



VAI TRÒ CỦA CHỈ DẪN ĐỊA LÝ TRONG PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU

Hà Nội, 21/6/2017

Nguyễn Thanh Bình
Giám đốc Trung tâm Phát triển tài sản trí tuệ
- Cục Sở hữu trí tuệ

Nội dung chính

I. Thông tin chung về chỉ dẫn địa lý

II. Tình hình bảo hộ các chỉ dẫn địa lý của Việt Nam

III. Vai trò của chỉ dẫn địa lý trong phát triển thương hiệu



1. Thông tin chung về CDĐL



được sử dụng để chỉ sản phẩm có nguồn gốc từ khu vực, địa phương, vùng lãnh thổ hay quốc gia cụ thể

I. Thông tin chung về CDĐL

1. Hệ thống các văn bản pháp luật về bảo hộ CDĐL

- Luật Sở hữu trí tuệ 2005 - sửa đổi, bổ sung năm 2009;
- Nghị định 103/2006/NĐ-CP quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Sở hữu trí tuệ về sở hữu công nghiệp;
- Nghị định 106/2006/NĐ-CP quy định xử phạt vi phạm hành chính về sở hữu công nghiệp;
- Thông tư số 01/2007/TT-BKHHCN hướng dẫn thi hành Nghị định 103/2006/NĐ-CP và các quy định sửa đổi, bổ sung liên quan.

I. Thông tin chung về CDĐL

2. Điều kiện bảo hộ



Sản phẩm có nguồn gốc địa lý từ khu vực, địa phương, vùng lãnh thổ tương ứng với CDĐL



Sản phẩm có DANH TIẾNG, chất lượng hoặc ĐẶC TÍNH chủ yếu do điều kiện địa lý khu vực, địa phương, vùng lãnh thổ tương ứng với CDĐL quyết định,

I. Thông tin chung về CDĐL

DANH TIẾNG

- Mức độ tín
nhiệm

- Mức độ biết
đến rộng rãi

CHẤT LƯỢNG, ĐẶC TÍNH

- Cảm quan

- Chỉ tiêu lý,
hóa, sinh...

I. Thông tin chung về CDĐL

Đối tượng không được bảo hộ CDĐL

- ❖ Tên gọi, chỉ dẫn đã trở thành tên gọi chung của hàng hóa ở Việt Nam;
- ❖ CDĐL trùng hoặc tương tự với một NHÃN HIỆU đang được bảo hộ, nếu việc sử dụng CDĐL đó gây nhầm lẫn về nguồn gốc của sản phẩm;
- ❖ CDĐL gây hiểu sai lệch cho người tiêu dùng về nguồn gốc địa lý thực của sản phẩm mang CDĐL.

I. Thông tin chung về CDĐL

Thời hạn bảo hộ và hiệu lực của VBBH

- ❖ Văn bằng bảo hộ CDĐL là Giấy chứng nhận đăng ký CDĐL
- ❖ Giấy chứng nhận đăng ký CDĐL có hiệu lực trên toàn lãnh thổ Việt Nam.
- ❖ Giấy chứng nhận đăng ký CDĐL có hiệu lực vô thời hạn kể từ ngày cấp.
- ❖ Giấy chứng nhận đăng ký CDĐL bị chấm dứt hiệu lực trong trường hợp các điều kiện địa lý tạo nên danh tiếng, chất lượng, đặc tính của sản phẩm mang CDĐL bị thay đổi làm mất danh tiếng, chất lượng, đặc tính của sản phẩm.

I. Thông tin chung về CDĐL

Quyền đối với CDĐL

- ❖ *Quyền sở hữu:* thuộc về Nhà nước.
- ❖ *Quyền đăng ký CDĐL:* Nhà nước cho phép tổ chức tập thể đại diện cho các nhà sản xuất, kinh doanh hoặc CQQL hành chính địa phương nơi có CDĐL thực hiện quyền đăng ký. Người đăng ký không trở thành chủ sở hữu CDĐL.
- ❖ *Quyền sử dụng CDĐL:* Cá nhân, tổ chức SX/KD sản phẩm mang CDĐL trong khu vực địa lý
- ❖ *Quyền ngăn cấm người khác sử dụng CDĐL:* Người được trao quyền sử dụng/quản lý CDĐL có quyền ngăn cấm người khác sử dụng CDĐL

Lưu ý: Quyền đối với CDĐL KHÔNG được chuyển nhượng

II. Tình hình đăng ký CDĐL của Việt Nam

- Số liệu thống kê chưa đầy đủ của Cục SHTT, Việt Nam có khoảng gần **950** địa danh được sử dụng cho các sản phẩm, dịch vụ đặc thù của địa phương.
- Tính đến tháng 01/2017, tổng số có **55** CDĐL đã được đăng ký tại Việt Nam, trong đó có 49 CDĐL của Việt Nam và 06 CDĐL của nước ngoài.





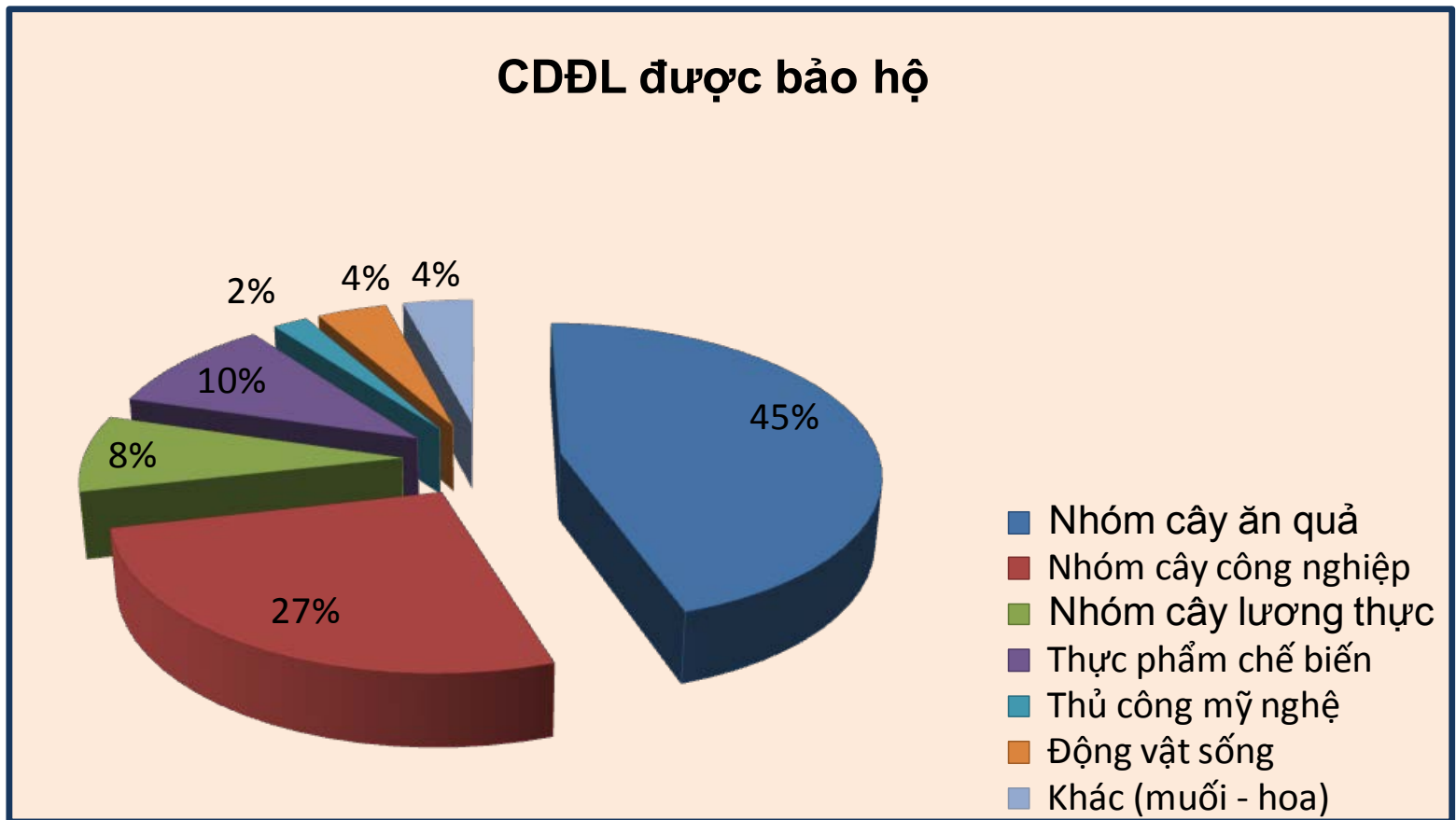
1. Phú Quốc (TGXXHH) - Nước mắm
2. Mộc Châu (TGXXHH) - Chè Shan tuyết
3. **Cognac (TGXXHH) – Rượu mạnh (Pháp)**
4. Buôn Ma Thuột (TGXXHH) - Cà phê nhân
5. Đuan Hùng (TGXXHH) - Bưởi quả
6. Bình Thuận (TGXXHH) - Thanh long
7. Lạng Sơn (TGXXHH) - Hoa hồi
8. **Pisco (TGXXHH) – Rượu (CH Peru)**
9. Phan Thiết (TGXXHH) - Nước mắm
10. Hải Hậu (TGXXHH) - Gạo tám xoan
11. Thanh Hà (CDĐL) - Quả vải thiều
12. Vinh (CDĐL) - Cam quả
13. Tân Cương (CDĐL) – Chè
14. Hồng Dân (CDĐL) - Gạo một bụi đỏ
15. Lục Ngạn (CDĐL) - Quả vải thiều
16. Hòa Lộc (CDĐL) - Xoài cát
17. Đại Hoàng (CDĐL) - Chuối Ngự
18. Văn Yên (CDĐL) - Quế vỏ
19. Hậu Lộc (CDĐL) - Mắm tôm
20. Huế (CDĐL) - Nón lá
21. Bắc Kạn (CDĐL) - Hồng không hạt
22. Phúc Trạch (CDĐL) - Quả bưởi
23. **Scotch whisky (CDĐL) – Rượu mạnh (Scôt - len)**
24. Tiên Lãng (CDĐL) – Thuốc Lào
25. Bảy Núi (CDĐL) – Gạo Nàng Nhen
26. Trùng Khánh (CDĐL) – Hạt dẻ
27. Bà Đen (CDĐL) – Măng cầu
28. Nga Sơn (CDĐL) – Cói

29. Trà My (CDĐL) – Quế vỏ
30. Ninh Thuận (CDĐL) – Nho
31. Tân Triều (CDĐL) – Bưởi
32. Bảo Lâm (CDĐL) - Hồng không hạt
33. Bắc Kạn (CDĐL) – Quýt
34. Yên Châu (CDĐL) – Xoài
35. Mèo Vạc (CDĐL) - Mật ong bạc hà
36. Bình Minh (CDĐL) - Bưởi Năm Roi
37. Bạc Liêu (CDĐL) – Muối
38. Luận Văn (CDĐL) – Bưởi
39. Hạ Long (CDĐL) – Chả mực
40. Yên Tử (CDĐL) – Hoa mai vàng
41. Quảng Ninh (CDĐL) – Con ngán
42. ISAN Thái Lan (CDĐL) – lựu
43. Điện Biên (CDĐL) – Gạo
44. Tiền Giang (CDĐL) – Vú sữa Lò Rèn
45. Quảng Trị (CDĐL) – Hạt tiêu
46. Cao Phong (CDĐL) – Quả cam
47. Vân Đồn (CDĐL) - Sá sùng
48. Long Khánh (CDĐL) – Quả chôm chôm
49. Ngọc Linh (CDĐL) – Sâm củ
50. Vĩnh Bảo (CDĐL) – Thuốc Lào
51. Thường Xuân (CDĐL) – Quế vỏ
52. Hà Giang (CDĐL) – Quả cam
53. **KAMPONG SPEU – Đường thốt nốt (Campuchia)**
54. **KAM POT – Hạt tiêu (Campuchia)**
55. Hưng Yên (CDĐL) – Nhãn lồng



II. Tình hình đăng ký CDĐL của Việt Nam

Tỷ lệ nhóm sản phẩm mang CDĐL được đăng ký



III. Vai trò của CDĐL trong phát triển thương hiệu

- CDĐL đang ngày càng được các quốc gia ưu tiên bảo hộ và phát triển vì nó là công cụ hữu hiệu giúp nâng cao giá trị kinh tế và khẳng định danh tiếng của sản phẩm.
- Hầu hết các nước trên thế giới hiện nay đều áp dụng hình thức bảo hộ chỉ dẫn nguồn gốc (có thể bằng hình thức CDĐL hay NHCN) để qua đó tạo dựng và phát triển thương hiệu cho sản phẩm đặc thù của mình.



III. Vai trò của CDĐL trong phát triển thương hiệu

- Bảo hộ CDĐL được coi là giải pháp hiệu quả giúp sản phẩm khẳng định vị thế cạnh tranh tại các thị trường truyền thống, tăng khả năng thâm nhập vào các thị trường mới, tăng khả năng hấp dẫn người tiêu dùng từ đó tăng sản lượng tiêu thụ, tăng giá bán sản phẩm.



III. Vai trò của CDĐL trong phát triển thương hiệu

- CDĐL khi gắn lên sản phẩm được coi là công cụ hữu hiệu xác nhận và đảm bảo chất lượng sản phẩm với người tiêu dùng.
- Các Doanh nghiệp để được sử dụng CDĐL phải cam kết đảm bảo chất lượng sản phẩm và tuân thủ các yêu cầu kiểm soát chặt chẽ trong quá trình sản xuất. Điều này giúp hình thành một môi trường kinh doanh lành mạnh, nâng cao uy tín cho Doanh nghiệp.



III. Vai trò của CDĐL trong phát triển thương hiệu

- Thông qua công cụ CDĐL, doanh nghiệp có thể tạo dựng và phát triển một thị trường kinh doanh chuyên biệt, đặc thù riêng. Đây là một trong những lợi thế trong quá trình tạo dựng thương hiệu của doanh nghiệp.



III. Vai trò của CDĐL trong phát triển thương hiệu

- CDĐL góp phần tạo ra giá trị gia tăng cho sản phẩm:
 - Theo số liệu khảo sát, người tiêu dùng tại Châu Âu sẵn sàng trả cao hơn 20-25% giá tiền cho các sản phẩm được bảo hộ CDĐL;
 - Số liệu hoạt động sản xuất, kinh doanh các sản phẩm được bảo hộ CDĐL của Việt Nam trong thời gian qua cũng cho thấy: giá bán, sản lượng tiêu thụ sản phẩm được bảo hộ CDĐL tăng từ 1,5-2 lần so với trước khi được bảo hộ.

III. Vai trò của CDĐL trong phát triển thương hiệu



2 USD/1kg

CDĐL khi được kết hợp và phát triển cùng với hệ thống nhận diện thương hiệu của DN sẽ mang lại giá trị gia tăng vô cùng lớn cho sản phẩm



200 USD/1kg

III. Vai trò của CDĐL trong phát triển thương hiệu

Tuy nhiên:

- Việc bảo hộ CDĐ: chỉ thực sự phát huy ý nghĩa và giá trị thực tế khi thiết lập được một hệ thống quản lý chặt chẽ qua đó đảm bảo chất lượng, nguồn gốc và khả năng truy xuất sản phẩm. Song song với nó là các hoạt động quảng bá rộng rãi hình ảnh sản phẩm nhằm mở rộng thị trường tiêu thụ.
- Hoạt động phát triển CDĐL thời gian qua đã được các cơ quan quản lý Nhà nước, các địa phương, tổ chức hiệp hội quan tâm, bước đầu thu được kết quả đáng ghi nhận. Tuy nhiên, để hoạt động này phát triển, không chỉ đòi hỏi sự quan tâm của các CQQL mà còn đòi hỏi sự đầu tư xứng đáng về thời gian, công sức và tài chính từ phía các doanh nghiệp.



Xin cảm ơn các quý vị!

