



## Repertoriul jurisprudenței

HOTĂRÂREA CURȚII (Camera a cincea)

27 februarie 2020\*

„Recurs – Marcă a Uniunii Europene – Regulamentul (CE) nr. 207/2009 – Articolul 7 alineatul (1) litera (f) – Motiv absolut de refuz – Marcă contrară bunelor moravuri – Semnul verbal „Fack Ju Göhte” – Respingerea cererii de înregistrare”

În cauza C-240/18 P,

având ca obiect un recurs formulat în temeiul articolului 56 din Statutul Curții de Justiție a Uniunii Europene, introdus la 4 aprilie 2018,

**Constantin Film Produktion GmbH**, cu sediul în München (Germania), reprezentată de E. Saarmann și de P. Baronikians, Rechtsanwälte,

recurentă,

cealaltă parte din procedură fiind:

**Oficiul Uniunii Europene pentru Proprietate Intelectuală (EUIPO)**, reprezentat de D. Hanf, în calitate de agent,

pârât în primă instanță,

CURTEA (Camera a cincea),

compusă din domnul E. Regan, președinte de cameră, domnii I. Jarukaitis, E. Juhász, M. Ilešič (raportor) și C. Lycourgos, judecători,

avocat general: domnul M. Bobek,

grefier: doamna C. Strömholm, administratoare,

având în vedere procedura scrisă și în urma ședinței din 13 februarie 2019,

după ascultarea concluziilor avocatului general în ședința din 2 iulie 2019,

pronunță prezenta

\* Limba de procedură: germana.

## Hotărâre

- 1 Prin recursul formulat, Constantin Film Produktion GmbH solicită anularea Hotărârii Tribunalului Uniunii Europene din 24 ianuarie 2018, Constantin Film Produktion/EUIPO (Fack Ju Göhte) (T-69/17, nepublicată, denumită în continuare „hotărârea atacată”, EU:T:2018:27), prin care acesta a respins acțiunea sa având ca obiect anularea Deciziei Camerei a cincea de recurs a Oficiului Uniunii Europene pentru Proprietate Intelectuală (EUIPO) din 1 decembrie 2016 (cauza R 2205/2015-5, denumită în continuare „decizia în litigiu”) privind o cerere de înregistrare a semnului verbal „Fack Ju Göhte” ca marcă a Uniunii Europene.

### Cadrul juridic

- 2 Regulamentul (CE) nr. 207/2009 al Consiliului din 26 februarie 2009 privind marca Uniunii Europene (JO 2009, L 78, p. 1) a fost modificat prin Regulamentul (UE) 2015/2424 al Parlamentului European și al Consiliului din 16 decembrie 2015 (JO 2015, L 341, p. 21), care a intrat în vigoare la 23 martie 2016. Regulamentul nr. 207/2009, astfel cum a fost modificat prin Regulamentul (UE) 2015/2424, a fost abrogat și înlocuit, începând de la 1 octombrie 2017, prin Regulamentul (UE) 2017/1001 al Parlamentului European și al Consiliului din 14 iunie 2017 privind marca Uniunii Europene (JO 2017, L 154, p. 1). Ținând seama de data introducerii cererii de înregistrare în cauză, și anume 21 aprilie 2015, faptele din speță sunt guvernate de dispozițiile materiale ale Regulamentului nr. 207/2009.

- 3 Articolul 7 din Regulamentul nr. 207/2009, intitulat „Motive absolute de refuz”, prevede la alineatele (1)-(3):

„(1) Se respinge înregistrarea următoarelor:

[...]

(f) mărci care sunt contrare ordinii publice sau bunelor moravuri;

[...]

(2) Alineatul (1) se aplică chiar dacă motivele de refuz nu există decât într-o parte a [Uniunii Europene].

(3) Alineatul (1) literele (b), (c) și (d) nu se aplică în cazul în care marca a dobândit, pentru produsele sau serviciile pentru care se cere înregistrarea, un caracter distinctiv după ce a fost utilizată.”

- 4 Articolul 75 din Regulamentul nr. 207/2009, intitulat „Motivarea hotărârilor”, prevede:

„Deciziile Oficiului sunt motivate. [...]”

- 5 Articolul 76 din Regulamentul nr. 207/2009, intitulat „Examinarea din oficiu a faptelor”, prevede la alineatul (1):

„În cursul procedurii, Oficiul procedează la examinarea din oficiu a faptelor; cu toate acestea, în cazul unei proceduri privind motivele relative de respingere a înregistrării, examinarea este limitată la motivele invocate și la cererile introduse de părți.”

6 Considerentul (21) al Regulamentului 2015/2424 are următorul cuprins:

„(21) [...] În plus, dispozițiile prezentului regulament ar trebui să fie aplicate într-un mod care să asigure respectarea deplină a drepturilor și libertăților fundamentale, în special a libertății de exprimare.”

7 Considerentul (21) al Regulamentului 2017/1001 reia, în mod identic, termenii considerentului (21) al Regulamentului 2015/2424, enunțați la punctul anterior.

### **Istoricul cauzei și decizia în litigiu**

8 La 21 aprilie 2015, recurenta, Constantin Film Produktion, a prezentat o cerere de înregistrare a unei mărci a Uniunii Europene la EUIPO, în temeiul Regulamentului nr. 207/2009.

9 Marca a cărei înregistrare a fost solicitată este semnul verbal „Fack Ju Göhte”, care este, de altfel, titlul unei comedii cinematografice germane, produsă de recurentă, fiind unul dintre cele mai mari succese cinematografice din anul 2013 în Germania. Recurenta a produs două filme ulterioare acestei comedii cinematografice, care au ieșit în sală sub titlurile „Fack Ju Göhte 2” și „Fack Ju Göhte 3” în anul 2015, respectiv în anul 2017.

10 Produsele și serviciile pentru care s-a solicitat înregistrarea menționată fac parte din clasele 3, 9, 14, 16, 18, 21, 25, 28, 30, 32, 33, 38 și 41 în sensul Aranjamentului de la Nisa privind clasificarea internațională a produselor și serviciilor în vederea înregistrării mărcilor din 15 iunie 1957, cu revizuirile și modificările ulterioare, și corespund, pentru fiecare dintre aceste clase, următoarei descrieri:

- clasa 3: „Preparate de albire și alte substanțe de spălare; preparate de curățare, lustruire, degresare și abrazive; săpunuri, parfumuri, uleiuri esențiale, cosmetice, loțiuni pentru păr, pastă de dinți”;
- clasa 9: „Suporturi de date înregistrate de toate genurile; publicații electronice (descărcabile), și anume date audio, video, texte, imagini și grafice în format digital; aparate și instrumente fotografice, cinematografice și de învățământ; aparate pentru înregistrarea, transmiterea, reproducerea sunetului sau a imaginilor; [...]”;
- clasa 14: „Bijuterii; pietre prețioase; [...]”;
- clasa 16: „Produse de imprimărie; fotografii; papetărie; articole de birou [...]”;
- clasa 18: „Cufere și valize; umbrele și parasolare; bastoane; bagaje; [...]”;
- clasa 21: „Sticlărie, porțelan și faianță necuprinse în alte clase; candelabre”;
- clasa 25: „articole de îmbrăcăminte și încălțăminte, articole pentru acoperirea capului”;
- clasa 28: „Jocuri, jucării; articole de gimnastică și sport necuprinse în alte clase; decorațiuni pentru pomul de Crăciun”;
- clasa 30: „Cafea, ceai, cacao și înlocuitori de cafea; orez; tapioca și sago; făină și preparate din cereale, pâine, produse de patiserie și produse de cofetărie; înghețată; zahăr, miere, melasă; drojdie, praf de copt; [...]”;
- clasa 32: „Bere; ape minerale și gazoase și alte băuturi nonalcoolice; băuturi din fructe și sucuri de fructe; [...]”;

- clasa 33: „Băuturi alcoolice (cu excepția berii)”;
  - clasa 38: „Servicii de telecomunicații; punerea la dispoziție de saloane de discuții și de forumuri pe internet, transmiterea de date prin internet [...]”;
  - clasa 41: „Educație; formare; divertisment, în special divertisment televizat și cinematografic, montaj de programe radiofonice și de televiziune, producție radiofonică, televizată și cinematografică, închiriere de filme cinematografice, prezentări de filme în cinematografe; activități sportive și culturale.”
- 11 Prin decizia din 25 septembrie 2015, examinatorul a refuzat cererea de înregistrare în temeiul articolului 7 alineatul (1) litera (f) din Regulamentul nr. 207/2009 coroborat cu articolul 7 alineatul (2) din acest regulament pentru produsele și serviciile vizate la punctul anterior.
- 12 La 5 noiembrie 2015, recurenta a formulat o cale de atac la EUIPO, în temeiul articolelor 58-64 din Regulamentul nr. 207/2009, împotriva deciziei examinatorului.
- 13 Prin decizia în litigiu, Camera a cincea de recurs a EUIPO a respins această cale de atac.

#### **Procedura în fața Tribunalului și hotărârea atacată**

- 14 Prin cererea introductivă depusă la grefa Tribunalului la 3 februarie 2017, recurenta a introdus o acțiune în anularea deciziei în litigiu.
- 15 În susținerea acțiunii formulate, recurenta a invocat două motive întemeiate, primul, pe încălcarea articolului 7 alineatul (1) litera (f) din Regulamentul nr. 207/2009 și, al doilea, pe încălcarea articolului 7 alineatul (1) litera (b) din acest regulament.
- 16 Prin hotărârea atacată, Tribunalul a respins aceste două motive și, prin urmare, acțiunea în totalitate.

#### **Concluziile părților în fața Curții**

- 17 Recurenta solicită Curții:
- anularea hotărârii atacate și
  - obligarea EUIPO la plata cheltuielilor de judecată.
- 18 EUIPO solicită Curții:
- respingerea recursului și
  - obligarea recurenteii la plata cheltuielilor de judecată.

#### **Cu privire la recurs**

- 19 În susținerea recursului, recurenta invocă trei motive, întemeiate, primul, pe încălcarea articolului 7 alineatul (1) litera (f) din Regulamentul nr. 207/2009, al doilea, pe încălcarea principiului egalității de tratament și, al treilea, pe încălcarea principiilor securității juridice și buneii administrări.

- 20 Trebuie să se examineze, în primul rând, primul motiv, întemeiat pe încălcarea articolului 7 alineatul (1) litera (f) din Regulamentul nr. 207/2009.

### *Argumentația părților*

- 21 Prin intermediul primului motiv, recurenta reproșează în esență Tribunalului faptul că a săvârșit, în cadrul examinării aspectului dacă marca solicitată aduce atingere bunelor moravuri, mai multe erori în interpretarea și în aplicarea articolului 7 alineatul (1) litera (f) din Regulamentul nr. 207/2009. Acest motiv cuprinde patru aspecte.
- 22 În primul rând, recurenta afirmă că Tribunalul a încălcat principiul examinării individuale deoarece nu ar fi examinat marca solicitată, „Fack Ju Göthe”, ci semnul „Fuck you, Goethe”.
- 23 În plus, recurenta susține că chiar și expresiile „Fuck” și „Fuck you” și-au pierdut vulgaritatea în urma evoluției limbii în societate. Nu ar exista un refuz general de a înregistra ca mărci expresii care conțin acești termeni, astfel cum ar atesta înregistrarea unor semne precum „Fucking Hell” și „MACAFUCKER” ca mărci ale Uniunii Europene.
- 24 În al doilea rând, recurenta susține că Tribunalul a făcut o aplicare prea extensivă a motivului absolut de refuz referitor la bunele moravuri prevăzut la articolul 7 alineatul (1) litera (f) din Regulamentul nr. 207/2009, aplicând aprecierile referitoare la termenii „Fuck” și „Fuck you” mărcii solicitate în ansamblul său și considerând că semnul verbal „Fack Ju Göhte” prezintă o vulgaritate intrinsecă pe care elementul „Göhte” nu este susceptibil să o atenueze.
- 25 Recurenta consideră printre altele că Tribunalul nu a dat dovadă de prudență și de sensibilitatea necesare în aplicarea acestui motiv de refuz, care, deși privește valori subiective, ar trebui să fie aplicat în mod restrictiv și cât mai obiectiv posibil pentru a evita riscul ca semnele să fie excluse de la înregistrare pentru simplul motiv că nu corespund gustului personal al celui care efectuează examinarea. Astfel, Tribunalul ar fi trebuit să țină seama de faptul că impresia globală a mărcii solicitate are, ținând seama de transcrierea fonetică în limba germană a expresiei „Fuck You” coroborată cu elementul „Göhte”, înțeles în sensul că desemnează materii școlare nepopulare, un caracter anodin, infantil și ludic, care exprimă frustrarea școlară.
- 26 În al treilea rând, recurenta susține că Tribunalul a considerat în mod eronat că nu s-a dovedit că publicul germanofon relevant nu ar fi șocat de marca solicitată în raport cu produsele și serviciile în cauză. În această privință, ea arată că Tribunalul a aplicat în mod eronat normele privind sarcina probei. În plus, Tribunalul nu ar fi ținut seama de faptul că perceperea mărcii solicitate de către publicul relevant nu ar putea fi determinată în mod abstract și separat de orice bază empirică, doar pe baza unor valori subiective, ci ar trebui să fie evaluată ținând seama de elementele care furnizează indicii referitoare la percepția reală de către acest public. Or, în special marele succes al filmului omonim, precum și utilizarea acestui film de către Institutul Goethe (Germania) în scopuri pedagogice ar demonstra că marele public germanofon, care este publicul relevant în speță, înțelege caracterul umoristic al mărcii solicitate și nu o consideră nicidecum șocantă sau vulgară.
- 27 În al patrulea rând, ca urmare a aprecierilor sale eronate, Tribunalul ar fi săvârșit o eroare de drept cu ocazia evaluării comparative, pe de o parte, a interesului recurente pentru înregistrarea mărcii solicitate și, pe de altă parte, a interesului publicului de a nu fi confruntat cu mărci care sunt contrare bunelor moravuri și, așadar, cu mărci care sunt deranjante, grosiere, insultătoare sau chiar amenințătoare.
- 28 EUIPO consideră că primul motiv trebuie să fie respins.

- 29 În primul rând, EUIPO apreciază că argumentul recurenteii potrivit căruia Tribunalul ar fi examinat semnul „Fuck you, Goethe”, iar nu marca solicitată, și anume „Fack Ju Göhte”, se întemeiază pe o interpretare eronată a hotărârii atacate. Punctele 17, 18 și 20 din această hotărâre ar trebui interpretate având în vedere premisa expusă la punctul 16 din hotărârea menționată, potrivit căreia consumatorul „percepe o marcă în mod normal ca pe un tot”, ceea ce nu o împiedică să identifice „elemente verbale care, în opinia sa, sugerează o semnificație concretă sau asemănătoare cu cuvinte pe care le cunoaște”.
- 30 În al doilea rând, argumentul recurenteii potrivit căruia expresiile „Fuck” și „Fuck you” și-ar fi pierdut semnificația sexuală inițială, astfel încât nu ar mai fi percepute drept vulgare și șocante, ar fi inadmisibil întrucât ar privi o constatare de fapt. În orice caz, acest argument nu ar fi întemeiat, întrucât Tribunalul ar fi constatat vulgaritatea inerentă a expresiei „Fuck you” și în ipoteza în care această expresie nu mai este înțeleasă, ca urmare a evoluției limbajului, în conotația sa sexuală.
- 31 În al treilea rând, EUIPO arată că, la punctul 18 din hotărârea atacată, Tribunalul a ținut seama în mod explicit de schimbarea sensului expresiei „Fuck you”, explicând că aceasta poate fi utilizată și pentru a exprima furia, neîncrederea sau disprețul față de o persoană.
- 32 În al patrulea rând, EUIPO consideră nefondat argumentul recurenteii potrivit căruia Tribunalul ar fi reținut o interpretare eronată a articolului 7 alineatul (1) litera (f) din Regulamentul nr. 207/2009, constatând că marele succes al filmului „Fack Ju Göhte” nu înseamnă că publicul relevant nu ar fi șocat de marca solicitată. Contrar celor susținute de recurentă, Tribunalul nu ar fi aplicat un criteriu pur subiectiv la examinarea bunelor moravuri, ci ar fi analizat în mod explicit, la punctele 28-30 din hotărârea atacată, posibilitatea ca marca solicitată să nu fie vulgară, ci ca aceasta să poată fi înțeleasă ca o „glumă”.
- 33 EUIPO arată, în acest context, că obiectivul dreptului de exclusivitate acordat de o marcă ar fi de a asigura concurența nedegradată, iar nu libertatea de exprimare, în timp ce titlul unui film ar servi la distingerea unei opere artistice de o altă operă și la desemnarea conținutului său, exprimând în același timp libertatea de exprimare și libertatea artistică. Consumatorul mediu ar fi conștient de această diferență și nu ar percepe, așadar, în mod necesar mărcile și titlurile de filme în același mod. Prin urmare, chiar pentru consumatorii care ar cunoaște filmul în cauză, nu ar fi posibil să se prezume că marca solicitată este percepută ca o „glumă”. În plus, consumatorii relevanți în speță ar fi cu mult mai numeroși decât cei care cunosc filmul în cauză și care sunt familiarizați cu „argoul tinerilor”.
- 34 În al cincilea rând, EUIPO susține că Tribunalul a concluzionat în mod corect că, dacă marca solicitată este constituită dintr-un termen care este perceput de publicul relevant ca fiind în mod intrinsec vulgar și deci ca șocant, este vorba despre o „marcă în mod vădit obscenă” și contrară „bunelor moravuri”.
- 35 În al șaselea rând, EUIPO apreciază că recurenta reproșează în mod eronat Tribunalului că a efectuat o răsturnare nelegală a sarcinii probei la punctul 30 din hotărârea atacată, considerând că nu s-ar fi dovedit că publicul relevant recunoaște în marca solicitată titlul filmului în discuție și, prin urmare, o „glumă”. Această constatare ar trebui interpretată în contextul său. Deși ar fi adevărat că, în temeiul articolului 75 alineatul (1) și al articolului 76 alineatul (1) din Regulamentul nr. 207/2009, motivele absolute de refuz ar trebui să fie examinate din oficiu de EUIPO și că existența lor ar trebui să fie motivată în mod coerent, nu ar fi mai puțin adevărat că, atunci când EUIPO sau Tribunalul, căruia i s-ar aplica aceleași cerințe legale atunci când acesta din urmă respinge o acțiune îndreptată împotriva respingerii unei cereri de înregistrare a unei mărci de către EUIPO, confruntă solicitantul cu fapte notorii sau cu o apreciere întemeiată pe inaptitudinea mărcii solicitate de a fi înregistrată, ar reveni solicitantului sarcina de a le combate prin informații concrete și fondate. Or, în hotărârea atacată, Tribunalul ar respecta cerințele legale menționate.
- 36 În sfârșit, în al șaptelea rând, EUIPO consideră că argumentul recurenteii potrivit căruia Tribunalul nu ar fi efectuat o justă evaluare comparativă a intereselor solicitantului și ale publicului nu este întemeiat.

### *Apresiasi Curții*

- 37 În temeiul articolului 7 alineatul (1) litera (f) din Regulamentul nr. 207/2009, se respinge înregistrarea mărcilor care sunt contrare ordinii publice sau bunelor moravuri. În plus, din articolul 7 alineatul (2) din acest regulament rezultă că motivele absolute de refuz prevăzute la articolul 7 alineatul (1) din regulamentul menționat sunt aplicabile chiar dacă nu există decât într-o parte a Uniunii.
- 38 Astfel cum a constatat Tribunalul la punctul 24 din hotărârea atacată, fără a fi contrazis de recurentă, EUIPO a refuzat, în temeiul articolului 7 alineatul (1) litera (f) din Regulamentul nr. 207/2009, înregistrarea semnului verbal „Fack Ju Göhte” nu din cauza unei eventuale contradicții a acestui semn cu ordinea publică, ci pentru simplul motiv că acesta ar fi contrar bunelor moravuri. Prin urmare, primul motiv al recursului trebuie examinat numai în raport cu acest ultim motiv absolut de refuz.
- 39 În ceea ce privește motivul de refuz menționat, trebuie arătat că, întrucât noțiunea de „bune moravuri” nu este definită de Regulamentul nr. 207/2009, aceasta trebuie interpretată ținând seama de sensul său obișnuit, precum și de contextul în care este utilizată în general. Or, astfel cum a arătat în esență avocatul general la punctul 77 din concluzii, această noțiune se referă, în sensul său obișnuit, la valorile și la normele juridice fundamentale la care o societate aderă la un moment dat. Aceste valori și aceste norme, care pot evolua de-a lungul timpului și pot varia în spațiu, trebuie să fie determinate în funcție de consensul social prevalent în respectiva societate la momentul evaluării. În vederea acestei determinări, trebuie să se țină seama în mod corespunzător de contextul social, inclusiv, dacă este cazul, de diversitățile culturale, religioase sau filozofice care îl caracterizează, pentru a evalua în mod obiectiv ceea ce societatea menționată consideră la acel moment acceptabil din punct de vedere moral.
- 40 Pe de altă parte, în cadrul aplicării articolului 7 alineatul (1) litera (f) din Regulamentul nr. 207/2009, examinarea aspectului dacă un semn a cărui înregistrare ca marcă a Uniunii Europene este solicitată este contrar bunelor moravuri necesită o analiză a ansamblului elementelor proprii speței pentru a determina modul în care publicul relevant ar percepe un astfel de semn în cazul utilizării acestuia ca marcă pentru bunurile sau serviciile solicitate.
- 41 În această privință, pentru a intra în domeniul de aplicare al articolului 7 alineatul (1) litera (f) din Regulamentul nr. 207/2009, nu este suficient ca semnul în cauză să fie considerat ca fiind de prost gust. În momentul examinării, acesta trebuie să fie perceput de publicul relevant ca fiind contrar valorilor și normelor morale fundamentale ale societății, astfel cum acestea există la momentul respectiv.
- 42 Pentru a stabili dacă aceasta este situația, este necesar să se aibă în vedere percepția unei persoane rezonabile cu praguri de sensibilitate și de toleranță medii, ținând seama de contextul în care marca poate fi întâlnită, precum și, dacă este cazul, de împrejurările speciale proprii părții din Uniune vizate. În acest scop, sunt pertinente elemente precum textele legislative și practicile administrative, opinia publică și, eventual, modul în care publicul relevant a reacționat în trecut la acest semn sau la semne similare, precum și orice alt element susceptibil să permită evaluarea percepției acestui public.
- 43 Examinarea care trebuie efectuată astfel nu se poate limita la o apreciere abstractă a mărcii solicitate sau chiar a anumitor componente ale acesteia, ci trebuie să se stabilească, în special atunci când solicitantul a invocat elemente care pot pune la îndoială faptul că această marcă este percepută de publicul relevant ca fiind contrară bunelor moravuri, că utilizarea mărcii respective în contextul social concret și actual ar fi percepută efectiv de acest public ca fiind contrară valorilor și normelor juridice fundamentale ale societății.
- 44 În lumina acestor principii trebuie să se examineze temeinicia primului motiv, întemeiat pe o interpretare și pe o aplicare eronate de către Tribunal a articolului 7 alineatul (1) litera (f) din Regulamentul nr. 207/2009.

- 45 În speță, nu se contestă, astfel cum a constatat Tribunalul la punctele 14 și 17 din hotărârea atacată, confirmând în această privință aprecierea camerei de recurs, că publicul relevant este compus din marele public germanofon al Uniunii, și anume în special cel din Germania și din Austria.
- 46 În ceea ce privește percepția acestui public asupra mărcii solicitate, Tribunalul a arătat, la punctul 18 din hotărârea atacată, că publicul menționat va asimila această marcă expresiei englezești „Fuck you”, însoțită de patronimul Goethe, totul redactat cu o ortografie diferită care rezultă dintr-o retranscriere fonetică a acestor termeni în limba germană. Dacă, în sensul său principal, expresia englezească „Fuck you” ar avea o conotație sexuală și ar fi marcată de vulgaritate, aceasta ar fi de asemenea utilizată într-un context diferit pentru a exprima furia, neîncrederea sau disprețul față de o persoană. Cu toate acestea, chiar și într-o astfel de ipoteză, această expresie nu ar fi mai puțin marcată de o vulgaritate intrinsecă, iar adăugarea elementului „Göhte” la sfârșitul semnului în cauză, deși ar permite să se identifice cui sunt „adresăți” termenii care compun începutul semnului respectiv, nu ar putea atenua vulgaritatea acestuia.
- 47 La punctul 19 din hotărârea atacată, Tribunalul a adăugat că, în mod contrar celor sugerate de recurentă, împrejurarea că filmul „Fack Ju Göhte” a fost văzut de mai multe milioane de persoane la momentul ieșirii sale cinematografice nu înseamnă că publicul relevant nu ar fi șocat de marca solicitată.
- 48 Acesta a concluzionat la punctul 20 din hotărârea atacată că, în aceste condiții, era necesar să se considere că în mod întemeiat camera de recurs a apreciat că expresia englezească „Fuck you” și, prin urmare, marca solicitată în ansamblul său erau în mod intrinsec vulgare și că erau susceptibile să șocheze publicul relevant. Prin urmare, camera de recurs a dedus în mod întemeiat că înregistrarea mărcii solicitate trebuia respinsă în temeiul articolului 7 alineatul (1) litera (f) din Regulamentul nr. 207/2009.
- 49 În această privință, este necesar să se constate că examinarea efectuată de Tribunal nu îndeplinește standardele pe care le impune articolul 7 alineatul (1) litera (f) din Regulamentul nr. 207/2009, expuse la punctele 39-43 din prezenta hotărâre.
- 50 Astfel, ținând seama de contextul social și de elementele invocate în această privință de recurentă și în special de faptul că semnul verbal „Fack Ju Göhte” corespunde, astfel cum a arătat Tribunalul la punctele 2 și 19 din hotărârea atacată, titlului unei comedii cinematografice germane, produsă de recurentă, care a fost unul dintre cele mai mari succese cinematografice din anul 2013 în Germania și care a fost văzută de mai multe milioane de persoane la momentul ieșirii sale în sălile de cinema, Tribunalul, pentru a stabili corespunzător cerințelor legale că marca solicitată este percepută de publicul larg germanofon ca fiind contrară bunelor moravuri, nu se putea limita la o apreciere abstractă a acestei mărci și a expresiei englezești căreia îi este asimilată prima parte a acesteia de către public.
- 51 Astfel, împrejurarea că însăși această marcă este cea care trebuie analizată nu înseamnă că, în cadrul acestei examinări, s-ar putea face abstracție de elemente de context, susceptibile să clarifice modul în care publicul relevant percepe marca respectivă.
- 52 După cum a arătat avocatul general la punctul 94 din concluzii, printre astfel de elemente figurează marele succes al comediei omonime menționate în rândul publicului larg germanofon și împrejurarea că titlul său nu pare să fi suscitat controverse, precum și faptul că accesul publicului tânăr la aceasta fusese autorizat și că Institutul Goethe, care este institutul cultural al Republicii Federale Germania activ la nivel mondial, printre ale cărui misiuni se numără aceea de a promova cunoașterea limbii germane, o folosește în scopuri pedagogice.



- 53 În măsura în care aceste elemente pot constitui, *a priori*, un indiciu că, în pofida asimilării primei părți a mărcii solicitate expresiei englezești „Fuck you”, publicul larg germanofon nu percepe semnul verbal „Fack Ju Göhte” ca fiind inacceptabil din punct de vedere moral, Tribunalul, pentru a concluziona în sensul incompatibilității acestui semn cu bunele moravuri, nu se putea întemeia numai pe caracterul intrinsec vulgar al acestei expresii englezești fără a examina elementele menționate și fără a expune în mod concludent motivele pentru care apreciază, în pofida acestora, că publicul larg germanofon percepe semnul respectiv în sensul că contrazice valorile și normele morale fundamentale ale societății atunci când acesta este utilizat ca marcă.
- 54 Nu sunt suficiente în special pentru aceste cerințe de examinare și de motivare simple afirmații, precum cea care figurează la punctul 19 din hotărârea atacată, reprodusă la punctul 47 din prezenta hotărâre, sau cea care figurează la punctul 30 din hotărârea atacată, potrivit căreia nu ar fi dovedit că, cu ocazia activităților în cadrul cărora publicul relevant se poate confrunta cu marca solicitată, acest public recunoaște în această marcă titlul unui film de succes și percepe marca respectivă ca fiind o „glumă”.
- 55 În ceea ce privește în special această din urmă afirmație, este necesar să se arate, pe de o parte, că Tribunalul era obligat, în hotărârea atacată, să se asigure că EUIPO nu încălcase articolul 76 alineatul (1) din Regulamentul nr. 207/2009, care, în cadrul unei proceduri privind motive absolute de refuz, impune acestuia din urmă să efectueze o examinare din oficiu a faptelor și să stabilească corespunzător cerințelor legale prezența unor astfel de motive. Pe de altă parte, necesitatea de a examina elemente contextuale precum cele care figurează la punctul 52 din prezenta hotărâre în vederea evaluării concrete a modului în care publicul relevant percepe marca solicitată nu este nicidecum supusă condiției de a se stabili că acest public recunoaște în marca respectivă titlul comediei omonime sau că percepe marca menționată drept „glumă”, lipsa acestor două împrejurări nepermițând, de altfel, să se dovedească o atingere adusă bunelor moravuri.
- 56 În sfârșit, trebuie să se mai adauge că, contrar celor constatate de Tribunal la punctul 29 din hotărârea atacată, potrivit cărora „în domeniul artei, al culturii și al literaturii există o preocupare constantă pentru păstrarea libertății de exprimare care nu există în domeniul mărcilor”, libertatea de exprimare, consacrată la articolul 11 din Carta drepturilor fundamentale a Uniunii Europene, trebuie, astfel cum a recunoscut EUIPO în ședință și după cum a arătat avocatul general la punctele 47-57 din concluzii, să fie luată în considerare la aplicarea articolului 7 alineatul (1) litera (f) din Regulamentul nr. 207/2009. De altfel, o asemenea concluzie este susținută atât de considerentul (21) al Regulamentului 2015/2424, care a modificat Regulamentul nr. 207/2009, cât și de considerentul (21) al Regulamentului 2017/1001, care subliniază în mod expres necesitatea de a aplica aceste regulamente astfel încât să se asigure respectarea deplină a drepturilor și libertăților fundamentale, în special a libertății de exprimare.
- 57 Din ansamblul considerațiilor care precedă rezultă că interpretarea și aplicarea articolului 7 alineatul (1) litera (f) din Regulamentul nr. 207/2009, efectuate de Tribunal în hotărârea atacată, sunt afectate de erori de drept, care sunt suficiente în sine pentru admiterea primului motiv de recurs, fără a fi necesar să se examineze celelalte argumente invocate de recurentă în susținerea acestui motiv.
- 58 În consecință, hotărârea atacată trebuie să fie anulată, fără a fi necesară examinarea celui de al doilea și a celui de al treilea motiv de recurs.

### **Cu privire la acțiunea în fața Tribunalului**

- 59 Din articolul 61 primul paragraf din Statutul Curții de Justiție a Uniunii Europene rezultă că, atunci când recursul este fondat, Curtea poate să soluționeze ea însăși în mod definitiv litigiul, atunci când acesta este în stare de judecată.

- 60 Aceasta este situația în speță.
- 61 Prin intermediul primului motiv, recurenta a susținut în fața Tribunalului că decizia în litigiu încalcă articolul 7 alineatul (1) litera (f) din Regulamentul nr. 207/2009.
- 62 Or, trebuie să se constate că respectiva decizie și în special examinarea efectuată la punctele 21-41 din aceasta, privind percepția mărcii solicitate de către publicul relevant, prezintă în mare parte aceleași erori precum cele care afectează hotărârea atacată.
- 63 Astfel, după ce a constatat, în esență, la punctele 21-23 din decizia în litigiu că publicul relevant recunoaște în prima parte a mărcii solicitate expresia englezească „Fuck you”, camera de recurs a arătat la punctele 24-28 din această decizie că această expresie este vulgară și șocantă. Ulterior, aceasta a considerat, la punctele 29-33 din decizia menționată, că adăugarea elementului „Göhte” nu este în măsură să modifice în mod substanțial percepția insultei „Fack ju”, întemeindu-se pe o apreciere în mare măsură abstractă a expresiei englezești „Fuck you” și fără a ține seama de elementele de context menționate la punctul 52 din prezenta hotărâre.
- 64 În ceea ce privește aceste elemente, camera de recurs a admis, la punctul 36 din decizia în litigiu, că din documentele prezentate de recurentă se poate deduce neîndoiește că comedia „Fack ju Göhte”, privită de aproape 7,4 milioane de spectatori în Germania, și comedia „Fack ju Göhte 2” se numără printre cele mai mari succese ale cinematografului german în ceea ce privește numărul de spectatori și au cunoscut de asemenea un mare succes în Austria. Camera de recurs a constatat că se poate prezuma, așadar, că publicul general germanofon relevant cel puțin a auzit deja vorbindu-se despre aceste comedii. Camera de recurs a apreciat totuși, la punctul 37 din această decizie, că nu ar fi posibil să se deducă din marele succes al acestor comedii în rândul publicului relevant că acesta din urmă nu este șocat de titlul lor, din moment ce acesta nu ar fi descriptiv în ceea ce privește conținutul comediiilor menționate, iar Goethe nu are, printre altele, niciun rol în ele. Dimpotrivă, utilizarea insultei „Fack ju” ca titlu de film nu ar indica nimic despre acceptarea sa socială.
- 65 Cu toate acestea, pe de o parte, nu este nicidecum necesar ca titlul unui film să fie descriptiv în ceea ce privește conținutul acestuia pentru a constitui un element de context pertinent pentru a evalua aspectul dacă publicul relevant percepe acest titlu și un semn verbal omonim ca fiind contrare bunelor moravuri.
- 66 Pe de altă parte, deși, desigur, succesul unui film nu dovedește în mod automat acceptarea socială a titlului său și a unui semn verbal omonim, nu este mai puțin adevărat că este vorba cel puțin despre un indiciu al unei asemenea acceptări care trebuie evaluat în lumina ansamblului elementelor pertinente ale speței pentru a stabili în mod concret percepția respectivului semn în cazul utilizării acestuia ca marcă.
- 67 În această privință, trebuie arătat că, în speță, nu numai că comediiile „Fack ju Göhte” și „Fack ju Göhte 2”, care au avut, de altfel, o continuare în anul 2017, au cunoscut tocmai în rândul publicului relevant un asemenea de succes, încât camera de recurs chiar a constatat că se poate prezuma că consumatorii care formează acest public cel puțin au auzit vorbindu-se despre comediiile respective, ci, în plus și în pofida vizibilității mari care a însoțit un astfel de succes, titlul acestora nu pare să fi provocat controverse în rândul acestui public. Pe de altă parte, accesul publicului tânăr la comediiile menționate, care se desfășoară în mediul școlar, a fost autorizat cu acest titlu, iar acestea au primit, astfel cum reiese din cuprinsul punctului 39 din decizia în litigiu, fonduri de la diverse organizații și au fost utilizate de Institutul Goethe în scopuri pedagogice.
- 68 Astfel, este necesar să se constate că ansamblul acestor elemente contextuale indică în mod concordant că, în pofida asimilării termenilor „Fack ju” cu expresia în limba engleză „Fuck you”, titlul comediiilor menționate nu a fost perceput ca inacceptabil din punct de vedere moral de publicul larg germanofon. Trebuie să se observe de asemenea în această privință că percepția acestei expresii englezești de către

publicul germanofon nu este, chiar dacă aceasta este cunoscută în mod notoriu în rândul publicului respectiv, iar acesta din urmă cunoaște semnificația ei, în mod necesar aceeași cu percepția de către publicul anglofon, susceptibilitatea în limba maternă fiind potențial mai importantă decât într-o limbă străină. Pentru același motiv, publicul germanofon nu percepe neapărat nici expresia engleză menționată în același mod în care ar percepe traducerea germană a acesteia. În plus, titlul comediilor în cauză și, astfel, marca solicitată nu constau în această expresie engleză ca atare, ci în retranscrierea sa fonetică în limba germană, însoțită de elementul „Göhte”.

- 69 În aceste condiții și ținând seama de faptul că nu a fost prezentat niciun element concret pentru a explica în mod plauzibil motivul pentru care publicul germanofon va percepe semnul verbal „Fack Ju Göhte” ca fiind contrar valorilor și normelor morale fundamentale ale societății atunci când acesta este utilizat ca marcă, deși acest public nu pare să fi considerat contrar bunelor moravuri titlul comediilor omonime, este necesar să se constate că EUIPO nu a demonstrat corespunzător cerințelor legale că articolul 7 alineatul (1) litera (f) din Regulamentul nr. 207/2009 se opune înregistrării mărcii solicitate.
- 70 Mai trebuie adăugat că, contrar celor sugerate de camera de recurs la punctul 38 din decizia în litigiu, caracterul pertinent al succesului comediilor omonime ca element contextual, nu este nicidecum infirmat de faptul că motivul absolut de refuz prevăzut la articolul 7 alineatul (1) litera (f) din Regulamentul nr. 207/2009 nu poate fi surmontat prin dovada caracterului distinctiv dobândit prin utilizarea, în sensul articolului 7 alineatul (3) din acest regulament, a mărcii solicitate. Astfel, succesul comediilor omonime în rândul publicului relevant și în special lipsa unor controverse în ceea ce privește titlul lor trebuie luate în considerare pentru a stabili dacă publicul relevant percepe marca solicitată ca fiind contrară bunelor moravuri și, așadar, pentru a stabili dacă acest motiv absolut de refuz se opune înregistrării sale, iar nu pentru a înlătura motivul respectiv după ce aplicabilitatea sa în speță a fost stabilită.
- 71 Rezultă din ceea ce precedă că, în speță, camera de recurs a efectuat o interpretare și o aplicare eronate ale articolului 7 alineatul (1) litera (f) din Regulamentul nr. 207/2009 și că, în consecință, decizia în litigiu trebuie anulată.

### **Cu privire la cheltuielile de judecată**

- 72 Potrivit articolului 184 alineatul (2) din Regulamentul de procedură al Curții, atunci când recursul este fondat, iar Curtea soluționează ea însăși în mod definitiv litigiul, aceasta se pronunță asupra cheltuielilor de judecată.
- 73 În conformitate cu articolul 138 alineatul (1) din acest regulament, aplicabil procedurii de recurs în temeiul articolului 184 alineatul (1) din acesta, partea care cade în pretenții este obligată, la cerere, la plata cheltuielilor de judecată.
- 74 Întrucât recurența a solicitat obligarea EUIPO la plata cheltuielilor de judecată, iar acesta a căzut în prezență, se impune obligarea acestuia la plata cheltuielilor de judecată aferente atât procedurii în primă instanță în cauza T-69/17, cât și procedurii de recurs.

Pentru aceste motive, Curtea (Camera a cincea) declară și hotărăște:

- 1) Anulează Hotărârea Tribunalului Uniunii Europene din 24 ianuarie 2018, Constantin Film Produktion/EUIPO (Fack Ju Göhte) (T-69/17, nepublicată, EU:T:2018:27).**
- 2) Anulează Decizia Camerei a cincea de recurs a Oficiului Uniunii Europene pentru Proprietate Intelectuală din 1 decembrie 2016 (cauza R 2205/2015-5) privind o cerere de înregistrare a semnelui verbal „Fack Ju Göhte” ca marcă a Uniunii Europene.**

- 3) Obligă Oficiul Uniunii Europene pentru Proprietate Intelectuală să suporte, pe lângă propriile cheltuieli de judecată, și cheltuielile de judecată efectuate de Constantin Film Produktion GmbH, aferente atât procedurii în primă instanță în cauza T-69/17, cât și procedurii de recurs.**

Semnături