Hiệp định TRIPS, pháp luật Việt Nam quy định: người mua hàng hóa mang nhãn hiệu được bảo hộ có quyền bán, trưng bày để bán, vận chuyển, nhập khẩu và sử dụng sản phẩm khi hết quyền đối với nhãn hiệu xảy ra theo quy định tại điểm b khoản 2 Quyền 125 Luật sở hữu trí tuệ hiện hành và khoản 2 Quyền 21 Nghị định số 103/2006/NĐ-CP được sửa đổi, bổ sung theo Nghị định số 122/2010/NĐ-CP). Nếu xem xét về phương diện từ ngữ, pháp luật Việt Nam quy định thêm hai quyền không còn khi hết quyền xảy ra so với Hiệp định TRIPS. Đó là quyền

⁹ Trong vụ việc Peak Holding, Tòa án Liên minh châu Âu khẳng định rằng "đưa ra thị trường" là điều yếu tố mang tính quyết định dẫn đến hết quyền đối với nhãn hiệu

¹⁰, 196 Case C-16/03, Peak Holding AB V. Axolin-Elinor AB, formerly Handelskompaniet Factory Outlet i Lóddeköpinge AB, [2004] ECR I-11313, đoạn 40.

¹¹ Vụ việc Tribeco liên quan đến điều kiện dẫn đến hết quyền sở hữu công nghiệp và được giải quyết tại các cơ quan hành chính Việt Nam (1999.2001).

trung bày để bán và nhập khẩu. Các quyền này gắn liền với những quyền khác đã được liệt kê như quyền bán, nhập khẩu và sử dụng sản phẩm- và có thể có nghĩa là “phân phối hàng hóa dưới hình thức khác” theo quy định của Hiệp định TRIPS. Do đó, sự tồn tại của hai quyền này trong quy định pháp luật Việt Nam về hệ quả hết quyền làm cho pháp luật Việt Nam về hết quyền phù hợp với quy định của Hiệp định TRIPS.

Quy định của pháp luật Việt Nam về hệ quả hết quyền đối với nhãn hiệu tương tự như quy định và án lệ của Hoa Kỳ cũng như của Liên minh châu Âu về vấn đề này. Theo án lệ Hoa Kỳ, “quyền kiểm soát việc phân phối sản phẩm mang nhãn hiệu được bảo hộ của nhà sản xuất không kéo dài sau lần đầu tiên bán sản phẩm. Hành vi bán lại sản phẩm đó của người mua không phải là hành vi xâm phạm quyền đối với nhãn hiệu và cũng không phải là hành vi cạnh tranh không lành mạnh”¹². Mặc dù pháp luật Việt Nam không có quy định chính xác như phán quyết vừa nêu, điểm b khoản 2 Quyền 125 Luật sở hữu trí tuệ hiện hành và khoản 2 Quyền 21 Nghị định số 103/2006/NĐ-CP được sửa đổi, bổ sung theo Nghị định số 122/2010/NĐ-CP có thể hiểu tương tự bởi vì hành vi bán, trưng bày để bán, vận chuyển, nhập khẩu và sử dụng sản phẩm mang nhãn hiệu được bảo hộ sau khi hết quyền đối với nhãn hiệu xảy ra không xâm phạm quyền đối với nhãn hiệu. Chủ sở hữu quyền sở hữu công nghiệp “không có quyền ngăn cấm người khác thực hiện những hành vi đó” theo quy định tại khoản 2 Quyền 125 Luật sở hữu trí tuệ hiện hành và những hành vi này được loại bỏ khỏi những hành vi xâm phạm quyền đối với nhãn hiệu. Điểm tương tự tiếp theo giữa pháp luật Hoa Kỳ và pháp luật Việt Nam là: hành vi bán, trưng bày để bán, vận chuyển, nhập khẩu và sử dụng sản phẩm mang nhãn hiệu được bảo hộ sau khi hết quyền đối với nhãn hiệu xảy ra không thuộc danh mục những hành vi cạnh tranh không lành mạnh theo Luật cạnh tranh năm 2004 của Việt Nam. Đối với Liên minh châu Âu, khác với Việt Nam (và Hiệp định TRIPS), các quy định pháp luật của Liên minh không quy định hệ quả pháp lý cụ thể của hết quyền đối với nhãn hiệu. Tuy nhiên, theo pháp luật Liên minh châu Âu, chủ sở hữu nhãn hiệu không còn quyền “phản đối tiếp tục kinh doanh hàng hóa” khi hết quyền xảy ra theo Quyền 7 mục 2 Chỉ thị 2008/95/EC và Quyền 13 Quy định (EC) 207/2009). Quy định này bao hàm những hành vi được liệt kê tại điểm b khoản

¹² Sebastian Int'l V Longs Drug Stores Corp., 53 F.3d, 9th Circuit, 1995, đoạn 1074.

2 Quyền 125 Luật sở hữu trí tuệ hiện hành và khoản 2 Quyền 21 Nghị định số 103/2006/NĐ-CP được sửa đổi, bổ sung theo Nghị định số 122/2010/NĐ-CP.

Tóm lại, sẽ là một khiếm khuyết lớn nếu sự khác biệt đáng kể giữa pháp luật Việt Nam và pháp luật Liên minh châu Âu về hệ quả pháp lý của hết quyền đối với nhãn hiệu không được xem xét. Khi hết quyền đối với nhãn hiệu xảy ra, chủ sở hữu nhãn hiệu không chỉ không còn quyền “phản đối tiếp tục kinh doanh hàng hóa”, mà còn mất quyền “cấm sử dụng nhãn hiệu cho hàng hóa” được quy định tại Quyền 7 mục 1 Chỉ thị 2008/95/EC và Quyền 13 mục 1 Quy định (EC) 207/2009. Nói cách khác, người mua hàng hóa được “tự do sử dụng nhãn hiệu”¹³. Đây là nền tảng pháp lý quan trọng cho Tòa án Liên minh châu Âu trong giải quyết các vụ việc về sử dụng nhãn hiệu gắn liền với hàng hóa khi hết quyền đối với nhãn hiệu đã xảy ra. Chẳng hạn, sử dụng nhãn hiệu trong trường hợp quảng cáo hàng hóa và đóng gói lại hàng hóa được công nhận theo các phán quyết của Tòa án Liên minh châu Âu¹⁴, về điểm này, Việt Nam nên tham khảo pháp luật của Liên minh châu Âu trong hoàn thiện các quy định pháp luật về hệ quả pháp lý của hết quyền đối với nhãn hiệu.



TTBD ĐBDC

¹³ Parfums Christian Dior V. Evor, [1997] ECR, đoạn 38; Case C-63/97, Bayerische Motorenwerke AG (BMW) and BMW Nederland BV V. Ronald Karel Deenik, [1999] ECR 1-905, đoạn 48; Joined Cases C-427/93, 429/93, and 436/93, Bristol-Myers Squibb and Others V. Paranova A/S, [1996] ECR 1-3475, đoạn 37.
¹⁴ Parfums Christian Dior v. Evor, [1997] ECR; Case C-63/97, Bayerische Motorenwerke AG (BMW) and BMW Nederland BV V. Ronald Karel Deenik, [1999] ECR 1-905, đoạn 64; Joined Cases C-427/93, 429/93, and 436/93, Bristol-Myers Squibb and Others V. Paranova A/S, [1996] ECR 1-3475.