

**Processo C-298/23****Resumo do pedido de decisão prejudicial em aplicação do artigo 98.º, n.º 1, do Regulamento de Processo do Tribunal de Justiça****Data de entrada:**

8 de maio de 2023

**Órgão jurisdicional de reenvio:**

Nederlandstalige Ondernemingsrechtbank Brussel (Tribunal das Empresas de Língua Neerlandesa de Bruxelas, Bélgica)

**Data da decisão de reenvio:**

4 de maio de 2023

**Demandante:**

Inter IKEA Systems BV

**Demandados:**

1. Algemeen Vlaams Belang vzw, 1.ª demandada
  2. Todos os membros da associação de facto denominada «Vlaams Belang» ou «Vrijheidspartij», representados por S, T, U e V, 2.ºs demandados
  3. Vrijheidsfonds vzw, 3.ª demandada
- 

**Objeto do processo principal**

Ação proposta por requerimento de citação de 22 de novembro de 2022 pela demandante, perante o Nederlandstalige Ondernemingsrechtbank Brussel (Tribunal das Empresas de Língua Neerlandesa de Bruxelas, Bélgica), com vista a obter 1) a declaração judicial de que, ao utilizarem o sinal IKEA no seu material, os demandados agem ilicitamente, violando os direitos de marca da demandante; 2) a condenação dos demandados a cessar a utilização das marcas IKEA e/ou do estilo IKEA, sob pena de pagamento de uma sanção pecuniária compulsória, 3) a publicação da sentença a proferir na imprensa neerlandesa e francesa, no sítio Internet da demandante e nos sítios Internet dos demandados e 4) a destruição do material utilizado, tudo incluindo indemnização.

## Objeto e fundamento jurídico do pedido de decisão prejudicial

Interpretação do conceito de «motivo justo»<sup>1</sup>, na aceção do artigo 9.º, n.º 2, alínea c), do Regulamento 2017/1001 sobre a marca da União e do artigo 10.º, n.º 2, alínea c), e artigo 10.º, n.º 6, da Diretiva (UE) 2015/2436, que aproxima as legislações dos Estados-Membros em matéria de marcas, e ponderação do direito de marca com o direito fundamental à liberdade de expressão (política), incluindo a utilização da paródia política; artigo 267.º TFUE.

## Questões prejudiciais

Pode a liberdade de expressão, incluindo a liberdade de apresentar opiniões políticas e a paródia política, garantida pelo artigo 10.º da Convenção Europeia para a Proteção dos Direitos do Homem e das Liberdades Fundamentais e pelo artigo 11.º da Carta dos Direitos Fundamentais da União Europeia constituir um «motivo justo» para utilizar um sinal idêntico ou semelhante a uma marca de prestígio, na aceção do artigo 9.º, n.º 2, alínea c), do Regulamento (UE) 2017/1001 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 14 de junho de 2017, sobre a marca da União Europeia, bem como do artigo 10.º, n.º 2, alínea c), e do artigo 10.º, n.º 6, da Diretiva (UE) 2015/2436 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 16 de dezembro de 2015, que aproxima as legislações dos Estados-Membros em matéria de marcas?

Em caso afirmativo, quais são os critérios que o órgão jurisdicional nacional deve ter em conta na apreciação do equilíbrio entre os referidos direitos fundamentais e a importância a atribuir a cada um desses critérios?

Em especial, pode o órgão jurisdicional nacional ter em conta os critérios abaixo indicados? Existem critérios adicionais?

- o se a expressão tem caráter ou finalidade comercial;
- o se existem motivos de concorrência entre as partes;
- o se a expressão tem interesse público, relevância social ou lança um debate;
- o a relação entre os critérios anteriores;
- o a intensidade do prestígio da marca invocada;
- o a extensão da utilização ilícita, a sua intensidade e o caráter sistemático, bem como a extensão da sua difusão, em termos de

<sup>1</sup> N.doT. Enquanto na versão holandesa das disposições é utilizado de forma consistente o termo «*geldige reden*», o artigo 9.º, n.º 2, alínea c), do Regulamento 2017/1001 é utilizado o termo “indevidamente” e nas duas disposições da Diretiva 2015/2436, “motivo justo” e “justo motivo”.

território, tempo e volume, tendo igualmente em conta se é proporcional à mensagem que a expressão pretende transmitir;

- o se a expressão e as circunstâncias que a acompanham, como a sua designação e a sua promoção, prejudicam o prestígio, o carácter distintivo e a imagem das marcas invocadas (a seguir «função publicitária»)
- o se a expressão apresenta a sua própria contribuição original e se houve um esforço no sentido de evitar a confusão ou a associação com as marcas invocadas, ou a impressão de que existe uma ligação comercial ou outra entre a expressão e o titular da marca («função de [indicação de] origem»), tendo igualmente em conta a forma como o titular da marca construiu uma certa imagem e reputação na publicidade e na comunicação?

### **Disposições de direito internacional e jurisprudência internacional invocadas**

Artigo 10.º CEDH.

Convenção Benelux em matéria de propriedade intelectual (a seguir: «CBPI»): artigo 2.20., n.º 2, alíneas c) e d)

Convenção de Paris para a Protecção da Propriedade Industrial, de 20 de março de 1883: artigo 10bis, n.º 2

Acórdãos do Tribunal Europeu dos Direitos Humanos (TEDH) de 1 de maio de 2011, Faruk Temel/Turquia (§ 55); de 14 de março de 2013, Eon/França (§ 59), e de 23 de abril de 1992, Castells/Espanha (§ 43)

Acórdão do Tribunal de Justiça do Benelux de 14 de outubro de 2019, Damn Pérignon (n.º A 2018/1/8)

### **Disposições de direito da União e jurisprudência da União invocadas**

Regulamento (UE) 2017/1001 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 14 de junho de 2017, sobre a marca da União Europeia, designadamente, o considerando 21 e o artigo 9.º, n.º 2, alínea c)

Diretiva (UE) 2015/2436 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 16 de dezembro de 2015, que aproxima as legislações dos Estados-Membros em matéria de marcas, designadamente o considerando 27, o artigo 10.º, n.º 2, alínea c), e artigo 10.º, n.º 6

Carta dos Direitos Fundamentais da União Europeia (a seguir «Carta»): artigo 11.º

Acórdão de 12 de novembro de 2002, Arsenal Football Club (C-206/01, EU:C:2002:651)

Acórdão de 23 de março de 2010, Google France e Google (C-236/08 - C-238/08, EU:C:2010:159), e as conclusões apresentadas no mesmo processo (EU:C:2009:569)

Acórdão de 21 de outubro de 2010, Padawan (C-467/08, EU:C:2010:620)

Acórdão de 12 de julho de 2011, L'Oréal e o. (C-324/09, EU:C:2011:474) e respetivas conclusões (EU:C:2010:757)

Acórdão de 1 de dezembro de 2011, Painer (C-145/10, EU:C:2011:798)

Acórdão de 6 de fevereiro de 2014, Leidseplein Beheer e De Vries (C-65/12, EU:C:2014:49)

Acórdão de 3 de setembro de 2014, Deckmyn e Vrijheidsfonds (C-201/13, EU:C:2014:2132, n.º 15).

Acórdão de 27 de fevereiro de 2020, Constantin Film Produktion/EUIPO (C-240/18, EU:C:2020:118)


Acórdão de 8 de dezembro de 2022, TU e RE/Google (C-460/20, EU:C:2022:962).

### **Disposições de direito nacional invocadas**

Artigo 1382.º do Burgerlijk Wetboek (Código Civil belga):

Artigo VI.104 do Wetboek van economisch recht (Código de Direito Económico belga)

### **Apresentação sucinta dos factos e do processo principal**

1. O processo tem por objeto a utilização ilícita - segundo a demandante - das conhecidas marcas IKEA e do estilo IKEA pelo Vrijheidspartij na campanha política de um partido político. Trata-se da marca nominativa Benelux IKEA, registada em 29 de janeiro de 1971 sob o número 503696 para produtos da classe 20 (móveis); da marca nominativa Benelux IKEA, registada em 12 de outubro de 1976 sob o número 615831 para produtos das classes 11 (designadamente iluminação), 24 (têxteis) e 27 (tapetes); da marca Benelux semifigurativa  registada em 27 de fevereiro de 1987 sob o número 692230 para uma descrição muito ampla de produtos e serviços, bem como a marca nominativa da União IKEA, registada em 1 de outubro de 1998 para uma descrição muito ampla de produtos e serviços. A IKEA é conhecida do público geral pelos seus

kits de montagem de mobiliário com instruções. A IKEA descreve-se como «uma das marcas mais famosas do mundo», o que a terceira demandada não contesta.

2. A associação Vrijheidsfonds considera que o acordo de coligação sueco poderia servir de inspiração para a necessária reforma da política de asilo e migração na Bélgica. Em 14 de novembro de 2022, o partido político Vlaams Belang apresentou o seu plano IKEA à imprensa e ao público. O título do plano «*Immigratie Kan Echt Anders*» (a imigração pode realmente ser diferente; abreviado, IKEA) propõe, segundo a terceira demandada, um «pacote sueco» de medidas de migração através de uma referência lúdica e de paródia à marca IKEA. O plano é apresentado como um *kit* ou um manual de instruções de construção IKEA com 15 propostas, por analogia com os conhecidos manuais da IKEA, para que o governo belga possa, segundo a terceira demandada, pôr imediatamente em execução o plano.
3. O anúncio e a divulgação do plano foram realizados com o seguinte material:
  - 1) Uma conferência de imprensa em que S apresentou os planos como um «*kit* de montagem» do gigante sueco do mobiliário. A primeira página desta apresentação eletrónica menciona o plano IKEA, numa representação que corresponde à representação semifigurativa das marcas IKEA e, por baixo, o título «*Immigratie Kan Echt Anders*» (a imigração pode realmente ser diferente):



O plano enumera os 15 pontos da política, recorrendo a ilustrações (ligeiramente provocatórias) com figuras que correspondem à personagem IKEA e as cores azul e amarelo, típicas da bandeira sueca e da IKEA:



- 2) Durante esta conferência de imprensa de meia hora, S explicou o plano de 15 pontos, tendo feito múltiplas referências - tendo em conta a natureza da utilização (segundo o demandado, ligeiramente humorística ou provocatória) de sinais correspondentes às marcas registadas IKEA própria da paródia - ao gigante sueco do mobiliário ou à origem sueca do plano. Deste modo, ainda de acordo com a terceira demandada, é salientada a distanciação em relação às atividades da cadeia de mobiliário sueca e indicado que a IKEA não está de forma alguma - como é evidente - envolvida no plano político do partido político, nem lhe presta qualquer apoio. Além disso, sentado entre uma bandeira da União Europeia e uma bandeira da Suécia, S declarou nomeadamente o seguinte: «Com efeito, apresentamos hoje, enquanto *Vlaams Belang*, o nosso *PLANO IKEA*. O nosso *PLANO IKEA* não é a abreviatura de *Ingvar Kamprad Elmtaryd en Agunnaryd* — o meu sueco está longe de ser perfeito — que é a verdadeira designação por extenso da *IKEA*. A nossa abreviatura *IKEA* não se refere ao fabricante sueco de móveis inteligentes, a nossa abreviatura refere-se à expressão: «*Immigratie Kan Echt Anders*» [a imigração pode realmente ser diferente]. [...] [...] O [kit] pode ser aplicado de imediato por este governo belga. [...] [...] O que é interessante é o facto de se tratar de medidas políticas [...] da Suécia e de estas estarem abrangidas pela União Europeia. Assim, na realidade, queremos apenas fazer o mínimo que a União Europeia nos impõe. É este o espírito do *PLANO IKEA*. [...]»
- 3) A conferência de imprensa e a apresentação foram complementadas por um plano de ação mais pormenorizado, disponível no sítio Internet. Este

documento não contém outras referências à IKEA para além das contidas na breve apresentação;

## 7. GEEN MAXIMALE TERMIJN VAN 2 MAANDEN OM ASIELZOEKERS VAST TE HOUDEN

*"In een studie zal de Zweedse wetgeving worden getoetst aan de EU-wetgeving, en zullen wetwijzigingen en andere maatregelen worden voorgesteld om de rechten van asielzoekers zoveel mogelijk wettelijk te beperken"<sup>53</sup>, aldus het Tido-akkoord.*

Een belangrijke beperking naar Europees recht is de mogelijkheid om asielzoekers gedurende een bepaalde periode tijdens de asielprocedure vast te houden<sup>54</sup>. Dit bijvoorbeeld om de identiteit vast te stellen, in geval van risico op onderduiken, omdat er redelijke gronden zijn om te oordelen dat een nieuw asielverzoek werd ingediend om een terugkeerbevel te omzeilen, ... De mogelijkheden en voorwaarden hier toe zijn op Europees vlak strikt geregeld. Nochtans sloogt de Belgische wetgever erin om nóg strenger te zijn dan strikt gezeten noodzakelijk is op EU-niveau.

De Belgische wetgeving beperkt de termijn waarbij een asielzoeker vastgehouden mag worden namelijk tot maximaal 2 maanden<sup>55</sup>. Deze termijn is meerdere malen verlengbaar tot in totaal maximaal 6 maanden<sup>56</sup>.

Het Europees recht vereist geen strikte maximale termijnen, maar legt enkel op dat de bewaring een zo kort mogelijke termijn dient te beslijken<sup>57</sup>. De maximumtermijnen die de Vreemdelingenwet bevol kunnen dus geschrapt worden.

→ Aanpassen artikel 74/6, §4, vierde tot zesde lid van de Vreemdelingenwet door de maximumtermijn(en) te schrappen en erin te zellen dat het een redelijke termijn moet zijn.

<sup>53</sup> Tido-regereerakkoord dd. 14 oktober 2022 (niet vertaald).

<sup>54</sup> Deze redenen zijn bepaald in artikel 8, [3] van de Opvangrichtlijn.

<sup>55</sup> Artikel 74/6, § 1, vierde lid van de Vreemdelingenwet.

<sup>56</sup> Artikel 74/6, § 1, zesde lid van de Vreemdelingenwet.

<sup>57</sup> Artikel 9, [1] van de Opvangrichtlijn.



**IKEA-PLAN**

16

- 4) A conferência de imprensa foi divulgada nas redes sociais do partido.

### Argumentos essenciais das partes no processo principal

4. Em termos jurídicos, o Vrijheidspartij segue substancialmente a análise ao abrigo do direito das marcas da demandante. A única razão pela qual o Vrijheidspartij utiliza o prestígio das marcas IKEA é a de reforçar a sua própria mensagem e aumentar o impacto e a difusão da sua mensagem.

5. O Vrijheidspartij alega dispor de um motivo «justo» para utilizar as marcas registadas do IKEA.
6. Nenhuma das partes contesta o facto de se tratar de marcas prestigiadas. A terceira demandada (Vrijheidsfonds) reconhece ter utilizado as referidas marcas sem o consentimento da demandante e ter realizado a campanha controvertida em nome e por conta da associação de facto Vlaams Belang ou dos seus dirigentes.

### **Apresentação sucinta da fundamentação do pedido de decisão prejudicial**

7. O direito da marca é um direito de propriedade industrial ou intelectual reconhecido como um direito fundamental e protegido, designadamente, pelo artigo 1.º do Protocolo da CEDH e pelo artigo 17.º, n.º 2, da Carta.
8. No entanto, o direito da marca não é absoluto. O exercício do direito do titular da marca de proteger os seus interesses específicos deve ser reservado aos casos em que o uso do sinal por um terceiro prejudica ou é suscetível de prejudicar as funções da marca. Estas funções incluem a função de [indicação da] origem, a função de investimento e a função de publicidade. Neste contexto, o órgão jurisdicional de reenvio refere o Acórdão Google France e Google.
9. Além disso, a proteção contra a utilização da marca para outros tipos de produtos ou serviços é limitada pela possibilidade de um terceiro poder invocar um motivo justo. Mesmo que um terceiro procure tirar partido ilícito (manifesto) do prestígio da marca com o uso, ou mesmo prejudicar o prestígio da marca, associando a marca a mensagens que repercutam de forma negativa sobre a sua imagem, tal não impede o terceiro de invocar um motivo justo.
10. A liberdade de expressão do alegado infrator opõe-se ao direito exclusivo do titular da marca. Tal liberdade de expressão também não é absoluta, mas pode ser limitada, nomeadamente, para proteger o bom nome ou os direitos de terceiros, incluindo, designadamente, os direitos de marca em especial.
11. Quando a liberdade de expressão diz respeito a expressões no contexto do discurso político, o TEDH aceita o grau mais elevado de proteção possível: «*A liberdade de expressão é especialmente preciosa para os partidos políticos e os seus membros ativos, e a ingerência na liberdade de expressão de um político, em especial quando este é membro de um partido da oposição, exige o mais rigoroso controlo por parte do [TEDH].*» O órgão jurisdicional de reenvio refere, a este respeito, os Acórdãos do TEDH de 1 de maio de 2011, Faruk Temel c. Turquia (§ 55); de 14 de março de 2013, Eon c. França (§ 59), e de 23 de abril de 1992, Castells c. Espanha (§ 43).
12. O direito da marca pode, portanto, ser limitado pela liberdade de expressão e a liberdade de expressão pode ser limitada pelo direito da marca. O órgão jurisdicional nacional deve ponderar estes direitos entre si, tendo em conta que i) é desejável clareza quanto aos critérios relevantes e que ii) uma intervenção, mesmo



depois de ponderados todos os interesses, é praticamente inconcebível de acordo com a jurisprudência do TEDH.

13. Várias fontes (nomeadamente, o considerando 21 do Regulamento (UE) 2017/1001; o considerando 27 da Diretiva (UE) 2015/2436; o Acórdão Constantin Film Produktion/EUIPO, n.º 56) reconhecem que os direitos exclusivos do titular da marca - e, por conseguinte, o «motivo justo» - devem ser interpretados de uma forma que respeite plenamente a liberdade de expressão. Em vários processos relativos a marcas registadas, o Tribunal de Justiça também parece defender uma interpretação ampla da liberdade de expressão (v., nomeadamente, as Conclusões nos processos Google France e Google, n.ºs 102 e 103, e L'Oréal e o., n.º 45). Os direitos industriais não gozam automaticamente de primazia sobre a liberdade de expressão. Em caso de conflito entre direitos do mesmo nível, o Tribunal de Justiça refere sempre, em jurisprudência constante (v. Acórdão Padawan, n.º 43, e Acórdão Painer, n.º 132), a regra de que o órgão jurisdicional nacional deve garantir o justo equilíbrio, tendo em conta todas as circunstâncias do caso. Quais são essas circunstâncias no contexto dos motivos justos e da paródia no direito das marcas constitui agora uma questão totalmente em aberto.
14. A interpretação do Acórdão Leidseplein Beheer e De Vries fornece uma orientação porque, de acordo com este acórdão, a liberdade de expressão (incluindo a paródia política) pode, em todo o caso, constituir efetivamente um motivo justo. No entanto, subsistem dúvidas. É necessário, por conseguinte, submeter uma questão prejudicial, perguntando sobre quais as circunstâncias que o órgão jurisdicional nacional pode ter em conta na ponderação de interesses e qual a importância a atribuir a cada critério.
15. A doutrina tentou harmonizar os critérios que podem ser tidos em conta na apreciação da questão de saber se existe um justo equilíbrio. Os critérios podem ser os seguintes: o carácter comercial ou o objetivo da expressão, o interesse público, a pertinência e a importância social do debate que se pretende encetar, a extensão e a intensidade do prejuízo causado pela expressão; a notoriedade do direito utilizado; o grau de difusão da expressão; se o uso prejudica desnecessariamente a reputação da marca; o esforço desenvolvido para tentar evitar a confusão.
16. No Acórdão Damn Pérignon (sobre a liberdade artística como motivo justo), o Tribunal de Justiça do Benelux optou por uma interpretação muito ampla do motivo justo a favor da liberdade de expressão. Só não existe motivo justo se o terceiro tiver a intenção explícita de prejudicar o titular da marca. No caso de uma paródia (artística ou política), raramente pode existir a intenção exclusiva ou principal de prejudicar, uma vez que, em circunstâncias normais, a paródia serve principalmente uma mensagem artística ou política. Este acórdão tem sido alvo de muitas críticas na doutrina jurídica e, além disso, a interpretação parece ser contrária ao direito da União, uma vez que não permite ter em conta todas as circunstâncias relevantes do caso concreto, pois apenas a intenção de prejudicar seria o critério decisivo.

17. O órgão jurisdicional de reenvio conclui o seguinte:

– no Acórdão Deckmyn [e Vrijheidsfonds], o Tribunal de Justiça interpretou de forma ampla o conceito de paródia: também é permitida a paródia «com» uma obra (ou marca). Não existem outros critérios para além da imitação da obra, com algumas diferenças, e de uma intenção humorística ou irónica. Coloca-se a questão de saber se esta abordagem dos direitos de autor também pode ser alargada às marcas e, em caso afirmativo, em que condições.

– as iniciativas legislativas adotadas na sequência da reforma do direito das marcas de 2016 e os considerandos dos próprios textos legislativos sublinham intensamente que qualquer exercício do direito das marcas deve ser plenamente coerente com a liberdade de expressão. O legislador não esclarece em que condições.

- a jurisprudência do Tribunal de Justiça em processos relativos a marcas também defende uma interpretação ampla da liberdade de expressão. O direito das marcas é um direito de ordem económica que não tem de ir mais além do que é necessário para proteger as funções da marca. É o que resulta do Acórdão [Leidseplein Beheer en De Vries]: o motivo justo não é uma necessidade, mas também mede os interesses subjetivos do alegado infrator e a procura de um equilíbrio justo. O acórdão não esclarece quais são os critérios para o efeito no contexto da liberdade de expressão.

- a (escassa) jurisprudência belga interpreta, em geral, o motivo justo de forma muito restritiva (como necessidade ou com o teste das alternativas), o que não pode ser aceite à luz da jurisprudência da União. É contrária à abordagem da jurisprudência neerlandesa e é também amplamente rejeitada pela doutrina jurídica belga e neerlandesa. De resto, a escassa jurisprudência belga foi proferida antes do Acórdão Damn Pérignon.

- como salienta a doutrina, o Acórdão Damn Pérignon esclareceu muito pouco. O acórdão considera decisiva a intenção de prejudicar o titular da marca registada, não deixando assim margem para todas as circunstâncias relevantes do caso concreto. Persistem, deste modo, as dúvidas. Além disso, a resposta no Acórdão Damn Pérignon refere-se apenas à liberdade de expressão artística. Levanta-se a questão de saber se devem ser aplicados outros critérios à liberdade de expressão política.

18. Tendo em conta a importância da ponderação da liberdade de expressão em relação ao direito da marca, é oportuno, no entender do Ondernemingsrechtbank (Tribunal das Empresas de Língua Neerlandesa de Bruxelas), submeter ao Tribunal de Justiça uma questão prejudicial.

19. Neste caso, é pertinente a formulação aberta da questão. O Tribunal de Justiça pronunciou-se recentemente sobre a ponderação entre a proteção dos dados pessoais e o direito ao esquecimento, por um lado, e o direito à liberdade de expressão, incluindo o direito de receber informações, por outro. O Tribunal de

Justiça seguiu a jurisprudência do TEDH e esclareceu os tribunais nacionais quanto aos critérios relevantes; a questão que se coloca é a de saber se esses critérios e/ou outros critérios se aplicam também neste caso (v. Acórdão TU e RE/Google, C-460/20, n.º 20).

20. No caso em apreço, as questões de interpretação são relativas ao artigo 9.º, n.º 2, alínea c), do Regulamento 2017/1001 e ao artigo 10.º, n.º 2, alínea c), da Diretiva 2015/2436. Quando esteja em causa a interpretação de uma disposição incluída tanto na Diretiva 2015/2436 como na CBPI (que transpõe a Diretiva 2015/2436), o Tribunal de Justiça tem competência exclusiva de facto e de direito para fornecer uma interpretação uniforme.

DOCUMENTO DE TRABALHO