

FÖRSTAINSTANSRÄTTENS DOM (andra avdelningen)
den 9 oktober 2002 *

I mål T-360/00,

Dart Industries Inc., Orlando (Amerikas förenta stater), företrätt av advokaterna
J. Gray och K.-U. Jonas,

sökande,

mot

Byrån för harmonisering inom den inre marknaden (varumärken, mönster och modeller), företräd av V. Melgar, i egenskap av ombud,

svarande,

angående en talan om ogiltigförklaring av det beslut som fattats av första överklagandenämnden vid Byrån för harmonisering inom den inre marknaden (varumärken, mönster och modeller) den 22 september 2000 (ärende R 278/2000-1) att inte registrera ordet UltraPlus som gemenskapsvarumärke,

* Rättegångsspråk: engelska.

meddelar

FÖRSTAINSTANSRÄTTEN (andra avdelningen)

sammansatt av ordföranden R.M. Moura Ramos samt domarna J. Pirrung och A.W.H. Meij,

justitiesekreterare: byrådirektören J. Plingers,

med beaktande av den ansökan som ingavs till förstainstansrättens kansli den 25 november 2000,

med beaktande av den svarsinlaga som ingavs till förstainstansrättens kansli den 8 mars 2001,

efter förhandlingen den 29 maj 2002,

följande

Dom

Bakgrund till tvisten

1 Den 23 december 1997 ingav sökanden med stöd av rådets förordning (EG) nr 40/94 av den 20 december 1993 om gemenskapsvarumärken (EGT L 11, 1994,

s. 1; svensk specialutgåva, område 17, volym 2, s. 3), i dess ändrade lydelse, en ansökan om ordmärke till Byrån för harmonisering inom den inre marknaden (varumärken, mönster och modeller) (nedan kallad harmoniseringsbyrån).

- 2 Det varumärke som registreringsansökan avsåg är ordet UltraPlus.

- 3 De varor som registreringsansökan avsåg motsvarar ugnsartiklar av plast avsedda för mikrovågsugnar, konvektionsugnar och konventionella ugnar som omfattas av klass 21 i Niceöverenskommelsen av den 15 juni 1957 om klassificering av varor och tjänster för varumärkesregistrering, med ändringar och tillägg.

- 4 Genom beslut av den 20 januari 1999 avslog granskaren registreringsansökan enligt artikel 38 i förordning nr 40/94 med motiveringen att det kännetecken som ansökan avsåg inte var särskiljande i den mening som avses i artikel 7.1 b i nämnda förordning.

- 5 Sökandens överklagande av granskarens beslut avslogs av första överklagandenämnden genom beslut av den 22 september 2000 (nedan kallat det ifrågasatta beslutet).

- 6 Första överklagandenämnden ansåg i huvudsak att det ord som registreringsansökan avsåg beskrev kvaliteten på varorna i fråga och att det inte kunde fungera som ett särskiljande kännetecken eftersom potentiella konsumenter skulle uppfatta ordet endast som att det gav uttryck för ett starkt påstående från tillverkaren avseende kvaliteten på hans varor.

Parternas yrkanden

.

7 Sökanden har yrkat att förstainstansrätten skall

— ogiltigförklara det ifrågasatta beslutet,

— besluta att registreringsansökan skall återförvisas till harmoniseringsbyrån för offentliggörande, och

— förplikta harmoniseringsbyrån att ersätta rättegångskostnaderna.

8 Harmoniseringsbyrån har yrkat att förstainstansrätten skall

— ogilla talan, och

— förplikta sökanden att ersätta rättegångskostnaderna.

- 9 Under förhandlingen återkallade sökanden yrkandet att harmoniseringsbyrån skulle förpliktas att offentliggöra ansökan om registrering av UltraPlus i enlighet med artikel 40 i förordning nr 40/94. Sökanden angav också att den inte avsåg att som självständiga rättsliga grunder åberopa sina anmärkningar avseende principen om likabehandling och att en handling (tillägg av den 2 juni 2000) inte beaktats i förfarandet vid överklagandenämnden, men att det vidhöll dessa anmärkningar för att upplysa förstainstansrätten om bakgrunden till tvisten.

Rättslig bedömning

- 10 Sökanden har till stöd för sin talan åberopat två grunder enligt vilka dels artikel 7.1 c i förordning nr 40/94, dels artikel 7.1 b i samma förordning, har åsidosatts.

Åsidosättande av artikel 7.1 c i förordning nr 40/94

Parternas argument

- 11 Sökanden har gjort gällande att enligt överklagandenämnderna är ett kännetecken inte beskrivande om det endast är suggererande. Så är fallet med UltraPlus, som inte uteslutande och direkt betecknar själva varorna eller de egenskaper som konsumenten kan tänkas söka.

- 12 Dessutom har sökanden angett flera exempel för att visa att harmoniseringsbyrån registrerar kännetecken som består av berömmande ord som tillsammans inte har någon direkt betydelse eller till och med kännetecken som består av orden ultra eller plus i förening med substantiv eller adjektiv.

- 13 Därefter har sökanden påpekat att ordet UltraPlus inte används i de berörda näringskretsarna vare sig i allmänt språkbruk eller i fackspråk, att det inte är vanligt inom hushållssektorn för att beteckna ugnstiklar och att det inte finns något som tyder på att det kommer att bli vanligt.

- 14 Sökanden har vidare gjort gällande att varumärket i fråga inte hindrar företagets konkurrenter från att använda de ord som det består av och att det inte är nödvändigt att hålla varumärket tillgängligt för andra. Sökanden har i detta avseende understrukt att bestämmelserna i artikel 12 i förordning nr 40/94 medger en beskrivande användning av ordet ultraplus.

- 15 Sammanfattningsvis har sökanden hävdats att varumärket UltraPlus består av ett nyligen nyskapat ord som saknar grammatisk betydelse och som inte beskriver varorna i fråga eller någon av deras egenskaper.

- 16 Harmoniseringsbyrån har anfört att frågan huruvida ett kännetecken är beskrivande skall bedömas i förhållande till hur konsumenten uppfattar dess betydelse i förhållande till varorna och tjänsterna i fråga.

- 17 Den har tillagt att ett ord inte är beskrivande om det i förhållande till varorna i fråga har en tvetydig och suggererande betydelse som kan ge upphov till flera tolkningar.

- 18 I förevarande mål anser harmoniseringsbyrån att ordet UltraPlus direkt, utan att det krävs någon ytterligare analys, beskriver varans särskilda kvalitet eller karaktär eller en av dess väsentliga egenskaper, nämligen en mycket god kvalitet på ugnartiklarna. Enligt harmoniseringsbyrån är ordet följaktligen inte endast suggererande, utan klart beskrivande.
- 19 Harmoniseringsbyrån har även anfört att det vid en sökning på Internet i de olika medlemsstaterna framgår att ordet ultraplus används i samband med en varas bestående kvalitet. Det är vanligt att ordet ultraplus används för att berömma den höga kvaliteten på det material som används särskilt inom plastindustrin, till vilken ugnartiklarna i fråga hör.

Förstainstansrättens bedömning

- 20 Enligt artikel 7.1 c i förordning nr 40/94 får följande inte registreras: "Varumärken som endast består av kännetecken eller upplysningar vilka i handeln visar varornas eller tjänsternas art, kvalitet, kvantitet, avsedda användning, värde, geografiska ursprung, tiden för deras framställande eller andra egenskaper hos varorna eller tjänsterna."
- 21 Artikel 7.1 c i förordning nr 40/94 utgör hinder för att kännetecken eller upplysningar som avses i denna bestämmelse förbehålls ett enda företag genom att de registreras som varumärke. Bestämmelsen tjänar således ett syfte av allmänintresse, nämligen att sådana kännetecken och upplysningar skall kunna

användas fritt av alla (förstainstansrättens dom av den 20 mars 2002 i mål T-358/00, DaimlerChrysler mot harmoniseringsbyrån (TRUCKCARD), REG 2002, s. II-1993, punkt 25).

- 22 De kännetecken och upplysningar som avses i artikel 7.1 c i förordning nr 40/94 är i detta hänseende de som, vid en normal användning från målgruppens synpunkt, kan användas för att beskriva den vara eller tjänst som ansökan om registrering avser, antingen direkt eller genom att nämna en av dess väsentliga egenskaper (domstolens dom av den 20 september 2001 i mål C-383/99 P, Procter & Gamble mot harmoniseringsbyrån, REG 2001, s. I-6251, punkt 39). Frågan huruvida ett kännetecken har en beskrivande karaktär skall följaktligen bedömas enbart i förhållande till de aktuella varorna eller tjänsterna och i förhållande till hur en viss målgrupp uppfattar kännetecknet (domen i det ovannämnda målet TRUCKCARD, punkt 26).
- 23 I förevarande mål fastställde överklagandenämnden på grundval av engelska ordböcker att kännetecknet består av dels prefixet ultra, som betyder att något "går längre än, till ytterlighet, utöver gränserna" eller till och med "överstiger i kvantitet, antal, omfattning, precision,...", dels suffixet plus, som innebär att varan är "av högsta kvalitet, utmärkt i sitt slag". Överklagandenämnden bedömde att dessa två ord är exempel på en berömande terminologi som syftar till att fastställa de ifrågavarande varornas förträfflighet. Den ansåg således att ordet UltraPlus är beskrivande för alla typer av varor eller tjänster.
- 24 Förstainstansrätten anser i detta avseende att om ordet var sammansatt av exempelvis prefixet ultra och ett adjektiv, skulle det faktiskt på grundval av dessa definitioner och de lexikaliska regler som är förbundna med dem vara möjligt att konstatera dels att adjektivet direkt och omedelbart upplyser konsumenten om en av varans egenskaper, dels att ett varumärke som är sammansatt på detta sätt är beskrivande, eftersom prefixet endast förstärker den kvalificering som har gjorts av varan.

- 25 I förevarande mål visar emellertid inte ordet *ultra* en kvalitet, en kvantitet eller en egenskap hos ugnkartiklar som konsumenten direkt kan förstå. Detta ord kan som sådant endast förstärka den beteckning av en kvalitet eller en egenskap som uttrycks med ett annat ord. På motsvarande sätt betecknar inte ordet *plus* i sig en kvalitet eller en egenskap hos de ifrågasatta ugnartiklarna av plast som konsumenten direkt kan förstå, och som kan förstärkas av ordet *ultra*.
- 26 I detta hänseende framgår det inte av det ifrågasatta beslutet att målgruppen omedelbart och utan ytterligare analys kan se ett konkret och direkt samband mellan ugnartiklarna av plast och ordet *UltraPlus* (se, för ett liknande resonemang, förstainstansrättens dom av den 7 juni 2001 i mål T-359/99, DKV mot harmoniseringsbyrån (EuroHealth), REG 2001, s. II-1645, punkt 35).
- 27 Den omständigheten att ett företag indirekt och på ett abstrakt sätt framhäver sina varors förträfflighet genom ett varumärke som ordet *UltraPlus*, utan att det direkt och omedelbart upplyser konsumenten om en viss kvalitet eller egenskap hos ugnartiklarna, innebär suggestion och visar inte varornas egenskaper i den mening som avses i artikel 7.1 c i förordning nr 40/94 (se, för ett liknande resonemang, förstainstansrättens dom av den 31 januari 2001 i mål T-24/00, Sunrider mot harmoniseringsbyrån (VITALITE) REG 2001, s. II-449, punkt 24).
- 28 I detta avseende medför inte harmoniseringsbyråns argument, enligt vilka ordet *UltraPlus* visar att varorna är av en mycket god kvalitet och särskilt — såsom det har gjorts gällande under den muntliga förhandlingen — att plastens förträfflighet gör varorna lätta och motståndskraftiga mot temperaturförändringar, att kännetecknet skall anses beskrivande. Sådana egenskaper varken anges eller specificeras i det kännetecknet som ansökan avser och förblir, för det fall allmänheten skulle kunna tänka sig att de antyds, alltför vaga och obestämda för att detta kännetecknet skall anses beskrivande för varorna i fråga (se, för ett

liknande resonemang, förstainstansrättens dom av den 5 april 2001 i mål T-87/00, Bank für Arbeit und Wirtschaft mot harmoniseringsbyrån (EASY-BANK), REG 2001, s. II-1259, punkt 31).

- 29 Av de ovan anförda övervägandena framgår att överklagandenämnden har åsidosatt artikel 7.1 c i förordning nr 40/94 genom att inte göra sin analys i förhållande till varorna i fråga och genom att inte visa att ordet UltraPlus direkt kan beteckna nämnda varor.
- 30 Det skall slutligen tilläggas att den omständigheten att ett kännetecken inte är beskrivande inte automatiskt innebär att det är särskiljande. Denna egenskap kan också saknas om målgruppen inte kan uppfatta att det i detta kännetecken finns en upplysning om varans kommersiella ursprung (se, för ett liknande resonemang, generaladvokaten Ruiz-Jarabo Colomers förslag till avgörande av den 31 januari 2002 i mål C-363/99, Koninklijke KPN Nederland, som för närvarande är föremål för prövning av domstolen, punkt 44, och domen i det ovannämnda målet EuroHealth, punkt 48). Det skall således prövas huruvida artikel 7.1 b i förordning nr 40/94 har åsidosatts.

Åsidosättande av artikel 7.1 b i förordning nr 40/94

Parternas argument

- 31 Enligt sökanden innebär den princip som ligger bakom gemenskapsvarumärket att ett kännetecken kan registreras om det kan särskilja ett företags varor från andra företags varor.

- 32 I detta avseende har sökanden påpekat att överklagandenämnderna har angett att det är tillräckligt med en miniminivå av särskiljande karaktär och att ett varumärke kan vara särskiljande även om det innehåller beskrivande beståndsdelar. På motsvarande sätt kan ett beskrivande kännetecken registreras om det används som ett nytt ord, utan en otvetydig betydelse och utan tydlig hänvisning till särskilda varor eller tjänster.
- 33 Sökanden har anfört att sättet att skriva ordet UltraPlus är ovanligt eftersom det innehåller ett versalt P. Dessutom är ordet nyskapat och förekommer inte i engelska ordböcker. Slutligen har ordet UltraPlus ingen otvetydig eller exakt betydelse eftersom dess beståndsdelar har flera betydelser och sammansättningen av dessa delar är mer än tvetydig för konsumenten.
- 34 I enlighet med de principer som har angetts av överklagandenämnderna har sökanden gjort gällande att orden ultra och plus endast uppfattas som berömmande ord när de används tillsammans med den egenskap som de förstärker. Eftersom de inte har någon betydelse när de används tillsammans, anger de inte en egenskap eller ger en upplysning som avser varorna i fråga. ”UltraPlus ugnartiklar” har därför ingen beskrivande eller kvalitativ betydelse.
- 35 Eftersom orden ultra och plus kan vara särskiljande om de kombineras med ett adjektiv eller ett substantiv, anser sökanden att deras placering sida vid sida — som ger mer utrymme för fantasin — är särskiljande för vilken typ av varor som helst. Sökanden har understrukt att harmoniseringsbyrån har avslagit registreringsansökan endast med motiveringen att de två orden uppfattas som berömmande, utan att beakta att deras placering sida vid sida inte har någon verklig eller endast en suggererande betydelse.

- 36 Harmoniseringsbyrån har påpekat att beskrivande kännetecken i allmänhet omfattas av tillämpningsområdet för både artikel 7.1 c och artikel 7.1 b. Denna överlappning är uppenbar eftersom ett beskrivande kännetecken inte gör det möjligt att skilja mellan varor från olika försäljare.
- 37 I förevarande mål framkallar orden ultra och plus tanken att varorna — vilka de än är — är förträffliga och av ”utmärkt kvalitet”. Harmoniseringsbyrån anser att två berömmande ord, även då de står förenade, inte har någon särskiljningsförmåga. Ordet UltraPlus är enligt harmoniseringsbyrån inte särskiljande för vilken typ av varor som helst.
- 38 Harmoniseringsbyrån instämmer inte i sökandens analys avseende det ovanliga sättet att skriva kännetecknet i fråga och dess nyskapande karaktär. Den har gjort gällande att den omständigheten att bokstaven P är versal förstärker den allmänna berömmande karaktären genom att det görs åtskillnad mellan ordet Ultra och ordet Plus.
- 39 Harmoniseringsbyrån har medgett att kännetecken skall bedömas konsekvent och på ett icke diskriminerande sätt. Trots detta har den hävdats att överklagandenämndens avslag på ansökan om registrering av ordet UltraPlus helt överensstämmer med dess tidigare beslut. I detta avseende har den gett exempel på flera beslut avseende kännetecken som består av prefixet ultra eller suffixet plus.
- 40 Slutligen har harmoniseringsbyrån bestritt sökandens påstående att ordet ultraplus inte är vanligt inom hushållssektorn. Den har i detta avseende gett flera exempel på användning av ordet UltraPlus, särskilt för köksartiklar av plast, för att visa att det i vissa länder används som ett beskrivande ord eller som ett samlingsnamn för en viss typ av köksartiklar av plast.

Förstainstansrättens bedömning

- 41 Enligt artikel 7.1 b i förordning nr 40/94 får ”varumärken som saknar särskiljningsförmåga” inte registreras.
- 42 Kännetecken som enligt artikel 7.1 b i förordning nr 40/94 saknar särskiljningsförmåga anses inte fylla varumärkets huvudsakliga funktion, nämligen den att identifiera varans eller tjänstens kommersiella ursprung, för att därigenom göra det möjligt för de konsumenter som köper den vara eller den tjänst som varumärket avser att göra samma val vid ett senare köp, om erfarenheten varit positiv, eller att göra ett annat val, om den varit negativ.
- 43 Frågan huruvida ett kännetecken har särskiljningsförmåga skall bedömas enbart i förhållande till de varor eller tjänster som registreringsansökan avser och i förhållande till hur den relevanta målgruppen uppfattar kännetecknet.
- 44 I förevarande mål har överklagandenämnden ansett att ordet UltraPlus saknar särskiljningsförmåga på grundval av de omständigheterna att de sammansatta delarna är av berömmande karaktär och att det inte finns några ytterligare beståndsdelar som skulle kunna göra ordet fantasifullt, ovanligt eller iögonfallande. Dessutom har överklagandenämnden ansett att konsumenten inte skulle se ordet som ett särskiljande kännetecken för varornas ursprung, eftersom denne skulle uppfatta det endast som att det gav uttryck för ett starkt påstående från tillverkaren avseende kvaliteten på hans varor.

- 45 Förstainstansrätten påpekar inledningsvis att det för att fastställa att ett kännetecken har särskiljningsförmåga inte är nödvändigt att fastställa att kännetecknet är originellt eller fantasifullt (se, för ett liknande resonemang, förstainstansrättens dom av den 31 januari 2001 i mål T-135/99, Taurus-Film mot harmoniseringsbyrån (Cine Action), REG 2001, s. II-379, punkt 31, och av den 27 februari 2002 i mål T-34/00, Eurocool Logistik mot harmoniseringsbyrån (EUROCOOL), REG 2002, s. II-683, punkt 45).
- 46 Vad beträffar målgruppen skall det anges att köksartiklar, särskilt fat av plast som kan användas i mikrovågsugnar, är avsedda för allmän konsumtion och således för konsumenter vars uppmärksamhetsgrad inte är speciell på så sätt att deras uppfattning av kännetecknet påverkas. Målgruppen består således av genomsnittskonsumenter som är normalt informerade samt skäligen uppmärksamma och upplysta (se, för ett liknande resonemang, domstolens dom av den 22 juni 1999 i mål C-342/97, Lloyd Schuhfabrik Meyer, REG 1999, s. I-3819, punkt 26, och domen i det ovannämnda målet EuroHealth, punkt 27).
- 47 Vad beträffar frågan hur målgruppen uppfattar ordet i fråga, skall det konstateras att båda ordets beståndsdelar används för att skapa komparativ och superlativ genom att de läggs till ett substantiv eller ett adjektiv och att de således normalt inte används tillsammans i en och samma kombination. I detta avseende utgör ordet UltraPlus en strukturell sammansättning som från en lexikalisk utgångspunkt är ovanlig såväl i engelskan som i övriga gemenskaps-språk (se, för ett liknande resonemang, domen i det ovannämnda målet Procter & Gamble mot harmoniseringsbyrån, punkt 44). Ett kännetecken som ordet UltraPlus, vilket — som det har fastställts ovan — inte har ”beskrivande karaktär” och som skiljer sig märkbart från en korrekt lexikalisk konstruktion, kan således i högre grad än kännetecknet som består av ord som på grund av sin betydelse gör det möjligt för konsumenten att tänka sig vilken typ av varor eller tjänster varumärket hänför sig till ha särskiljningsförmåga avseende ugnartiklar.
- 48 Det är faktiskt möjligt för målgruppen att lätt och omedelbart lägga ett sådant kännetecken på minnet, och kännetecknet kan göra det möjligt för målgruppen att vid ett senare köp göra samma val avseende ugnartiklar förutsatt att

kännetecknet inte redan är vanligt för denna typ av varor, vilket skulle hindra konsumenten från att omedelbart och säkert kunna skilja sökandens varor från andra företags varor.

- 49 Harmoniseringsbyrån har i detta avseende gjort gällande att den har funnit flera exempel på att ordet *ultraplus* använts beskrivande och som samlingsnamn för plastvaror, inklusive ugnartiklar. Såsom överklagandenämnden har fastställt uppfattar följaktligen inte kunden att detta ord är ett särskiljande kännetecken för varans ursprung.
- 50 Med beaktande av det registreringsbevis för gemenskapsvarumärke som sökanden lade fram under förhandlingen, konstaterar förstainstansrätten emellertid att den användning av ordet *ultraplus* som ett vanligt och berömmande ord utan samband med det kommersiella ursprunget som — enligt vad det påstås i harmoniseringsbyråns svarsinlaga — sker i Tyskland och i Italien i praktiken är en användning av gemenskapsvarumärket *UltraPlus* som figurmärke, vilket sökanden är innehavare av, som en beteckning på detta företags varor.
- 51 Vad avser de övriga exempel som harmoniseringsbyrån har gett i sin svarsinlaga, skall det konstateras att de inte kan anses relevanta, eftersom varor av plast i allmänhet, inklusive verktyg och elartiklar, inte utgör referenssektor för ugnartiklar av plast.
- 52 Det skulle för övrigt kunna anses att ordet *UltraPlus* mot bakgrund av de exempel som åberopats under förhandlingen inte används i en beskrivande betydelse utan som en motsvarighet till ett substantiv som betecknar sökandens varor eller andra varumärkesinnehavares varor i form av ett varumärke. För att besvara frågan huruvida det sätt på vilket kännetecknet används eller påförs varorna — som varumärke eller på något annat sätt — kan få konsumenten att inte betrakta det som ett särskiljande kännetecken för varans ursprung utan endast som ett

kommersiellt uttalande, krävs emellertid en analys avseende kännetecknets användning, vilken inte kan beaktas vid bedömningen av huruvida kännetecknet kan registreras eller inte (se, för ett liknande resonemang, domen i det ovan nämnda målet TRUCKCARD, punkt 47).

- 53 Vad beträffar de exempel som harmoniseringsbyrån gett på dess fasta praxis i fråga om avslag på registreringsansökningar som avser kännetecknen bestående av ordet ultra eller ordet plus, konstaterar förstainstansrätten att dessa kännetecknen inte är sammansatta av orden ultra och plus i denna ordning. När kännetecknen består av prefixet ultra och ett substantiv eller ett adjektiv, omfattas de i allmänhet av artikel 7.1 c i förordning nr 40/94.
- 54 Med beaktande av det ovan anförda finner förstainstansrätten att överklagandenämnden har åsidosatt artikel 7.1 b i förordning nr 40/94 genom att anse att det inte var något ovanligt med att välja de delar som ordet UltraPlus består av och genom att inte visa att detta sammansatta ord i sin helhet allmänt används för ugnkartiklar.
- 55 Av allt det ovan anförda följer att det ifrågasatta beslutet skall ogiltigförklaras.

Rättegångskostnader

- 56 Enligt artikel 87.2 i rättegångsreglerna skall tappande part förpliktas att ersätta rättegångskostnaderna, om detta har yrkats. Sökanden har yrkat att harmoniseringsbyrån skall förpliktas att ersätta rättegångskostnaderna. Harmoniseringsbyrån har tappat målet och skall därför förpliktas att ersätta sökandens rättegångskostnad.

På dessa grunder beslutar

FÖRSTAINSTANSRÄTTEN (andra avdelningen)

följande dom:

- 1) Beslutet av första överklagandenämnden vid Byrån för harmonisering inom den inre marknaden (varumärken, mönster och modeller) av den 22 september 2000 (ärende R 278/2000-1) ogiltigförklaras.

- 2) Svaranden skall ersätta rättegångskostnaderna.

Moura Ramos

Pirrung

Meij

Avkunnad vid offentligt sammanträde i Luxemburg den 9 oktober 2002.

Jung

Moura Ramos

Justitiesekreterare

Ordförande