

Cauza C-104/22**Cerere de decizie preliminară****Data depunerii:**

15 februarie 2022

Instanța de trimitere:

Markkinaoikeus (Finlanda)

Data deciziei de trimitere:

14 februarie 2022

Reclamantă:

Lännen MCE Oy

Pârâte:

Berky GmbH

Senwatec GmbH & Co. KG

MARKKINAOIKEUS**ORDONANȚĂ**[...] [*omissis*]

14 februarie 2022

[...] [*omissis*]**RECLAMANTĂ**

Lännen MCE Oy

PÂRÂTE

Berky GmbH

Senwatec GmbH & Co. KG

OBIECT:

Contrafacerea unei mărci UE; cerere de decizie preliminară înaintată Curții de Justiție a Uniunii Europene în temeiul articolului 267 din Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene (TFUE)

OBIECTUL LITIGIULUI

- 1 Prin acțiunea introdusă de Lännen MCE Oy pe rolul Markkinaoikeus [Tribunalul pentru Litigii Economice, Finlanda], se solicită să se stabilească dacă pârâtele Berky GmbH (denumită în continuare „Berky”) și Senwatec GmbH & Co. KG (denumită în continuare „Senwatec”), ambele cu sediul în Germania, au adus atingere mărcii UE nr. 003185758 WATERMASTER.
- 2 Cererea de decizie preliminară are ca obiect stabilirea condițiilor în care se poate considera că presupusele faptele de contrafacere, în sensul articolului 125 alineatul (5) din Regulamentul (UE) 2017/1001 al Parlamentului European și al Consiliului din 14 iunie 2017 privind marca UE (denumit în continuare „Regulamentul privind marca Uniunii Europene”), au fost comise în Finlanda și, prin urmare, competența internațională a Markkinaoikeus pentru examinarea cererii.
- 3 În special, se pune întrebarea în ce condiții se poate eventual considera că publicitatea afișată pe cale electronică [OR 2], în discuție în cadrul presupuselor fapte de contrafacere, era adresată unui public-țintă finlandez, indiferent dacă zona geografică de livrare a produselor în discuție a fost sau nu specificată în mod expres separat, împreună cu publicitatea sau în legătură cu aceasta.

SITUAȚIA DE FAPT RELEVANTĂ

Istoricul litigiului

- 4 Lännen MCE Oy, cu sediul social în Finlanda, este titulara mărcii UE nr. 003185758 WATERMASTER.
- 5 Societățile pârâte, Berky și Senwatec, aparțin aceluiași grup. Fiecare dintre cele două societăți este vizată de diferite presupuse fapte de contrafacere, dar acțiunile respective sunt examinate împreună în cadrul unei singure proceduri. Întrucât presupusele fapte de contrafacere sunt distincte, acestea sunt abordate separat în cele ce urmează.
- 6 În ceea ce privește Senwatec, acuzația de încălcare a mărcii Uniunii Europene WATERMASTER se bazează pe un anunț publicitar, afișat în luna august a anului 2016, ca rezultat al unei căutări efectuate pe site-ul internet google.fi pe baza cuvântului-cheie „watermaster”.
- 7 Din înscrisurile prezentate cu titlu de probe în litigiu, rezultă că primul rezultat al căutării pe Google a fost un link publicitar referitor la excavatoarele multifuncționale ale Senwatec, intitulat „Watermaster – Multipurpose amphibian dredgers -senwatec.de”. În legătură cu rezultatul căutării menționate, apărarea cuvântul „publicitate”, iar rezultatul căutării era separat printr-o linie de celelalte rezultate ale căutării. Din pagina returnată în urma căutării menționate, reiese,

având în vedere adresa IP a persoanei care a efectuat căutarea, că locul în care se afla aceasta era orașul Helsinki din Finlanda. Din linkul publicitar afișat ca rezultat al căutării, respectiv din textul asociat acestuia, nu rezultă niciun element care să indice în mod specific Finlanda sau măcar zona geografică de livrare a produselor. **[OR 3]**

- 8 Linkul publicitar de mai sus a condus la site-ul www.senwatec.de Senwatec. Pe acest site se găsea, printre altele, un text în limba engleză, potrivit căruia produsele Senwatec ar fi fost utilizate pe plan mondial: „The machines and solutions from the company Senwatec are worldwide in use. To give you an overview of the area of operations we created for you an own Senwatec-world map”. Textul era însoțit de imaginea unei hărți a lumii, pe care erau evidențiate în culori închise țările în care Senwatec desfășura – potrivit propriilor afirmații – activități. Pe hartă, cea mai mare parte a Europei de Vest, întreaga Americă de Nord și mai multe țări asiatice și africane erau evidențiate în culori închise. Finlanda însă nu era evidențiată în culori închise. În plus față de cele precizate anterior, în cadrul litigiului nu au fost prezentate alte considerații cu privire la conținutul site-ului în ceea ce privește domeniul de activitate al Senwatec, respectiv zona de livrare a produselor.
- 9 În ceea ce privește Berky, susținerea Lännen MCE Oy potrivit căreia ar fi fost încălcate drepturile conferite de marca UE WATERMASTER se întemeiază pe faptul că, în cadrul serviciului de partajare de fotografii Flickr.com, între anul 2005 și anul 2019, un așa-numit „megatag” „watermaster”, format dintr-un cuvânt-cheie, fusese utilizat în legătură cu imagini care prezentau diferite utilaje ale Berky. Potrivit Lännen MCE Oy, ca rezultat al unei căutări folosind termenii de căutare „watermaster amphibious dredger”, pe pagina Google.fi a fost afișat un link către serviciul de partajare de fișiere Flickr.com, în care se aflau imagini ale utilajelor Berky. Linkul afișat ca rezultat al căutării nu era un link publicitar, ci un așa-numit rezultat organic al căutării.
- 10 În legendele imaginilor aflate pe serviciul online Flickr.com erau indicate, în limba engleză, numele utilajelor și, în plus, numerele de model. Logo-ul Berky a apărut de asemenea în legătură cu aceste imagini. Fiecărei imagini îi erau asociate numeroase megatag-uri formate din cuvinte-cheie în limba engleză și în alte limbi. Printre altele, unul dintre aceste tag-uri era „watermaster”. De asemenea, exista posibilitatea **[OR 4]** înregistrării în cadrul serviciului în cauză ca următor (follower) al conținutului lui Berky.
- 11 În legătură cu linkul afișat ca rezultat al căutării pe internet pe Google.fi sau cu imaginile de pe serviciul de partajare de fotografii Flickr.com, nu au fost afișate date care să facă trimitere în mod specific la Finlanda. De asemenea, în legătură cu imaginile, nu existau alte informații care să indice în mod expres zona geografică de livrare a utilajelor Berky prezentate în imagini.

Procedura în fața Markkinaoikeus

- 12 Reclamanta, Lännen MCE Oy, a susținut că presupusele fapte de contrafacere au avut loc în Finlanda și că, prin urmare, Markkinaoikeus (Tribunalul pentru Litigii Economice) avea competența de a judeca acțiunea în contrafacere în temeiul articolului 125 alineatul (5) din Regulamentul privind marca Uniunii Europene, în calitate de instanță competentă în domeniul mărcilor UE.
- 13 Potrivit Lännen MCE Oy, în discuție erau activitățile de comercializare ale celor două pârâte pe internet, care erau legate de teritoriul finlandez și erau vizibile pentru consumatorii și comercianții finlandezi. Produsele Berky și Senwatec erau vândute în întreaga lume. Publicitatea în limba engleză nu se adresa numai publicului-țintă german, ci și, fără restricții, unui public-țintă internațional, așadar, în toate țările în care publicitatea în cauză era vizibilă. Întrucât publicitatea nu viza o singură țară, aceasta era adresată tuturor țărilor în care era vizibilă. Ar fi deja decisiv faptul că utilizarea nelegală era vizibilă pentru utilizatorii finlandezi de internet.
- 14 În memoriu în apărare formulat, pârătele Berky și Senwatec au contestat competența internațională a Markkinaoikeus în acest litigiu. Potrivit acestora, presupusele acte de încălcare nu au avut loc în Finlanda. Pentru acest motiv, pârătele au solicitat, în primul rând, ca Markkinaoikeus să respingă acțiunea ca inadmisibilă. [OR 5]
- 15 Berky și Senwatec au susținut că nu și-au orientat comercializarea către Finlanda, nu și-au oferit produsele spre vânzare în Finlanda și că Finlanda nu era nici zona lor de piață. Rezultatul căutării pe Google și cuvântul „watermaster”, care apare pe acest site, nu dovedeau o comercializare a produselor referitoare la Finlanda, iar marketing-ul nu se referea nici în alt mod la Finlanda. Potrivit pârătelor, efectuarea căutării prin intermediul paginii Google.fi nu a avut niciun impact asupra evaluării. Imaginile Berky de pe site-ul Flickr.com nu constituiau nici măcar publicitate sau oferte de vânzare. Prin urmare, presupusele fapte de contrafacere nu aveau legătură cu Finlanda. În această privință, aspectul determinant nu era dacă conținutul de internet despre care se pretindea că ar fi constituit un act de contrafacere era vizibil în Finlanda, ci dacă acest conținut avea o legătură relevantă cu Finlanda.
- 16 Părțile au opinii divergente cu privire la aspectul dacă harta reprodușă ca imagine pe site-ul Senwatec arată că societatea a delimitat zona geografică de livrare a produselor sale în sensul că produsele nu sunt furnizate în Finlanda. Potrivit Senwatec, harta este o dovadă că Finlanda nu face parte din zona de piață a produselor societății și, conform propriilor informații, societatea nu are distribuitori autorizați sau vânzări în Finlanda. Potrivit Lännen MCE Oy, piețele produselor Senwatec sunt la nivel mondial, iar această societate și-a desfășurat de asemenea activitatea în țări care nu au fost evidențiate pe harta menționată. În plus, în cadrul litigiului, au fost prezentate probe testimoniale, care au demonstrat

că harta mondială menționată mai sus nu acoperea doar zona de activitate a Senwatec, ci și pe cea a Berky.

PREVEDERI LEGALE ȘI JURISPRUDENȚĂ

Regulamentul privind marca Uniunii Europene

- 17 Regulamentul privind marca Uniunii Europene se aplică de la 1 octombrie 2017. În măsura în care pretenziunile încălcări, care stau la baza acțiunii, au avut loc înainte de această dată, Markkinaoikeus consideră că este aplicabil Regulamentul (CE) nr. 207/2009 al Consiliului privind marca comunitară [OR 6], astfel cum a fost modificat, printre altele, prin Regulamentul (UE) 2015/2424, care a intrat în vigoare la 23 martie 2016 (denumite împreună în continuare „Regulamentul anterior privind marca Uniunii Europene”).
- 18 Acțiunea în contrafacere formulată de Lännen MCE Oy este pendinte la Markkinaoikeus de la 28 ianuarie 2020. În ceea ce privește problema competenței sale, Markkinaoikeus consideră că, prin derogare de la observațiile anterioare, competența sa este reglementată de actualul Regulament privind marca Uniunii Europene care, în privința aspectelor prezentate mai jos, are același conținut ca și Regulamentul anterior privind marca Uniunii Europene.
- 19 În conformitate cu articolul 124 litera (a) din Regulamentul privind marca Uniunii Europene, instanțele competente în domeniul mărcilor UE au competență exclusivă în materia acțiunilor în constatarea încălcării drepturilor conferite de o marcă UE.
- 20 Potrivit articolului 125 alineatul (5) din Regulamentul privind marca Uniunii Europene, procedurile care rezultă din acțiunile și cererile menționate la articolul 124, cu excepția acțiunilor în constatarea inexistenței unei încălcări a drepturilor conferite de o marcă UE, pot de asemenea să fie introduse în fața instanțelor statului membru pe teritoriul căruia a fost săvârșită fapta de contrafacere sau a fost semnalat pericolul de contrafacere ori pe teritoriul căruia s-a săvârșit o faptă menționată la articolul 11 alineatul (2).
- 21 În conformitate cu articolul 126 alineatul (2) din Regulamentul privind marca Uniunii Europene, o instanță competentă în domeniul mărcilor Uniunii Europene a cărei competență se întemeiază pe articolul 125 alineatul (5) are competența de a hotărî numai în privința faptelor comise sau asupra pericolelor de contrafacere existente pe teritoriul statului membru în care este situată această instanță.

Jurisprudența Curții de Justiție

- 22 În Hotărârea din 5 septembrie 2019, AMS Neve și alții (C-172/18, EU:C:2019:674), care se referea la interpretarea articolului 97 alineatul (5) din

Regulamentul anterior privind marca Uniunii Europene, al cărui conținut corespunde [OR 7] articolului 125 alineatul (5) din actualul Regulament privind marca Uniunii Europene, Curtea a analizat problema stabilirii statului membru în care a avut loc încălcarea în cazul publicității și al ofertelor de vânzare de produse afișate pe cale electronică, care conțineau o marcă despre care se pretinde că a fost încălcată.

- 23 Potrivit punctului 47 din hotărâre, presupusele fapte de contrafacere au fost săvârșite pe teritoriul pe care se află consumatorii și profesioniștii cărora le sunt adresate aceste anunțuri și oferte de vânzare, în pofida faptului că pârâtul este stabilit pe un alt teritoriu, că serverul rețelei electronice pe care o utilizează se află pe un alt teritoriu sau că produsele care fac obiectul acestor anunțuri publicitare și oferte se află pe un alt teritoriu.
- 24 Potrivit punctului 54 din hotărâre, faptele de contrafacere referitoare la o marcă UE trebuie să fie considerate ca fiind „săvârșite” pe teritoriul pe care au dobândit un caracter publicitar și de ofertă spre vânzare, mai precis teritoriul pe care conținutul comercial a devenit în mod efectiv accesibil pentru consumatorii și pentru profesioniștii cărora le era destinat. Aspectul dacă aceste anunțuri publicitare și aceste oferte au avut ulterior efectul de a provoca achiziționarea produselor pârâtului este, în schimb, lipsit de relevanță.
- 25 Din cuprinsul punctului 56 din hotărâre, reiese că instanța judecătorească trebuie să examineze problema statului membru în care sunt localizați consumatorii sau profesioniștii cărora le sunt adresate anunțurile publicitare și ofertele de vânzare conținute pe site-ul internet sau pe platformele în cauză, în special pe baza indicațiilor de pe acest site internet și de pe aceste platforme cu privire la zonele geografice de livrare a produselor respective.
- 26 La punctul 56 – cel din urmă menționat – din această hotărâre, se face referire la punctele 64 și 65 din Hotărârea din 12 iulie 2011, L’Oreal și alții (C-324/09, EU:C:2011:474), în cuprinsul căreia sunt examinate condițiile în care titularul unei mărci UE are dreptul să interzică prezentarea spre vânzare a produselor care poartă marca [OR 8] pe o piață online.
- 27 Conform punctului 64 din Hotărârea L’Oreal, simpla accesibilitate a unui site internet pe teritoriul acoperit de marcă nu este totuși suficientă pentru a se concluziona că ofertele de vânzare afișate pe acesta sunt destinate consumatorilor aflați pe acest teritoriu. Astfel, în cazul în care accesibilitatea unei piețe online pe teritoriul respectiv ar fi suficientă pentru ca anunțurile afișate pe aceasta să aparțină domeniului de aplicare al legislației privind marca UE, atunci, în cazul site-urilor și al anunțurilor care, deși sunt în mod evident destinate exclusiv unor consumatori situați în state terțe, sunt totuși accesibile tehnic pe teritoriul Uniunii, ar fi aplicabil în mod nejustificat dreptul Uniunii.
- 28 În consecință, potrivit punctului 65 din Hotărârea L’Oreal, revine instanțelor naționale sarcina de a aprecia de la caz la caz dacă există indicii relevante care

permit să se constate că o ofertă de vânzare afișată pe o piață online accesibilă pe teritoriul acoperit de marcă este destinată unor consumatori aflați pe teritoriul amintit. În cazul în care oferta de vânzare este însoțită de precizări privind zonele geografice în care vânzătorul acceptă să expedieze produsul, acest tip de precizare are o importanță specială în cadrul aprecierii menționate.

- 29 Potrivit punctului 58 din Hotărârea AMS Neve, dispoziția anterioară care corespunde articolului 125 alineatul (5) din Regulamentul privind marca Uniunii Europene trebuie să primească, desigur, o interpretare autonomă în raport cu cea a articolului 5 punctul 3 din Regulamentul nr. 44/2001 al Consiliului din 22 decembrie 2000 privind competența judiciară, recunoașterea și executarea hotărârilor în materie civilă și comercială, furnizată de Curte pentru acțiunile în contrafacerea unor mărci naționale. Cu toate acestea, interpretarea noțiunii de „teritoriul [statului membru în care] a fost săvârșită fapta de contrafacere” și a noțiunii de „locul unde s- a produs fapta prejudiciabilă”, care figurează la aceste dispoziții, trebuie să aibă o anumită coerență. **[OR 9]**
- 30 Potrivit punctului 39 din Hotărârea din 19 aprilie 2012, Wintersteiger (C-523/10, EU:C:2012:220), articolul 5 punctul 3 din Regulamentul nr. 44/2001 trebuie interpretat în sensul că un litigiu referitor la atingerea adusă unei mărci înregistrate într- un stat membru ca urmare a utilizării de către o persoană care publică un anunț a unui cuvânt- cheie identic cu marca respectivă pe site- ul internet al unui motor de căutare care operează prin intermediul unui domeniu național de prim nivel dintr- un alt stat membru poate să fie dedus judecării fie la instanțele din statul membru în care este înregistrată marca, fie la instanțele din statul membru de la locul în care este stabilită persoana care publică anunțul.

NECESITATEA CERERII DE DECIZIE PRELIMINARĂ

- 31 În lumina jurisprudenței Curții de Justiție menționate anterior, pentru a determina care este statul membru în care se află consumatorii sau profesioniștii cărora le sunt adresate anunțurile sau ofertele de vânzare publicate pe cale electronică pe un site internet, trebuie să se acorde o atenție deosebită indicațiilor referitoare la zonele geografice în care sunt livrate produsele.
- 32 Din jurisprudență se poate concluziona că, în cadrul examinării, pot fi luate în considerare și alte circumstanțe, pe lângă indicațiile referitoare la zonele geografice de livrare a produselor. Acest lucru poate fi deosebit de relevant în cazul în care o zonă geografică de livrare nu este specificată deloc sau poate fi dedusă numai în mod indirect, din alte împrejurări. Cu toate acestea, rămâne neclar care ar putea fi aceste alte împrejurări.
- 33 Din Concluziile avocatului general prezentate în cauza AMS Neve (EU:C:2010:276, punctul 89), reiese clar că, la verificarea competenței în temeiul locului în care s- a produs fapta de contrafacere, sunt importante mai multe elemente. Potrivit acestor concluzii, astfel de elemente pot fi, printre altele: faptul că o ofertă și un anunț publicitar fac referire în mod explicit la **[OR 10]** publicul

dintr- un stat membru, că ele sunt disponibile pe un site internet cu un domeniu național de prim nivel din acest stat membru, că prețurile sunt prezentate în moneda națională sau că pe un astfel de site internet sunt afișate numere care cuprind prefixul național al statului în cauză. Această listă de elemente nu este – potrivit concluziilor menționate – nici exhaustivă, nici exclusivă. În Hotărârea preliminară AMS Neve, Curtea nu a detaliat semnificația acestor alte elemente.

- 34 Mai întâi, nu este clar dacă natura produselor vizate de publicitate poate fi luată în considerare pentru a stabili care este statul membru în care se află consumatorii sau comercianții cărora li se adresează un anunț publicitar sau o ofertă de vânzare și, prin urmare, care este statul membru în care a fost săvârșită presupusa faptă de contrafacere, în conformitate cu articolul 125 alineatul (5) din Regulamentul privind marca Uniunii Europene. În prezentul litigiu, Lännen MCE Oy a susținut, printre altele, că zona de piață a produselor Berky și Senwatec era întreaga lume și că publicitatea referitoare la acestea se adresa tuturor țărilor în care aceasta era vizibilă.
- 35 În cazul în care se presupune că publicitatea se referă la întreaga lume și, prin urmare, la întregul teritoriu al Uniunii Europene, nu este clar dacă se poate considera că publicitatea se referă la un stat membru concret. În ceea ce privește Berky, problema care trebuie soluționată în prealabil în litigiu este dacă, în lumina faptelor care au apărut în cadrul litigiului, prezentarea imaginilor cu utilajele Berky pe serviciul de partajare de fotografii Flickr.com constituie publicitate.
- 36 Din punctul 90 din Concluziile avocatului general prezentate în cauza AMS Neve (EU:C:2019:276), reiese în mod clar că o indicație generală, care vizează întreaga Uniune, a zonei geografice de livrare nu permite identificarea publicului vizat în mod specific. Acordarea de importanță unei astfel de indicații generale ar presupune că autorul unei contrafaceri invocate poate fi acționat în justiție în fața instanțelor din toate statele membre. Curtea de Justiție [OR 11] nu a luat poziție cu privire la acest aspect în Hotărârea sa preliminară AMS Neve.
- 37 În Hotărârea Wintersteiger, menționată anterior, s-a acordat importanță competenței judiciare a domeniului de prim nivel al site-ului web al motorului de căutare. Cu toate acestea, hotărârea se referă la o marcă națională și diferă și în celelalte privințe de prezentul litigiu.
- 38 Având în vedere considerațiile de mai sus, rămâne neclar dacă, pentru a decide cu privire la competența judiciară în temeiul articolului 125 alineatul (5) din Regulamentul privind marca Uniunii Europene, poate fi relevant statul membru sub al cărui domeniu de prim nivel este operat site-ul internet al motorului de căutare pe care este disponibil anunțul publicitar.
- 39 În special, nu este clar dacă se poate considera că publicitatea afișată în format electronic de o întreprindere A, stabilită în statul membru X, se adresează consumatorilor sau comercianților din statul membru Y, în cazul în care A a utilizat, într-un anunț publicitar sau drept cuvânt-cheie, un semn identic cu o

marcă UE pe un site internet al unui motor de căutare care funcționează sub domeniul de prim nivel al statului membru Y.

- 40 În măsura în care, în prezentul litigiu, sunt relevante împrejurările menționate anterior, este de asemenea neclar dacă instanțele competente în domeniul mărcilor UE din statul membru Y sunt competente să se pronunțe asupra unei acțiuni în contrafacere numai pe baza acestor împrejurări sau dacă există și alte cerințe de competență.
- 41 Răspunsurile la chestiunile de interpretare menționate sunt necesare pentru soluționarea procedurii principale aflate pe rolul Markkinaoikeus.

ÎNTREBĂRILE PRELIMINARE

După ce a dat posibilitatea părților să se pronunțe cu privire la fondul cererii de decizie preliminară, Markkinaoikeus (Tribunalul pentru Litigii Economice, Finlanda) a hotărât să suspende [OR 12] judecarea cauzei și să adreseze Curții de Justiție a Uniunii Europene următoarele întrebări în vederea pronunțării unei decizii preliminare:

Întreprinderea A este stabilită în statul membru X, unde își are sediul, și a utilizat pe un site internet, în publicitate sau ca cuvânt-cheie, un semn identic cu o marcă UE aparținând întreprinderii B.

- 1) În cazul descris anterior, se poate considera că publicitatea se adresează consumatorilor sau profesioniștilor din statul membru Y, în care își are sediul întreprinderea B, și are o instanță competentă în domeniul mărcilor UE din statul membru Y posibilitatea, în temeiul articolului 125 alineatul (5) din Regulamentul privind marca Uniunii Europene, să examineze o acțiune în contrafacerea unei mărci UE în cazul în care, în publicitatea afișată pe cale electronică sau accesibilă printr-un link de pe un site internet al unui agent de publicitate, nu se specifică – cel puțin, nu în mod expres – zona geografică de livrare a produselor sau nu se exclude în mod expres niciun stat membru concret din zona de livrare? În acest context, pot fi luate în considerare natura produselor la care se referă publicitatea și faptul că zona de piață a produselor întreprinderii A este, astfel cum se susține, mondială și, prin urmare, acoperă întregul teritoriu al Uniunii Europene, inclusiv statul membru Y?
- 2) Se poate considera că publicitatea menționată anterior se adresează consumatorilor sau profesioniștilor din statul membru Y, în cazul în care publicitatea este afișată pe site-ul unui motor de căutare care funcționează în domeniul național de prim nivel al statului membru Y?
- 3) În cazul unui răspuns afirmativ la prima sau la a doua întrebare: Ce alte împrejurări ar trebui, eventual, să fie luate în considerare pentru a stabili

dacă publicitatea se adresează consumatorilor sau profesioniștilor din statul membru Y? **[OR 13]**

[...][*omissis*] [Indicații procedurale]

CALE DE ATAC

Prezenta decizie nu este supusă niciunei căi de atac.

[...][*omissis*] [Componenta instanței][*omissis*] [Lista destinatarilor]

DOCUMENT DE LUCRU