

Causa C-298/23**Sintesi della domanda di pronuncia pregiudiziale ai sensi dell'articolo 98, paragrafo 1, del regolamento di procedura della Corte di giustizia****Data di deposito:**

8 maggio 2023

Giudice del rinvio:

Nederlandstalige Ondernemingsrechtbank Brussel (Belgio)

Data della decisione di rinvio:

4 maggio 2023

Ricorrente:

Inter IKEA Systems BV

Resistenti:

1. Algemeen Vlaams Belang vzw, primo resistente
 2. S, T, U e V, nella loro qualità di rappresentanti di tutti i soci dell'associazione di fatto denominata «Vlaams Belang», o «Vrijheidspartij», seconda resistente
 3. Vrijheidsfonds vzw, terzo resistente
-

Oggetto del procedimento principale

Ricorso, presentato con atto di citazione del 22 novembre 2022 dalla ricorrente, dinanzi al Nederlandstalige Ondernemingsrechtbank Brussel (Tribunale delle imprese di Bruxelles di lingua neerlandese, Belgio) volto a (1) dichiarare che, utilizzando il segno IKEA nel loro materiale, i resistenti violano illecitamente i diritti al marchio della ricorrente, (2) imporre ai resistenti il divieto di utilizzare i marchi e/o di elementi caratteristici dell'impresa IKEA, a pena di una sanzione pecuniaria, (3) pubblicare l'emananda sentenza sulla stampa di lingua neerlandese e francese, sul sito Internet della ricorrente e sui siti Internet dei resistenti e (4) distruggere il materiale utilizzato, oltre al risarcimento dei danni.

Oggetto e fondamento giuridico della domanda di pronuncia pregiudiziale

Interpretazione della nozione di «giusto motivo» ai sensi dell'articolo 9, paragrafo 2, lettera c), del regolamento 2017/1001 sul marchio dell'Unione europea e dell'articolo 10, paragrafo 2, lettera c), e paragrafo 6, della direttiva 2015/2436 sul ravvicinamento delle legislazioni degli Stati membri in materia di marchi d'impresa, e bilanciamento tra il diritto di marchio e il diritto fondamentale della libertà di espressione (politica), compreso l'uso della parodia politica; articolo 267 TFUE.

Questioni pregiudiziali

«Se la libertà di espressione, compresa la libertà di esprimere opinioni politiche e la parodia politica, quale sancita dall'articolo 10 della Convenzione europea per la salvaguardia dei diritti dell'uomo e delle libertà fondamentali e dall'articolo 11 della Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea, configuri un «giusto motivo» per usare un segno identico o simile a un marchio che gode di notorietà, ai sensi dell'articolo 9, paragrafo 2, lettera c), del regolamento (UE) 2017/1001 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 14 giugno 2017, sul marchio dell'Unione europea e dell'articolo 10, paragrafo 2, lettera c), e paragrafo 6, della direttiva 2015/2436 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 16 dicembre 2015, sul ravvicinamento delle legislazioni degli Stati membri in materia di marchi d'impresa.

Quali criteri il giudice nazionale deve eventualmente prendere in considerazione per valutare l'equilibrio tra detti diritti fondamentali, e quale rilevanza debba essere attribuita a ciascuno di tali criteri.

In particolare, se il giudice nazionale possa tenere conto dei criteri seguenti, e/o se esistano criteri integrativi:

- o la misura in cui l'espressione abbia un carattere o un obiettivo commerciale;
- o la misura in cui tra le parti svolgano un ruolo motivi concorrenziali;
- o la misura in cui l'espressione abbia un interesse generale, sia socialmente rilevante o provochi una discussione;
- o il rapporto tra i criteri che precedono;
- o il grado di notorietà del marchio invocato;
- o l'entità dell'uso illecito, la sua intensità e sistematicità e la misura di diffusione territoriale, temporale e quantitativa, tenendo conto altresì della misura in cui essa è proporzionata al messaggio perseguito dall'espressione;

- o la misura in cui l'espressione, e le circostanze che la accompagnano, come il nome dell'espressione e la sua promozione, arrechino pregiudizio alla rinomanza, al carattere distintivo e all'immagine dei marchi invocati (la "funzione pubblicitaria");
- o la misura in cui l'espressione presenti un proprio contributo originale e la misura in cui si sia cercato di evitare confusione o associazione con i marchi invocati, o l'impressione che esista un legame commerciale o di altro genere tra l'espressione e il titolare del marchio (la "funzione di indicazione di origine"), tenuto conto del modo in cui il titolare del marchio ha costruito una determinata immagine e reputazione mediante pubblicità e comunicazione».

Disposizioni di diritto internazionale e giurisprudenza internazionale fatte valere

Articolo 10 CEDU

Convenzione del Benelux sulla proprietà intellettuale (in prosieguo: la «CBPI»): articolo 2.20.2.c) e d)

Convenzione di Parigi del 20 marzo 1883 sulla proprietà industriale: articolo 10 bis, paragrafo 2

Corte EDU, del 1° maggio 2011, Faruk Temel contro Turchia (§ 55); del 14 marzo 2013, Eon contro Francia (§ 59), e del 23 aprile 1992, Castells contro Spagna (§ 43)

Sentenza della Corte del Benelux del 14 ottobre 2019, Damn Pérignon (n. A 2018/1/8)

Disposizioni di diritto dell'Unione e giurisprudenza dell'Unione fatte valere

Regolamento (UE) 2017/1001 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 14 giugno 2017, sul marchio dell'Unione europea: segnatamente considerando 21 e articolo 9, paragrafo 2, lettera c)

Direttiva 2015/2436 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 16 dicembre 2015, sul ravvicinamento delle legislazioni degli Stati membri in materia di marchi d'impresa: segnatamente considerando 27, articolo 10, paragrafo 2, lettera c), e articolo 10, paragrafo 6

Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea (in prosieguo: la «Carta»): articolo 11

Sentenza del 12 novembre 2002, Arsenal Football Club (C-206/01, EU:C:2002:651)

Sentenza del 23 marzo 2010, Google France e Google (C-236/08–C-238/08, EU:C:2010:159), e le conclusioni presentate per quella causa (EU:C:2009:569)

Sentenza del 21 ottobre 2010, Padawan (C-467/08, EU:C:2010:620)

Sentenza del 12 luglio 2011, L'Oréal e a. (C-324/09, EU:C:2011:474) e le conclusioni presentate per quella causa (EU:C:2010:757)

Sentenza del 1° dicembre 2011, Painer (C-145/10, EU:C:2011:798)

Sentenza del 6 febbraio 2014, Leidseplein Beheer e De Vries (C-65/12, EU:C:2014:49)

Sentenza del 3 settembre 2014, Deckmyn e Vrijheidsfonds (C-201/13, EU:C:2014:2132)

Sentenza del 27 febbraio 2020, Constantin Film Produktion/EUIPO (C-240/18, EU:C:2020:118)

Sentenza dell'8 dicembre 2022, TU e RE/Google (C-460/20, EU:C:2022:962)

Disposizioni di diritto nazionale fatte valere

Articolo 1382 Burgerlijk Wetboek (Codice civile, Belgio)

Articolo VI.104 Wetboek van economische recht (Codice di diritto economico, Belgio)

Breve esposizione dei fatti e del procedimento principale

1. La causa verte sull'uso – secondo la ricorrente – illecito dei noti marchi e degli elementi caratteristici dell'impresa IKEA ad opera del Vrijheidspartij nella campagna di un partito politico. Si tratta del marchio denominativo del Benelux IKEA, registrato il 29 gennaio 1971 con il numero 503696 per prodotti nella classe 20 (mobili); del marchio denominativo IKEA, registrato il 12 ottobre 1976 con il numero 615831 per prodotti nelle classi 11 (tra l'altro illuminazione), 24 (prodotti tessili) e 27 (tappeti); del marchio del Benelux semi figurativo,  registrato il 27 febbraio 1987 con il numero 692230 per una gamma molto vasta di prodotti e servizi, nonché del marchio denominativo dell'Unione IKEA, registrato il 1° ottobre 1998 per una gamma molto vasta di prodotti e servizi. IKEA è nota al grande pubblico per i kit di mobili fai da te con istruzioni di montaggio. IKEA si descrive come «uno dei marchi più famosi nel mondo», il che non è contestato dal terzo resistente.
2. Secondo il Vrijheidsfonds l'accordo di coalizione del governo svedese poteva servire da ispirazione per una necessaria riforma della politica in materia di asilo e

migrazione nel Belgio. Il 14 novembre 2022 il partito politico Vlaams Belang ha presentato a stampa e pubblico il suo programma IKEA. A giudizio del terzo resistente il titolo del programma «Immigratie Kan Echt Anders» (l'immigrazione può davvero andare diversamente, abbreviato in IKEA) propone un «pacchetto svedese» di misure per l'immigrazione, sulla linea di un riferimento ludico e parodistico del marchio IKEA. Il programma viene presentato come un kit di montaggio IKEA o un libretto di istruzioni con 15 proposte, per analogia con le note istruzioni di IKEA, cosicché il governo belga può subito mettersi al lavoro, secondo il terzo resistente.

3. La pubblicazione e la diffusione del programma hanno avuto luogo con il seguente materiale:

- (1) una conferenza stampa in cui S ha presentato i piani come un kit di montaggio del gigante svedese del mobile. La prima pagina di questa presentazione elettronica illustra il programma IKEA, in una riproduzione che corrisponde alla rappresentazione semi-figurativa dei marchi IKEA con il titolo «Immigratie Kan Echt Anders» riportato sotto:



Il programma elenca i quindici punti di azione, sulla base di illustrazioni (leggermente provocatorie) con figure che coincidono con il personaggio IKEA e il tipico colore blu-giallo della bandiera svedese e di IKEA¹:

¹ Nelle immagini che seguono viene proposto: «1. Restringere il ricongiungimento familiare»; «15. Ridurre al minimo assoluto la copertura sociale per i beneficiari della protezione sussidiaria».



- (2) Nel corso di questa conferenza stampa di appena mezz'ora S ha spiegato il programma in quindici punti, in cui S – in considerazione della natura dell'uso di segni corrispondenti ai marchi IKEA tipico della parodia (secondo la resistente blandamente umoristico o provocatorio) – fa numerosi richiami, secondo la resistente ludici, al gigante svedese del mobile o all'origine svedese del programma. In questo modo, sempre a giudizio del terzo resistente, si sottolinea sempre la distinzione con le attività della catena di mobili svedese e si indica che IKEA – ovviamente – non è in alcun modo coinvolta nel programma di azione del partito politico, né offre a questo alcun supporto. Inoltre S, seduto a fianco di una bandiera europea e una svedese, ha dichiarato tra l'altro: *«Dunque noi presentiamo qui oggi come Vlaams Belang il nostro PROGRAMMA IKEA. Il nostro PROGRAMMA IKEA non corrisponde a Ingvar Kamprad Elmtaryd e Agunnaryd – la lingua svedese non è il mio forte – che rappresenta la vera sigla di IKEA. IKEA per noi non è il fabbricante svedese di bei mobili, no, IKEA per noi significa: “Immigratie Kan Echt Anders” (l'immigrazione può davvero andare diversamente). [...] Il [kit di montaggio] è facilmente attuabile per questo governo belga. [...] Lo rende interessante il fatto che si tratta di misure politiche [...] in Svezia e che esse rientrano nel quadro dell'Unione europea. Dunque noi vogliamo soltanto fare il minimo che l'Unione europea ci impone. Questo è lo spirito di questo PROGRAMMA IKEA. [...]»*.
- (3) La conferenza stampa e la presentazione sono state integrate con un programma politico più articolato, disponibile sul sito Internet. Detto documento non contiene ulteriori riferimenti a IKEA oltre a quelli inclusi nella presentazione breve;

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 beperken⁵³, 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 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) Una relazione sulla conferenza stampa è stata pubblicata sui social media del partito.

Argomenti essenziali delle parti nel procedimento principale

4. Dal punto di vista giuridico, il Vrijheidspartij segue a grandi linee l'analisi in materia di marchi della ricorrente. L'unico motivo per cui il Vrijheidspartij si avvale della notorietà dei marchi IKEA è quello di sostenere il suo messaggio e aumentarne il risalto e la diffusione.
5. Il Vrijheidspartij sostiene di avere un «giusto motivo» per usare i marchi IKEA.

6. Nessuna delle parti contesta che si tratti di marchi notori. Il terzo resistente (il Vrijheidsfonds) riconosce di usare detti marchi senza il consenso della ricorrente e di avere condotto la campagna contestata a nome e per conto dell'associazione di fatto Vlaams Belang o dei suoi amministratori.

Breve esposizione della motivazione del rinvio

7. Un diritto al marchio è un diritto di proprietà industriale o intellettuale che viene riconosciuto come un diritto fondamentale e viene tutelato, tra l'altro, dall'articolo 1 del Protocollo addizionale della CEDU e dall'articolo 17, paragrafo 2, della Carta.
8. Tuttavia il diritto al marchio non è assoluto. L'esercizio del diritto del titolare del marchio di tutelare i suoi interessi specifici deve restare limitato ai casi in cui l'uso del segno ad opera di un terzo pregiudica o può pregiudicare le funzioni del marchio. Tali funzioni comprendono la funzione di indicazione di origine, la funzione di investimento e la funzione di pubblicità. A questo riguardo il giudice del rinvio rinvia alla sentenza Google France e Google.
9. La tutela avverso l'uso del marchio per prodotti o servizi diversi è inoltre limitata dalla possibilità che un terzo possa invocare un giusto motivo. Anche se un terzo mediante l'uso intende (manifestamente) trarre indebitamente vantaggio dalla notorietà del marchio, o addirittura pregiudica la reputazione del marchio perché questo viene associato con messaggi che influenzano negativamente la sua immagine, questo non esclude che il terzo possa invocare un giusto motivo.
10. A detto diritto esclusivo del titolare del marchio si contrappone la libertà di espressione del presunto violatore. Neppure detta libertà di espressione è assoluta, ma può essere limitata, tra l'altro per tutelare la buona reputazione o i diritti di altri, tra cui i diritti al marchio in particolare.
11. Allorché la libertà di espressione riguarda espressioni nel quadro del discorso politico, la Corte EDU accetta il massimo grado possibile di tutela: *«La libertà di espressione è particolarmente preziosa per i partiti politici e per i loro soci attivi, e l'ingerenza nella libertà di espressione di un politico, segnatamente allorché questo è socio di un partito di opposizione, esige il controllo più severo da parte [della Corte EDU]»*. A questo riguardo il giudice del rinvio fa riferimento alle sentenze della Corte EDU, del 1° maggio 2011, Faruk Temel contro Turchia (§ 55); del 14 marzo 2013, Eon contro Francia (§ 59), e del 23 aprile 1992, Castells contro Spagna (§ 43).
12. Il diritto al marchio può dunque essere ristretto dalla libertà di espressione e la libertà di espressione può a sua volta essere ristretta dal diritto al marchio. Il giudice nazionale deve bilanciare tra loro tali diritti, fermo restando che (i) è opportuno ottenere chiarezza circa i criteri rilevanti e (ii) secondo la giurisprudenza della Corte EDU anche dopo la ponderazione di tutti gli interessi un intervento è pressoché inconcepibile.

13. Diverse fonti (tra le altre il considerando 21 del regolamento (UE) 2017/1001; il considerando 27 della direttiva (UE) 2015/2436; la sentenza Constantin Film Produktion/EUIPO, punto 56) riconoscono che i diritti esclusivi del titolare del marchio – e dunque il «giusto motivo» – devono essere interpretati in modo da assicurare pienamente il rispetto della libertà di espressione. Anche in diverse cause vertenti su marchi la Corte di giustizia sembra difendere un'interpretazione ampia della libertà di espressione (v. segnatamente le conclusioni presentate nelle cause Google France e Google, paragrafi 102 e 103, e L'Oréal e a., paragrafo 45). I diritti industriali non godono automaticamente di priorità rispetto alla libertà di espressione. In caso di conflitti tra diritti di pari rango la Corte di giustizia in una giurisprudenza costante (v. sentenze Padawan, punto 43, e Painer, punto 132) pone sempre la regola che il giudice nazionale deve garantire un giusto equilibrio, tenendo conto di tutte le circostanze del caso. Quali siano dette circostanze nel contesto del giusto motivo e della parodia nel diritto di marchio è attualmente una questione del tutto aperta.
14. L'interpretazione della sentenza Leidseplein Beheer e De Vries offre un orientamento, giacché secondo tale sentenza la libertà di espressione (inclusa la parodia politica) può in ogni caso configurare un giusto motivo. Tuttavia, mancano maggiori dettagli. Pertanto, è necessario presentare una questione pregiudiziale, in cui si chiede di quali circostanze il giudice nazionale debba tenere conto nella ponderazione degli interessi e quale rilevanza occorra attribuire a ciascun criterio.
15. Nella dottrina è stato fatto un tentativo di armonizzazione dei criteri che possono essere presi in considerazione per valutare se si configuri un giusto equilibrio. Tali criteri possono essere: il carattere commerciale o l'obiettivo dell'espressione d'opinione, l'interesse generale, la rilevanza sociale e l'importanza del dibattito che si vuole provocare, l'entità e l'intensità del danno causato dall'espressione d'opinione; la notorietà del diritto usato; la misura di diffusione dell'espressione d'opinione, la questione se l'uso pregiudichi senza ragione la rinomanza del marchio; la misura in cui si cerca di evitare confusione.
16. Nella sentenza Damn Pérignon (sulla libertà artistica come giusto motivo) la Corte del Benelux ha optato per un'interpretazione molto ampia del giusto motivo a vantaggio della libertà di espressione. Un giusto motivo manca soltanto se il terzo ha l'intenzione esplicita di danneggiare il titolare del marchio. Nel caso di una parodia (artistica o politica) probabilmente molto raramente l'obiettivo esclusivo o primario è quello di arrecare danno, posto che in circostanze normali la parodia serve soprattutto a esprimere un messaggio artistico o politico. Nella dottrina questa tesi ha sollevato molte critiche ed inoltre l'interpretazione in parola sembra contraria al diritto dell'Unione, non consentendo di tenere conto di tutte le circostanze rilevanti del caso di specie, giacché l'unico criterio decisivo sarebbe l'obiettivo di arrecare danno.
17. Il giudice del rinvio constata quanto segue:

«– nella sentenza Deckmyn [e Vrijheidsfonds] la Corte di giustizia ha dato un’interpretazione ampia della nozione di parodia: è consentita anche una parodia “con” un’opera (o un marchio). Non ci sono altri criteri oltre all’imitazione dell’opera, con percettibili differenze e un’intenzione umoristica o canzonatoria. La questione è se questo approccio derivante dal diritto d’autore possa essere esteso anche al diritto di marchio e, in tal caso, a quali condizioni.

– iniziative di legge a seguito della riforma del diritto di marchio nel 2016 e i considerando negli stessi testi legislativi sottolineano fortemente che ogni esercizio del diritto al marchio deve essere totalmente compatibile con la libertà di espressione. A quali condizioni non viene però chiarito dal legislatore.

– anche la giurisprudenza della Corte di giustizia nelle cause vertenti sui marchi raccomanda un’interpretazione ampia della libertà di espressione. Il diritto al marchio è una normativa di ordine economico che non deve andare oltre quanto necessario per tutelare le funzioni del marchio. Questo è esposto nella sentenza [Leidseplein Beheer e De Vries]: il giusto motivo non è una necessità ma si ricollega anche agli interessi soggettivi del presunto violatore e alla ricerca di un giusto equilibrio. Quali siano i criteri a questo fine nel quadro della libertà di espressione non è spiegato nella sentenza.

– la (scarsa) giurisprudenza belga interpreta generalmente il giusto motivo in maniera molto restrittiva (come necessità o con la prova delle alternative), interpretazione che non può reggere alla luce della giurisprudenza dell’Unione. Essa è in contrasto con l’approccio della giurisprudenza dei Paesi Bassi e viene anche ampiamente respinta dalla dottrina belga e olandese. Detta scarsa giurisprudenza belga è in ogni caso precedente alla sentenza *Damn Pérignon*.

– la sentenza *Damn Pérignon*, come sottolineato dalla dottrina, ha chiarito molto poco. La sentenza considera determinante l’intenzione di arrecare danno al titolare del marchio e in tal modo non lascia spazio per tutte le circostanze rilevanti nel caso concreto. Continua dunque a sussistere ambiguità. Inoltre la risposta nella sentenza *Damn Pérignon* verte esclusivamente sulla libertà di espressione artistica. La questione è se per la libertà di espressione politica debbano valere criteri diversi».

18. In considerazione dell’importanza del bilanciamento tra la libertà di espressione e il diritto al marchio a giudizio dell’*ondernemingsrechtbank* è opportuno presentare una questione pregiudiziale alla Corte di giustizia.
19. Al riguardo è pertinente la formulazione aperta della questione. La Corte di giustizia si è pronunciata di recente sulla ponderazione tra la tutela dei dati personali e il diritto all’oblio, da un lato, e il diritto alla libertà di opinione, tra cui il diritto di ricevere informazioni, dall’altro. La Corte si è ricollegata alla giurisprudenza della Corte EDU e ha fornito al giudice nazionale chiarezza sui criteri rilevanti; la questione è se questi criteri e/o criteri diversi valgano anche qui (v. sentenza di TU e RE/Google, C-460/20, punto 20).

20. Nel caso di specie, le questioni vertono sull'interpretazione dell'articolo 9, paragrafo 2, lettera c), del regolamento 2017/1001 e dell'articolo 10, paragrafo 2, lettera c), della direttiva 2015/2436. Laddove un quesito riguarda l'interpretazione di una disposizione contenuta sia nella direttiva 2015/2436 che nella CBPI (per la trasposizione della direttiva 2015/2436), la Corte di giustizia è de facto e de jure l'unico giudice competente a fornire un'interpretazione uniforme.

DOCUMENTO DI LAVORO