SENTENZA DEL TRIBUNALE (Seconda Sezione)
9 ottobre 2002 *

Nella causa T-36/01,

Glaverbel, con sede a Bruxelles (Belgio), rappresentata dall'avv. S. Möbus,

ricorrente,

contro

Ufficio per l'armonizzazione nel mercato interno (marchi, disegni e modelli) (UAMI), rappresentato dai sigg. A. di Carlo e G. Schneider, in qualità di agenti,

convenuto,

avente ad oggetto il ricorso proposto contro la decisione 30 novembre 2000 (procedimento R 137/2000-1) della prima commissione di ricorso dell'Ufficio per l'armonizzazione nel mercato interno (marchi, disegni e modelli),

* Lingua processuale: l'inglese.

IL TRIBUNALE DI PRIMO GRADO
DELLE COMUNITÀ EUROPEE (Seconda Sezione),

composto dai sigg. R.M. Moura Ramos, presidente, J. Pirrung e A.W.H. Meij, giudici,

cancelliere: J. Palacio Gonzáles, amministratore

visto il ricorso depositato nella cancelleria del Tribunale il 19 febbraio 2001,

visto il controricorso depositato nella cancelleria del Tribunale il 7 maggio 2001,

in seguito alla trattazione orale del 27 febbraio 2002,

ha pronunciato la seguente

Sentenza

Fatti

1 Il 24 aprile 1998 la ricorrente ha presentato all'Ufficio per l'armonizzazione nel mercato interno (marchi, disegni e modelli) (in prosieguo: l'«Ufficio») una

domanda di registrazione come marchio comunitario per un segno descritto come «un disegno applicato alla superficie dei prodotti», in forza del regolamento (CE) del Consiglio 20 dicembre 1993, n. 40/94, sul marchio comunitario (GU 1994, L 11, pag. 1), come modificato.

2 Il marchio per il quale è stata chiesta la registrazione si presenta, relativamente alla riproduzione fornita nella domanda, come un motivo astratto destinato ad essere applicato alla superficie di un prodotto in vetro.

3 I prodotti per cui si chiede la registrazione del marchio rientrano nelle classi 11, 19 e 21 ai sensi dell'accordo di Nizza 15 giugno 1957 relativo alla classificazione internazionale dei prodotti e dei servizi per la registrazione dei marchi, come riveduto e modificato, e corrispondono, per ciascuna di queste classi, alla descrizione seguente:

— «Impianti sanitari, docce, cabine per docce, pareti per docce; ripiani per frigoriferi, ripiani di vetro per frigoriferi; elementi ed accessori per i suddetti articoli», che rientrano nella classe 11;

— «Materiali di costruzione non metallici; vetro da costruzione; vetro modellato; vetrate; finestre e porte non metalliche; fogli, lastre, pannelli, divisori e vetro per costruzione, per arredi, per la decorazione di interni ed esterni; schermi e divisori di vetro; elementi ed accessori per i suddetti articoli», che rientrano nella classe 19;

— «Vetreria; vetro grezzo o semilavorato (tranne il vetro da costruzione); vetro modellato; fogli e lastre di vetro grezzo o semilavorato per la fabbricazione di impianti sanitari, docce, cabine per docce, pareti di docce, ripiani per frigoriferi, vetrate, pareti divisorie per la costruzione, schermi per la costruzione, porte, ante di credenze e mobili; utensili e recipienti per il governo della casa o la cucina (né in metalli preziosi, né in placcato); taglieri da cucina; elementi ed accessori per i suddetti articoli», che rientrano nella classe 21.

4 Con decisione 24 gennaio 2000 l'esaminatore ha respinto la domanda di registrazione ai sensi dell'art. 38 del regolamento n. 40/94 basando la propria decisione sul fatto che il segno richiesto era privo di carattere distintivo ai sensi dell'art. 7, n. 1, lett. b), del regolamento n. 40/94 e sul fatto che le prove fornite dalla ricorrente non consentivano di concludere per l'esistenza di un carattere distintivo del segno acquistato in seguito all'uso ai sensi dell'art. 7, n. 3, dello stesso regolamento.

5 Il 4 febbraio 2000 la ricorrente ha presentato un ricorso dinanzi all'Ufficio, ai sensi dell'art. 59 del regolamento n. 40/94, contro la decisione dell'esaminatore.

6 Con decisione 30 novembre 2000 (in prosieguo: la «decisione impugnata»), notificata alla ricorrente il 20 dicembre 2000, la prima commissione di ricorso ha respinto il ricorso.

7 In sostanza, la commissione di ricorso ha ritenuto che il segno richiesto non avesse carattere distintivo poiché sarebbe percepito dal consumatore interessato come una delle possibili apparenze funzionali di un tipo particolare di vetro e

sarebbe quindi inidoneo ad indicare l'origine commerciale dei prodotti di cui trattasi. Relativamente al carattere distintivo acquisito in seguito all'uso, la commissione di ricorso ha ritenuto in particolare che tale uso non fosse dimostrato per tutta la Comunità.

Conclusioni delle parti

8 La ricorrente conclude che il Tribunale voglia:

— annullare o riformare la decisione della commissione di ricorso;

— condannare l'Ufficio alle spese.

9 L'Ufficio conclude che il Tribunale voglia:

— respingere il ricorso;

— condannare la ricorrente alle spese.

In diritto

10 La ricorrente deduce tre motivi relativi ad una violazione rispettivamente dell'art. 7, n. 1, lett. b), del regolamento n. 40/94, del diritto di essere sentiti e dell'art. 7, n. 3, dello stesso regolamento.

Sul motivo relativo alla violazione dell'art. 7, n. 1, lett. b), del regolamento n. 40/94

Argomenti delle parti

11 La ricorrente fa valere che tutti i tipi di marchi devono essere trattati allo stesso modo. Essa fa presente che il regolamento riconosce esplicitamente che la forma di un prodotto può costituire un marchio e che non si tratta di determinare quello che è abituale in un settore particolare, ma di accertare se il marchio richiesto sia privo di qualsiasi carattere distintivo.

12 Essa fa valere che le prove che ha fornito relativamente al carattere distintivo acquistato in seguito all'uso dimostrano che i consumatori sono in grado di percepire, e sono abituati a farlo, questo tipo di segno utilizzato come indicazione dell'origine commerciale di un prodotto.

13 La ricorrente osserva che la sola ipotesi che potrebbe giustificare l'analisi della commissione di ricorso basata sull'aspetto funzionale del vetro è quella secondo cui il processo tecnico produrrebbe necessariamente il marchio richiesto, ipotesi

che non è verificata nella presente causa. Infatti, esistono diverse possibilità per ottenere un vetro opaco senza utilizzare il segno di cui trattasi. Essa contesta anche il fatto che il marchio richiesto sia visto principalmente come una caratteristica funzionale dei prodotti di cui trattasi.

14 La ricorrente sottolinea che, nella fattispecie, il marchio richiesto non è un motivo semplice quale un cerchio o un quadrato, ma un motivo complesso e fantasioso. Essa fa valere che un consumatore può chiaramente identificare l'origine commerciale di una lastra di vetro grazie al motivo richiesto come marchio e distinguere questo vetro particolare dalle lastre di vetro di altri fabbricanti che non recano questo motivo.

15 La ricorrente rileva che l'Ufficio dei marchi del Benelux, che esamina le domande di registrazione sulla base di impedimenti assoluti alla registrazione che sono sostanzialmente gli stessi che vengono utilizzati dall'Ufficio, ha accettato il marchio e l'Ufficio ha registrato altri marchi meno complessi e meno fantasiosi rispetto al segno richiesto.

16 L'Ufficio sottolinea, in primo luogo, che l'art. 7, n. 1, lett. b), del regolamento n. 40/94 richiede non solo un grado di carattere distintivo sufficiente, che può risultare dall'aspetto del prodotto, ma anche che il segno sia idoneo ad esercitare la funzione di indicatore dell'origine commerciale dei prodotti di cui trattasi.

17 Esso ritiene, in secondo luogo, da un lato, che il disegno applicato sulle lastre di vetro sia privo di qualsiasi carattere distintivo in quanto il motivo è banale e si limita ad un tipo di disegno che è abituale per questi prodotti. D'altro canto, l'Ufficio sostiene che un motivo molto complesso o ornamentale non potrà essere distintivo se è impossibile per il consumatore medio memorizzarlo.

18 In terzo e ultimo luogo, l'Ufficio sottolinea che devono essere prese in considerazione la natura del prodotto e la maniera in cui esso viene utilizzato. Nella fattispecie, per il consumatore, il disegno è funzionale, tecnicamente ed esteticamente. Per identificare l'origine commerciale del prodotto, il consumatore interessato guarderà i marchi figurativi o si rivolgerà al negoziante. Inoltre, il segno richiesto non contiene elementi che possano attirare l'attenzione del consumatore ed essere memorizzati da quest'ultimo.

Giudizio del Tribunale

19 Occorre rilevare, innanzi tutto, che un motivo applicato alla superficie di un prodotto può costituire un marchio comunitario in quanto è idoneo a distinguere i prodotti o i servizi di un'impresa da quelli di un'altra impresa.

20 Tuttavia, l'idoneità generale di una categoria di segni a costituire un marchio non implica che i segni appartenenti a tale categoria possiedano necessariamente, in relazione ad un dato prodotto, carattere distintivo ai sensi dell'art. 7, n. 1, lett. b), del regolamento n. 40/94.

21 I segni privi di carattere distintivo contemplati dall'art. 7, n. 1, lett. b), del regolamento n. 40/94 sono reputati inidonei a svolgere la funzione essenziale del marchio, vale a dire quella di identificare l'origine del prodotto o del servizio, allo scopo di consentire in tal modo al consumatore che acquista il prodotto o il servizio designato dal marchio in questione di fare, in occasione di un acquisto successivo, la medesima scelta qualora l'esperienza si riveli positiva, oppure un'altra scelta, ove l'esperienza si riveli negativa.

22 Il carattere distintivo di un marchio dev'essere valutato, da un lato, in relazione ai prodotti o ai servizi per i quali viene richiesta la registrazione e, dall'altro, in relazione al modo in cui tale marchio viene percepito dal pubblico interessato.

23 Inoltre occorre rilevare che l'art. 7, n. 1, lett. b), del regolamento n. 40/94 non opera alcuna distinzione tra i segni di natura diversa. Tuttavia, la percezione del pubblico interessato non è necessariamente la stessa nel caso di un segno costituito da un motivo applicato alla superficie di un prodotto rispetto al caso di un marchio verbale o figurativo, che consiste in un segno indipendente dall'aspetto dei prodotti che tale marchio designa. Infatti, anche se il pubblico è solito percepire immediatamente taluni marchi verbali o figurativi come segni che identificano l'origine commerciale del prodotto, lo stesso non vale necessariamente allorché il segno si confonde con l'aspetto esteriore del prodotto per il quale il segno è richiesto.

24 Infine, occorre rilevare che i motivi applicati alla superficie di un prodotto possono avere diverse funzioni, in particolare tecnica, decorativa o indicativa dell'origine commerciale del prodotto. A tal riguardo, in quanto il pubblico interessato percepisce il segno come un'indicazione dell'origine commerciale del prodotto, il fatto che questo segno svolga diverse funzioni simultanee è senza influenza sul suo carattere distintivo.

25 Nella fattispecie, i prodotti del vetro di cui trattasi riguardano sia professionisti del settore dell'edilizia sia il grande pubblico. Pertanto il pubblico interessato è costituito dal consumatore medio, normalmente informato e ragionevolmente attento e avveduto (v., in tal senso, sentenza della Corte 22 giugno 1999, causa C-342/97, Lloyd Schuhfabrik Meyer, Racc. pag. I-3819, punto 26).

26 Il motivo è costituito dall'applicazione, sulla superficie di una lastra di vetro, di piccoli tratti ripetuti all'infinito indipendentemente dalla superficie della lastra. In

quanto esso è applicato sulla totalità di una delle superfici del prodotto, esso si confonde con l'aspetto esterno del prodotto stesso. Infatti, considerato nel suo insieme, questo motivo non presenta alcun elemento specifico che possa attirare l'attenzione immediata del consumatore in quanto indicazione dell'origine commerciale del prodotto di cui trattasi. Il segno richiesto, riproducendo l'aspetto del vetro, traduce caratteristiche evidenti del prodotto, facendo in modo che esso venga percepito, innanzi tutto, come un mezzo tecnico che garantisce l'opacità del vetro.

27 A tal riguardo, la commissione di ricorso ha constatato giustamente che, da un lato, il pubblico interessato non è solito considerare motivi applicati alla superficie di lastre di vetro come un'indicazione dell'origine commerciale del prodotto e, dall'altro, il motivo non è riconoscibile immediatamente come un'indicazione dell'origine commerciale del prodotto, ma come un elemento funzionale di quest'ultimo.

28 Inoltre, occorre rilevare che i caratteri complesso e fantasioso del motivo richiesto, sottolineati dalla ricorrente, non sono sufficienti per dimostrare il carattere distintivo di questo motivo. Infatti, questi caratteri appaiono come dovuti ad una rifinitura estetica o decorativa piuttosto che come se dovessero indicare l'origine commerciale dei prodotti. Del resto, la complessità globale del motivo nonché la sua applicazione sulla superficie esterna del prodotto non consentono né di fissare dettagli particolari di questo motivo né di comprenderlo senza percepire al tempo stesso le caratteristiche intrinseche del prodotto. Pertanto, il motivo richiesto non potrà essere facilmente ed immediatamente memorizzato dal pubblico interessato come segno distintivo.

29 Per quanto riguarda le precisazioni fornite all'udienza dalla ricorrente secondo cui il motivo lascia un'impressione di rivestimento, di onda luminosa o ancora di impronta digitale, si deve osservare che, se si ritiene che il consumatore medio possa memorizzare segni complessi, esso li fissa in mente solo sulla base di elementi particolari, memorizzabili, e che percepisce come indicatori dell'origine commerciale del prodotto. Ora, il consumatore medio non è solito percepire come segno distintivo una semplice impressione lasciata dall'aspetto esterno di un prodotto.

30 Inoltre, l'impressione lasciata dal motivo non è stabile. Infatti, questa impressione può essere percepita molto diversamente in funzione dell'angolo visuale, dell'intensità della luce o della qualità del vetro e non consentirà quindi di identificare i prodotti della ricorrente e di distinguerli da quelli che hanno un'altra origine commerciale.

31 Di conseguenza, si deve concludere che il segno richiesto non consentirà al consumatore di riconoscere tale segno in quanto segno distintivo allorché questo consumatore dovrà effettuare la sua scelta al momento di un acquisto successivo dei prodotti di cui trattasi.

32 Tale conclusione non è confutata dall'argomento della ricorrente secondo cui il consumatore può identificare il segno richiesto poiché i suoi prodotti sono commercializzati da moltissimo tempo e gli specialisti non possono non riconoscere che così impressi questi prodotti provengono dalla ricorrente. Infatti, da un lato, questo argomento rientra in un'analisi collegata al carattere distintivo acquisito in seguito all'uso e non al carattere distintivo intrinseco del motivo richiesto, e, dall'altro, non si può ritenere che gli specialisti, professionisti dell'edilizia o dell'industria del vetro, siano i soli a costituire il pubblico interessato per i prodotti di cui trattasi.

33 Si deve aggiungere che il fatto che esistano diversi processi tecnici e altri motivi disponibili per rendere un vetro opaco non consente di dimostrare che il consumatore percepirà il segno richiesto nel senso che indica l'origine commerciale dei prodotti.

34 Inoltre, per quanto riguarda l'esistenza di una decisione che ammette l'idoneità alla registrazione del segno in quanto marchio nel Benelux, occorre ricordare che, come risulta dalla giurisprudenza, il regime comunitario dei marchi è un sistema

autonomo la cui applicazione è indipendente da qualsiasi sistema nazionale [sentenza del Tribunale 5 dicembre 2000, causa T-32/00, Messe München/UAMI (electronica), Racc. pag. II-3829, punto 47]. Di conseguenza, la registrazione di un segno come marchio comunitario dev'essere valutata solo sulla base della normativa comunitaria pertinente. Pertanto l'Ufficio e, eventualmente, il giudice comunitario non sono vincolati da decisioni intervenute in taluni Stati membri che ammettono l'idoneità alla registrazione di questo stesso segno come marchio.

35 Del resto, per quanto riguarda l'argomento della ricorrente che si basa sulle decisioni precedenti dell'Ufficio che ammettono il carattere distintivo delle forme di prodotto in quanto tali, occorre precisare che le decisioni delle commissioni di ricorso che riguardano la registrazione di un segno in quanto marchio comunitario si basano sull'applicazione del regolamento n. 40/94. Pertanto, la legittimità delle decisioni delle commissioni di ricorso dev'essere valutata unicamente sulla base di questo regolamento, come interpretato dal giudice comunitario, e non sulla base di una prassi decisionale precedente delle comunicazioni di ricorso stesse.

36 Ne deriva che l'argomento della ricorrente relativo all'esistenza di decisioni precedenti, in particolare della decisione R 104/1999-3 della terza commissione di ricorso del 28 ottobre 1999, che ammettono il carattere distintivo di forme in quanto tali è irrilevante. Inoltre, la ricorrente non ha presentato né decisioni dell'Ufficio con cui si statuisce su segni identici o analoghi al segno di cui trattasi, né argomenti sostanziali che possano essere dedotti da tali decisioni.

37 Dalle considerazioni che precedono risulta che giustamente la commissione di ricorso ha ritenuto che il segno di cui trattasi sia privo di carattere distintivo ai sensi dell'art. 7, n. 1, lett. b), del regolamento n. 40/94. Ne deriva che il presente motivo dev'essere respinto.

Sulla violazione del diritto di essere sentiti

Argomenti delle parti

38 La ricorrente fa rilevare che la commissione di ricorso ha respinto l'analisi dell'esaminatore sull'acquisto in seguito all'uso del carattere distintivo del segno richiesto. La commissione di ricorso ha tuttavia rifiutato di ritenere che il segno richiesto avesse acquistato un carattere distintivo in seguito all'uso basandosi su nuovi motivi, sollevati di propria iniziativa. La ricorrente fa valere che, in quanto queste obiezioni sono state sollevate per la prima volta dalla commissione di ricorso e portate a sua conoscenza con la decisione impugnata, essa non ha potuto, in nessuna fase del procedimento, presentare osservazioni su queste obiezioni.

39 L'Ufficio fa valere che i diritti della ricorrente non sono stati violati in quanto la commissione di ricorso ha solo valutato le prove sottoposte dalla ricorrente in maniera diversa da quella adottata dall'esaminatore. Dall'inizio del procedimento, la ricorrente era stata avvertita della necessità di presentare prove circa l'uso del segno richiesto per tutto il territorio comunitario.

40 L'Ufficio rileva poi che l'esaminatore e la commissione di ricorso sono pervenuti alla conclusione che le prove presentate non erano sufficienti per dimostrare l'acquisto del carattere distintivo. Esso fa valere che le differenze nella valutazione delle prove da parte dell'esaminatore e da parte della commissione di ricorso non sono equivalenti ad un cambiamento di motivi di rifiuto opposti alla ricorrente.

41 L'Ufficio ritiene che le prove presentate dalla ricorrente fossero comprensibili e che non fosse necessario concedere un termine a quest'ultima per raccogliere prove supplementari.

42 Del resto, l'Ufficio aggiunge che la discussione dinanzi alla commissione di ricorso è stata condotta in conformità agli artt. 38, n. 3, e 61, n. 2, del regolamento n. 40/94. Per quanto riguarda l'art. 61, n. 2, di questo regolamento, esso fa valere che, nella presente causa, non esistevano comunicazioni, ai sensi di questa disposizione, fatte dalla commissione di ricorso o dalle altre parti. Pertanto questa disposizione non si applica nella presente fattispecie, nella quale si tratta solo di una questione di valutazione di prove.

Giudizio del Tribunale

43 Nella fattispecie, è pacifico che l'esaminatore ha respinto la domanda di registrazione dopo aver valutato l'affermazione della ricorrente secondo cui il marchio aveva acquistato un carattere distintivo in seguito all'uso in conformità all'art. 7, n. 3, del regolamento n. 40/94. A tal riguardo, esso ha concluso che dai documenti giustificativi presentati dalla ricorrente era risultato che il motivo richiesto veniva utilizzato come elemento decorativo e i prodotti venivano commercializzati con il marchio verbale CHINCHILLA.

44 Nella decisione impugnata la commissione di ricorso ha dichiarato di non approvare questa conclusione dell'esaminatore in quanto essa non era basata su un'analisi specifica delle prove presentate. Inoltre, essa ha constatato l'assenza di acquisto del carattere distintivo in seguito all'uso del segno richiesto rilevando che i documenti presentati non erano sufficienti per pervenire ad una conclusione favorevole alla ricorrente, in quanto, da un lato, esse provenivano da professionisti stabiliti in tre soli Stati membri e, dall'altro, esse rivelavano la scarsa consistenza delle vendite in cinque altri Stati membri.

45 Tenendo conto degli argomenti dedotti dalla ricorrente nel loro insieme, si deve osservare che, in sostanza, essa afferma che il suo diritto ad essere sentita è stato violato in quanto non ha potuto presentare le sue osservazioni sulle considerazioni che hanno giustificato il rigetto da parte della commissione di ricorso del carattere distintivo acquistato dal segno richiesto né dinanzi all'esaminatore né dinanzi alla commissione di ricorso.

46 Occorre rilevare che la commissione di ricorso, in quanto ha constatato un errore nella valutazione effettuata dall'esaminatore, poteva, in conformità all'art. 62, n. 1, del regolamento n. 40/94, o esercitare le competenze di quest'ultimo, o rinviare l'istanza a detto organo per la prosecuzione della procedura.

47 Ne deriva che, in quanto la commissione di ricorso decide di non rinviare l'istanza all'esaminatore, essa dispone delle stesse competenze ed è assoggettata agli stessi obblighi di quest'ultimo, in particolare a quello di poter respingere una domanda solo dopo che il richiedente è stato messo in grado di presentare le sue osservazioni ai sensi degli artt. 38, n. 3, e 73 del regolamento n. 40/94.

48 Nella fattispecie, avendo deciso di esercitare le competenze dell'esaminatore, la commissione di ricorso non poteva respingere la domanda di registrazione, così come l'esaminatore non avrebbe potuto farlo, senza mettere la ricorrente in grado di presentare le sue osservazioni sul ragionamento di cui trattasi, basato sulla scarsa consistenza delle vendite del prodotto di cui trattasi in taluni Stati membri e sulla limitata estensione geografica delle dichiarazioni fornite al riguardo, in quanto questo ragionamento non era stato precedentemente reso noto alla ricorrente.

49 L'Ufficio non può far valere che la valutazione delle prove del carattere distintivo acquisito in seguito all'uso si riduceva ad una semplice constatazione dell'assenza di elementi di prova per quanto riguarda tutto il territorio comunitario, che la

ricorrente avrebbe dovuto obbligatoriamente fornire. Infatti, l'esame da parte della commissione di ricorso non si riduceva ad una semplice constatazione dell'assenza di tali prove per quanto riguarda taluni Stati membri, ma comprendeva anche l'interpretazione della portata degli elementi di prova relativi ad altri Stati membri, interpretazione sulla quale la ricorrente avrebbe dovuto poter presentare osservazioni. A tal riguardo, la decisione impugnata indica del resto che la prova dell'uso non deve necessariamente coprire ogni Stato membro.

50 Ne deriva che, non conferendo alla ricorrente la possibilità di prendere utilmente posizione sul ragionamento svolto per la prima volta nella decisione impugnata, relativamente all'applicazione dell'art. 7, n. 3, del regolamento n. 40/94, la commissione di ricorso ha violato il diritto della ricorrente di essere sentita.

51 Alla luce di queste considerazioni, il motivo relativo alla violazione del diritto di essere sentiti dev'essere accolto. Pertanto la decisione dev'essere annullata, senza che il Tribunale debba analizzare la fondatezza del terzo motivo, relativo alla violazione dell'art. 7, n. 3, del regolamento n. 40/94.

Sulle spese

52 Ai sensi dell'art. 87, n. 2, del regolamento di procedura, il soccombente è condannato alle spese se ne è stata fatta domanda. L'Ufficio, poiché è rimasto soccombente, dev'essere condannato a sopportare le proprie spese nonchè quelle della ricorrente, conformemente alla domanda di quest'ultima.

Per questi motivi,

IL TRIBUNALE (Seconda Sezione)

dichiara e statuisce:

1) La decisione della commissione di ricorso dell'Ufficio per l'armonizzazione nel mercato interno (marchi, disegni e modelli) 30 novembre 2000 (procedimento R 137/2000-1) è annullata.

2) L'Ufficio sopporterà le proprie spese nonché quelle sostenute dalla ricorrente.

Moura Ramos Pirrung Meij

Così deciso e pronunciato a Lussemburgo il 9 ottobre 2002.

Il cancelliere

H. Jung

Il presidente

R.M. Moura Ramos