

Mål C-298/23**Sammanfattning av begäran om förhandsavgörande enligt artikel 98.1 i domstolens rättegångsregler****Datum för ingivande:**

8 maj 2023

Domstol som begär förhandsavgörande:

Nederlandstalige Ondernemingsrechtbank Brussel (Belgien)

Datum för beslutet att begära förhandsavgörande:

4 maj 2023

Klagande:

Inter Ikea Systems BV

Motparter:

1. Algemeen Vlaams Belang vzw, första svaranden
2. S, T, U och V, i sin egenskap av ombud för alla medlemmar av den registrerade föreningen ”Vlaams Belang”, eller ”Vrijheidspartij” kallad, andra svaranden
3. Vrijheidsfonds vzw, tredje svaranden

Saken i målet vid den nationella domstolen

Överklagande, ingivet av klaganden genom ansökan av den 22 november 2022, vid Nederlandstalige Ondernemingsrechtbank Brussel, med yrkande om att denna domstol ska (1) fastställa att svarandena orättmätigt gjort intrång i klagandens varumärkesrättigheter genom att använda varumärket Ikea i sitt material, (2) ålägga svarandena ett förbud mot vite att använda Ikeavarumärkena och/eller Ikeas företagsprofil, (3) förplikta svarandena att offentliggöra det framtida avgörandet i nederländsk- och fransktalande press, på klagandens webbplats och på svarandenas webbplatser och (4) förplikta svarandena att förstöra använt material samt utge skadestånd till klaganden.

Syfte med och rättslig grund för begäran om förhandsavgörande

Tolkning av begreppet ”skäligen anledning” enligt artikel 9.2 c förordning 2017/1001 om EU-varumärken och artikel 10.2 c och artikel 10.6 direktiv 2015/2436 för tillnärmning av medlemsstaternas varumärkeslagstiftning, och avvägningen mellan varumärkeslagstiftningen och den grundläggande (politiska) yttrandefriheten, även användning av politisk parodi, artikel 267 FEUF.

Tolkningsfrågor

Kan yttrandefriheten, däribland den politiska åsiktsfriheten och politisk parodi såsom den garanteras genom artikel 10 Europeiska konventionen om skydd för de mänskliga rättigheterna och de grundläggande friheterna (nedan kallad Europakonventionen) och artikel 11 Europeiska unionens stadga om de grundläggande rättigheterna (nedan kallad stadgan), utgöra en ”skäligen anledning” för att använda ett tecken som är identiskt eller liknar ett känt varumärke enligt artikel 9.2 c Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2017/1001 av den 14 juni 2017 om EU-varumärken samt artikel 10.2 c och artikel 10.6 i Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2015/2436 av den 16 december 2015 för tillnärmning av medlemsstaternas varumärkeslagstiftning?

Vilka är i förekommande fall kriterierna som den nationella domstolen ska ta i beaktande för att göra en avvägning mellan dessa grundläggande rättigheter och den betydelse som ska tillskrivas vart och ett av dessa kriterier?

Särskilt: kan den nationella domstolen ta hänsyn till kriterierna nedan och/eller finns det kompletterande kriterier:

- o i vilken utsträckning yttrandet har en kommersiell karaktär eller ett kommersiellt syfte,
- o i vilken utsträckning konkurrensen mellan parter har betydelse,
- o i vilken utsträckning ett yttrande har allmän betydelse, är samhällsrelaterat eller ingår i en debatt,
- o förhållandet mellan ovan nämnda kriterier,
- o i vilken utsträckning varumärket är känt,
- o omfattningen av den användning som intrånget avser, dess intensitet och systematik och graden av spridning, efter territorium, tid och volym, även med hänsyn till omfattningens förhållande till det budskap som åsyftas med yttrandet,
- o i vilken utsträckning yttrandet, och de omständigheter under vilka yttrandet görs, till exempel yttrandets namn och hur det marknadsförs,

skadar särskiljningsförmågan med avseende på renommé och anseende hos de varumärken som utnyttjats ("reklamfunktionen"),

- o i vilken utsträckning yttrandet uppvisar ett eget originellt värde och i vilken utsträckning det försöker att undgå att förväxling eller association sker med de varumärken som använts, eller intrycket att det finns en kommersiell eller annan koppling mellan yttrandet och varumärkesinnehavaren ("ursprungsfunktionen"), bland annat med hänsyn till sättet på vilket varumärkesinnehavaren har byggt upp en viss image och ett visst anseende i sin reklam och i sin kommunikation?

Anförda internationella bestämmelser och anförd praxis från internationella domstolar

Artikel 10 Europakonventionen

Beneluxkonventionen om immateriella rättigheter (nedan kallad Beneluxkonventionen): artikel 2.20 c och d

Pariskonventionen för industriellt rättsskydd av den 20 mars 1883: artikel 10 a.2

Europeiska domstolen för de mänskliga rättigheterna (nedan kallad Europadomstolen), 1 maj 2011, Faruk Temel mot Turkiet (§ 55); 14 mars 2013, Eon mot Frankrike (§ 59), och 23 april 1992, Castells mot Spanien (§ 43)

Dom av Benelux-Gerechthof av den 14 oktober 2019, Damn Pérignon (nr A 2018/1/8)

Anförda unionsrättsliga bestämmelser och anförd unionsrättslig praxis

Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2017/1001 av den 14 juni 2017 om EU-varumärken, särskilt skäl 21 och artikel 9.2 c

Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2015/2436 av den 16 december 2015 för tillnärmning av medlemsstaternas varumärkeslagstiftning: särskilt skäl 27, artikel 10.2 c och artikel 10.6

Europeiska unionens stadga om de grundläggande rättigheterna: artikel 11

Dom av den 12 november 2002, Arsenal Football Club (C-206/01, EU:C:2002:651)

Dom av den 23 mars 2010, Google France och Google (C-236/08–C-238/08, EU:C:2010:159), och slutsatsen i det målet (EU:C:2009:569)

Dom av den 21 oktober 2010, Padawan (C-467/08, EU:C:2010:620)

Dom av den 12 juli 2011, L'Oréal m.fl. (C-324/09, EU:C:2011:474) och förslaget i nämnda mål (EU:C:2010:757)

Dom av den 1 december 2011, Painer (C-145/10, EU:C:2011:798)

Dom av den 6 februari 2014, Leidseplein Beheer och De Vries (C-65/12, EU:C:2014:49)

Dom av den 3 september 2014, Deckmyn och Vrijheidsfonds (C-201/13, EU:C:2014:2132)

Dom av den 27 februari 2020, Constantin Film Produktion/EUIPO (C-240/18, EU:C:2020:118)

Dom av den 8 december 2022, TU och RE/Google (C-460/20, EU:C:2022:962)


Anförda nationella bestämmelser

Artikel 1382 belgiska civillagen

Artikel VI.104 belgiska lagen om ekonomisk rätt

Kortfattad redogörelse för de faktiska omständigheterna och förfarandet i målet vid den nationella domstolen

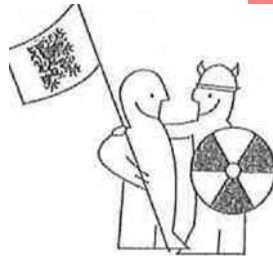
1. Målet avser – enligt klaganden – Vrijheidspartijs otillåtna användning av kända Ikeavarumärken och Ikees företagsprofil i den politiska kampanjen för ett politiskt parti. Det handlar om Benelux-ordmärket IKEA, registrerat den 29 januari 1971 under nummer 503696 för varor i klass 20 (möbler), Benelux-ordmärket IKEA, registrerat den 12 oktober 1976 under nummer 615831 för varor i klass 11 (bland annat belysning), 24 (textil) och 27 (mattor), det halvfigurativa Benelux-

varumärket,  registrerat den 27 februari 1987 under nummer 692230 för en mycket vid beskrivning av varor och tjänster samt EU-ordmärket IKEA, registrerat den 1 oktober 1998 för en mycket vid beskrivning av varor och tjänster. Ikea är känt för den breda allmänheten för gör-det-själv-byggsatser för möbler med bruksanvisning. Ikea beskriver sig som ”ett av världens mest kända varumärken”, något som den tredje svaranden inte bestrider.

2. Det svenska regeringsavtalet kunde i Vrijheidsfonds ögon ses som inspiration för en nödvändig reform av asyl- och migrationspolitiken i Belgien. Den 14 november 2022 presenterade det politiska partiet Vlaams Belang sin Ikeaplan för pressen och allmänheten. Planens rubrik ”*Immigratie Kan Echt Anders*” (”Immigration går verkligen att göra på annat sätt”, förkortat IKEA) föreställer enligt den tredje svaranden med en lekfull och parodierande hänvisning till varumärket Ikea ett ”svenskt paket” med migrationsåtgärder. Planen presenteras som en Ikea-byggkartong eller en bruksanvisning med 15 förslag, i analogi med de kända

bruksanvisningarna från Ikea, så att den belgiska regeringen kan sätta igång direkt, enligt den tredje svaranden.

3. Tillkännagivandet och spridningen av planen ägde rum med följande material:
- (1) en presskonferens där S presenterade planerna som ett paket med en byggsats från den svenska möbeljätten. På förstasidan i denna elektroniska presentation omnämns Ikeaplanen, återgiven på ett sätt som överensstämmer med den halvfigurativa representationen av Ikeavarumärkena, tillsammans med rubriken ”*Immigratie Kan Echt Anders*” undertill:



Planen sammanfattar de 15 politiska punkterna, med hjälp av (lätt provocerande) illustrationer med figurer som överensstämmer med Ikeas karaktär och den typiska blågula färgen på den svenska flaggan och för Ikea:



- (2) Under denna halvtimmeslånga presskonferens beskrev S planen med de 15 punkterna, varvid S – med tanke på (den enligt svaranden lätt humoristiska, eller provocerande) användningen av tecken som var specifika för parodin och som överensstämde med Ikeavarumärkena – gjorde talrika, enligt den tredje svaranden lekfulla, hänvisningar till den svenska möbeljätten eller planens svenska ursprung. Därmed betonas, återigen enligt den tredje svaranden, skillnaden mot den svenska möbelkedjans verksamhet och det anges att Ikea – mycket riktigt – inte på något sätt är involverad i eller ger något som helst stöd till det politiska partiets plan. Dessutom förklarade S bland annat följande, sittande bredvid en EU-flagga och en svensk flagga: ”Alltså presenterar vi som Vlaams Belang vår **IKEA-PLAN** här i dag. Vår **IKEA-PLAN** står inte för Ingvar Kamprad Elmtaryd och Agunnaryd – min svenska är inte den bästa – som är vad **IKEA** egentligen är en förkortning för. **IKEA** står för oss inte för den svenska tillverkaren av ordentliga möbler, nej **IKEA** står för oss för: ’Immigratie Kan Echt Anders’. [...] [paketet med byggsatsen] kan den belgiska regeringen börja använda direkt. [...] Det gör det intressant att det är politiska åtgärder [...] i Sverige och att de ligger inom Europeiska unionens ramar. Så egentligen, vi vill bara göra det allra minsta som Europeiska unionen ålägger oss att göra. Det är andan i den här **IKEA-PLANEN**. [...]”
- (3) Presskonferensen och presentationen kompletteras med en mer utarbetad politisk plan som är tillgänglig på webbplatsen. Detta dokument innehåller inga andra hänvisningar till Ikea än vad som förekommer i den korta presentationen.

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 wetswijzigingen en andere maatregelen worden voorgesteld om de rechten van asielzoekers zoveel mogelijk wettelijk te beperken"⁵³, aldus het Tijd-akkoord.

Een belangrijke beperking naar Europees recht is de mogelijkheid om asielzoekers gedurende een bepaalde periode tijdens de asielprocedure vast te houden⁵⁴. 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 terugkeerbesluit te omzeilen, ... De mogelijkheden en voorwaarden hierop zijn op Europees vlak strikt geregeld. Nochtans slaagt de Belgische wetgever erin om nóg strenger te zijn dan strikt gezien noodzakelijk is op EU-niveau.

De Belgische wetgeving beperkt de termijn waarbij een asielzoeker vastgehouden mag worden namelijk tot maximaal 2 maanden⁵⁵. Deze termijn is meerdere malen verlengbaar tot in totaal maximaal 6 maanden⁵⁶.

Het Europees recht vereist geen strikte maximale termijnen, maar legt enkel op dat de bewaring een zo kort mogelijke termijn dient te beslissen⁵⁷. De maximumtermijnen die de Vreemdelingenwet bevat 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.

⁵³ Tijd-akkoord/akkoord dd. 14 oktober 2022 (vijfde vertaling).

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

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

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

⁵⁷ Artikel 9, [1] van de Opvangrichtlijn.



IKEA-PLAN

16

- (4) Det skrevs en rapport om presskonferensen som lades upp på partiets sociala medier.

Parternas huvudargument

4. Juridiskt sett delar Vrijheidspartij i stora drag klagandens varumärkesrättsliga analys. Det enda skälet till att Vrijheidspartij utnyttjar att Ikeavarumärkena är kända är att sätta kraft bakom sitt budskap och öka sitt budskaps genomslagskraft och spridning.
5. Vrijheidspartij hävdar att man har en ”skälig” anledning att använda sig av Ikeavarumärkena.

6. Ingen av parterna bestrider att det handlar om kända varumärken. Den tredje svaranden (Vrijheidsfonds) erkänner sig, utan klagandens godkännande, ha använt dessa varumärken och ha fört den förkastade kampanjen i den registrerade föreningen Vlaams Belangs namn och för dennas räkning, eller för dess ledares.

Kortfattad redogörelse för skälen till begäran om förhandsavgörande

7. En varumärkesrättighet är en industriell eller immateriell rättighet som erkänns som en grundläggande rättighet och åtnjuter skydd genom bland annat artikel 1 i protokollet till Europakonventionen och artikel 17.2 i stadgan.
8. Men varumärkesrättigheten är inte absolut. Att varumärkesinnehavaren gör ovannämnda rätt gällande för att skydda sina specifika intressen ska emellertid begränsas till de fall när tredje parts användning av tecknet skadar eller kan skada varumärkets funktioner. Dessa funktioner omfattar ursprungsfunktionen, investeringsfunktionen och reklamfunktionen. I detta sammanhang hänvisar den hänskjutande domstolen till domen Google France och Google.
9. Skyddet mot användning av varumärken för andra typer av varor eller tjänster är däremot begränsad genom möjligheten för tredje part att åberopa en skälig anledning. Även om tredje part vill uppnå en (uppenbart) otillbörlig fördel av att utnyttja att varumärket är känt, eller rentav skada varumärkets renommé, genom att varumärket associeras med budskap som påverkar anseendet negativt, utesluter det inte att tredje part kan åberopa en skälig anledning.
10. Varumärkesinnehavarens exklusiva rättighet ställs mot yttrandefriheten för den som påstås ha begått intrång. Inte heller yttrandefriheten är absolut, utan kan begränsas, bland annat för att skydda andras anseende eller rättigheter, framför allt varumärkesrättigheter.
11. När yttrandefriheten avser yttranden inom ramen för en politisk debatt ger Europadomstolen den högsta graden av skydd: *”Yttrandefriheten är av särskilt värde för politiska partier och deras aktiva medlemmar, och inblandning i en politikers yttrandefrihet, särskilt när politikern är medlem i ett oppositionsparti, kräver den striktaste prövning av [Europadomstolen].”* I samband med detta hänvisar den hänskjutande domstolen till Europadomstolens domar av den 1 maj 2011, Faruk Temel mot Turkiet (55 §); 14 mars 2013, Eon mot Frankrike (59 §), och 23 april 1992, Castells mot Spanien (43 §).
12. Varumärkesrättigheten kan alltså begränsas av yttrandefriheten och yttrandefriheten kan begränsas av varumärkesrättigheten. Den hänskjutande domstolen har alltså att avväga dessa rättigheter mot varandra, under förutsättning att (i) tydlighet om de relevanta kriterierna är önskvärd och (ii) inblandning även efter att alla intressen vägts mot varandra enligt Europadomstolens rättspraxis i det närmaste är otänkbar.

13. Olika källor (bland annat skäl 21 förordning (EU) 2017/1001, skäl 27 direktiv (EU) 2015/2436, domen Constantin Film Produktion/EUIPO, punkt 56) erkänner att varumärkesinnehavarnas exklusiva rättigheter – och sålunda den ”skäliga anledningen” – ska tolkas på ett sätt som fullt ut respekterar yttrandefriheten. Även i olika varumärkesmål förefaller Europeiska unionens domstol (nedan kallad domstolen) försvara en vid tolkning av yttrandefriheten (se särskilt förslagen i målen Google France och Google, punkterna 102 och 103, och L’Oréal m.fl., punkt 45). Industriella äganderättigheter äger inte automatiskt företräde framför yttrandefriheten. I händelse av konflikter mellan rättigheter av samma rang intar domstolen i sin fasta praxis (se domarna Padawan, punkt 43, och Painer, punkt 132) konsekvent ståndpunkten att den nationella domstolen måste slå vakt om en rättvis balans med hänsyn tagen till alla omständigheter i målet. Vilka dessa omständigheter är inom ramen för den skäliga anledningen och parodin i varumärkeslagsrätten är för närvarande en helt öppen fråga.
14. Tolkningen i domen Leidseplein Beheer och De Vries erbjuder vägledning, eftersom yttrandefriheten (även den politiska parodin) i varje fall kan utgöra en giltig skälig anledning enligt denna dom. Det saknas emellertid mer tydlighet. Därför är en tolkningsfråga nödvändig, som avser vilka omständigheter som den nationella domstolen kan ta i beaktande vid avvägningen av intressena och vilken betydelse som ska tillskrivas vart och ett av kriterierna.
15. Inom doktrinen har det gjorts försök att harmonisera kriterierna som kan komma i fråga vid bedömningen av huruvida en rättvis balans föreligger. Kriterierna kan vara följande: yttrandets kommersiella karaktär eller syfte, det allmänna intresset, den samhällseliga relevansen och betydelsen för den debatt man vill inleda, skadans omfattning och intensitet som en följd av yttrandet, hur känd den använda rättigheten är, hur stor spridning yttrandet har, frågan om användningen skadar varumärkets anseende i onödan och i vilken omfattning förväxling försöker undvikas.
16. I domen Damn Pérignon (om den konstnärliga friheten som skälig anledning) valde Benelux-Gerechthof en mycket vid tolkning av den skäliga anledningen till fördel för yttrandefriheten. Den enda gången som det inte föreligger någon skälig anledning är när den tredje parten har den uttryckliga avsikten att skada varumärkesinnehavaren. Vid en parodi (konstnärlig eller politisk) är det sannolikt sällan fråga om att syftet endast eller främst är att skada, för parodins syfte är under normala omständigheter främst att framföra ett konstnärligt eller politiskt budskap. I doktrinen har det uttryckts en hel del kritik mot den domen och dessutom förefaller denna tolkning strida mot unionsrätten, eftersom den inte tillåter att hänsyn tas till alla relevanta omständigheter i det konkreta fallet, då endast motivet att skada skulle det vara avgörande kriteriet.
17. Den hänskjutande domstolen slår fast följande:

”– i domen Deckmyn [och Vrijheidsfonds] har domstolen tolkat begreppet parodi i vid mening: även en parodi ”på” ett verk (eller varumärke) är tillåten. Det

finns inga andra kriterier än en imitation av verket, med vissa skillnader, och en humoristisk eller skämtsam avsikt. Frågan är om denna bedömning från upphovsrätten även kan överföras på varumärken, och i så fall under vilka villkor.

- lagstiftningsinitiativ med anledning av reformen av varumärkeslagstiftningen 2016 och skälen i själva lagstiftningen betonar starkt att varje utövande av varumärkesrättigheten måste ske helt i överensstämmelse med yttrandefriheten. Under vilka villkor det ska ske förtydligar inte lagstiftaren.
 - domstolens rättspraxis i varumärkesmål talar också för en vid tolkning av yttrandefriheten. Varumärkesrätten är ett rätt som reglerar den ekonomiska ordningen där man inte behöver undersöka närmare vad som behövs för att skydda varumärkets funktioner. Detta kommer till uttryck i domen [Leidseplein Beheer och De Vries]: Den skäliga anledningen är ingen nödvändighet men undersöker också de subjektiva intressena som den som påstås ha begått intrånget har och söker en rättvis balans. Vilka kriterierna är för detta avseende yttrandefriheten klargörs inte i domen.
 - i belgisk rättspraxis (som inte är omfattande) tolkas den skäliga anledningen konsekvent mycket restriktivt (som nödvändighet eller med alternativtestet), något som inte kan upprätthållas mot bakgrund av gemenskapens praxis. Den strider mot bedömningen i nederländsk rättspraxis och avvisas också i hög grad av den belgiska och nederländska doktrinen. Den föga omfattande belgiska rättspraxisen härrör dessutom från tiden före domen i målet *Damn Pérignon*.
 - domen *Damn Pérignon* har som anges i doktrinen varit föga förtydligande. I domen anses avsikten att skada varumärkesinnehavaren vara avgörande och lämnar därmed inget utrymme för alla omständigheter som är relevanta i det konkreta fallet. Otydligheten kvarstår sålunda. Dessutom avser svaret i domen *Damn Pérignon* enbart den konstnärliga yttrandefriheten. Frågan är om andra kriterier måste gälla för den politiska yttrandefriheten.”
18. Med tanke på betydelsen av avvägningen i förhållande till yttrandefriheten när det gäller varumärkesrättigheten anser Ondernemingsrechtbank det vara lämpligt att hänskjuta frågan till domstolen för ett förhandsavgörande.
 19. Det avgörande härvidlag är frågans öppna formulering. Domstolen tog nyligen ställning till avvägningen mellan skyddet av personuppgifter och rätten att bli bortglömd, å ena sidan, och yttrandefriheten, å andra sidan, även rätten att ta emot information. Domstolen anslöt sig till Europadomstolens praxis och bringade klarhet i de relevanta kriterierna för den nationella domstolen; frågan är om dessa kriterier och/eller andra kriterier också gäller här (se domen *TU* och *RE/Google*, C-460/20, punkt 20).
 20. I förevarande mål avser tolkningsfrågorna till artikel 9.2 c i förordning 2017/1001 och artikel 10.2 c direktiv 2015/2436. Då det handlar om en tolkning av en bestämmelse som ingår i såväl direktiv 2015/2436 som Beneluxkonventionen (för

genomförande av direktiv 2015/2436) är det enbart domstolen som sakligt och juridiskt är behörig att göra en enhetlig tolkning.

ARBETSDOKUMENT