

Causa C-104/22**Domanda di pronuncia pregiudiziale****Data di deposito:**

15 febbraio 2022

Giudice del rinvio:

Markkinaoikeus (Tribunale delle questioni economiche, Finlandia)

Data della decisione di rinvio:

14 febbraio 2022

Ricorrente:

Lännen MCE Oy

Resistente:

Berky GmbH

Senwatec GmbH & Co. KG

MARKKINAOIKEUS (TRIBUNALE QUESTIONI FINLANDIA)	ORDINANZA	[OMISSIS]
---	------------------	-----------

	14 febbraio 2022	[OMISSIS]
--	------------------	-----------

RICORRENTE	Lännen MCE Oy
-------------------	---------------

RESISTENTI	Berky GmbH
-------------------	------------

	Senwatec GmbH & Co. KG
--	------------------------

OGGETTO	Contraffazione di un marchio dell'Unione; domanda di pronuncia pregiudiziale sottoposta alla Corte di giustizia dell'Unione europea in forza dell'articolo 267 del Trattato sul funzionamento dell'Unione europea
----------------	---

OGGETTO DELLA CONTROVERSA

- 1 Il ricorso proposto dalla Lännen MCE Oy dinanzi al Markkinaoikeus (Tribunale delle questioni economiche, Finlandia), verte sulla questione se le resistenti Berky GmbH (in prosieguo: la «Berky») e Senwatec GmbH & Co KG (in prosieguo: la «Senwatec»), entrambi con sede in Germania, abbiano contraffatto il marchio dell'Unione n. 003185758 WATERMASTER.
- 2 La domanda di pronuncia pregiudiziale mira a chiarire quali siano le condizioni per stabilire se gli asseriti atti di contraffazione di cui all'articolo 125, paragrafo 5, del regolamento (UE) 2017/1001 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 14 giugno 2017, sul marchio dell'Unione europea (in prosieguo: il «RMUE»), sono stati commessi in Finlandia e se sussiste pertanto la competenza internazionale del Markkinaoikeus ai fini dell'esame del ricorso.
- 3 In particolare, viene chiesto di stabilire a quali condizioni possa eventualmente ritenersi che la pubblicità [Or. 2] pubblicata per via elettronica, oggetto degli asseriti atti di contraffazione, fosse rivolta ad un pubblico finlandese, indipendentemente dal fatto che l'area geografica di consegna dei prodotti di cui trattasi sia stata espressamente specificata in tale pubblicità o in combinazione con essa.

FATTI RILEVANTI

Antefatto della controversia

- 4 La Lännen MCE Oy, con sede in Finlandia, è titolare del marchio dell'Unione n. 003185758 WATERMASTER.
- 5 Le società resistenti Berky e Senwatec fanno parte dello stesso gruppo. Benché tali società siano coinvolte in differenti asseriti atti di contraffazione, i rispettivi ricorsi vengono trattati congiuntamente in un unico procedimento. Dato che gli asseriti atti di contraffazione differiscono tra loro, essi saranno di seguito esaminati separatamente.
- 6 Quanto alla Senwatec, l'asserita contraffazione del marchio dell'Unione WATERMASTER trae origine da una pubblicità visualizzata nell'agosto 2016 a seguito di una ricerca effettuata utilizzando il termine «watermaster» sul sito Internet Google.fi.
- 7 Dalle prove documentali addotte nella controversia emerge che il primo risultato della ricerca effettuata su Google era un collegamento pubblicitario relativo alle draghe multiuso Senwatec che recava il titolo «Watermaster – Multipurpose amphibian dredgers – senwatec.de». Associato al suddetto risultato di ricerca figurava il termine «annuncio» e detto risultato era separato dagli altri per mezzo di una linea. Dalla stampata della suddetta ricerca risulta che, sulla base

dell'indirizzo IP del soggetto che ha effettuato la ricerca, la sua posizione era Helsinki/Finlandia. Dal collegamento pubblicitario visualizzato come risultato della ricerca o, rispettivamente, dal testo ad esso associato, non si evince alcun riferimento specifico alla Finlandia né all'area geografica di consegna dei prodotti. [Or. 3]

- 8 Il suddetto collegamento pubblicitario indirizzava al sito Internet della Senwatec, www.senwatec.de, sul quale era presente, inter alia, un testo in lingua inglese in cui veniva affermato che i prodotti della Senwatec verrebbero utilizzati in tutto il mondo: «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». Al testo era associata l'immagine di un planisfero, in cui erano evidenziati, in colore scuro, i paesi nei quali la Senwatec dichiarava di svolgere le proprie attività. Sulla mappa in questione, la maggior parte dell'Europa occidentale, tutto il Nord America e diversi paesi asiatici e africani erano in colore scuro. Tra tali paesi mancava, però, la Finlandia. Oltre a quanto esposto in precedenza, dalla controversia non emergevano ulteriori dettagli in merito al contenuto del sito Internet nella parte riguardante l'ambito di attività della Senwatec o l'area di consegna dei prodotti.
- 9 Con riguardo alla Berky, la Lännen MCE Oy, nell'asserire la contraffazione del marchio dell'Unione WATERMASTER, fa riferimento al fatto che nel servizio di condivisione di foto Flickr.com veniva utilizzato, tra il 2005 e il 2019, un cosiddetto metatag «watermaster», costituito da una parola chiave e associato alle immagini di presentazione di diversi macchinari della Berky. Secondo la Lännen MCE Oy, nel sito di Google.fi veniva visualizzato, come risultato della ricerca effettuata utilizzando i termini «watermaster amphibious dredger», un collegamento al servizio di condivisione di file Flickr.com, ove figuravano immagini dei macchinari della Berky. Il collegamento risultante dalla ricerca non era un collegamento pubblicitario, bensì un cosiddetto risultato di ricerca organico.
- 10 Nelle didascalie delle immagini presenti sul servizio online Flickr.com erano indicati in lingua inglese i nomi dei macchinari, oltre ai numeri dei modelli. Unitamente alle immagini compariva anche il logo della Berky. A ciascuna immagine erano associati, in inglese e in altre lingue, numerosi metatag costituiti da parole chiave, tra i quali, in particolare, «watermaster». Era altresì offerta [Or. 4] la possibilità di registrarsi al servizio di cui trattasi in qualità di follower dei contenuti della Berky.
- 11 Non compariva alcun riferimento specifico alla Finlandia né nel collegamento visualizzato come risultato di ricerca sul sito Internet Google.fi, né nelle immagini presenti nel servizio di condivisione di foto Flickr.com. A dette immagini non risultava associata nessun'altra informazione, dalla quale potesse desumersi esplicitamente l'area geografica di consegna dei macchinari della Berky ivi illustrati.

Trattazione della controversia dinanzi al Markkinaoikeus

- 12 La ricorrente, la Lännen MCE Oy, sostiene che gli asseriti atti di contraffazione avrebbero avuto luogo in Finlandia e che il Markkinaoikeus (Tribunale delle questioni economiche) sarebbe pertanto competente per la trattazione dell'azione per contraffazione ai sensi dell'articolo 125, paragrafo 5, del RMUE in qualità di tribunale dei marchi dell'Unione europea.
- 13 Ad avviso della Lännen MCE Oy, oggetto della controversia erano le attività di marketing di entrambe le resistenti su Internet, connesse al territorio finlandese e visibili a consumatori e operatori commerciali finlandesi. I prodotti della Berky e della Senwatec verrebbero venduti in tutto il mondo. La pubblicità in lingua inglese non sarebbe rivolta esclusivamente al pubblico tedesco, bensì illimitatamente al pubblico internazionale, ossia a tutti i paesi nei quali la pubblicità controversa sarebbe visibile. Dato che la pubblicità non sarebbe destinata ad un paese in particolare, essa dovrebbe essere considerata destinata ad ogni paese in cui sia stata visibile. Sarebbe decisivo il fatto che l'utilizzazione illecita sia stata visualizzabile dagli utenti finlandesi di Internet.
- 14 Nel loro controricorso, le resistenti Berky e Senwatec contestano la competenza internazionale del Markkinaoikeus (Tribunale delle questioni economiche) nella controversia in esame. Essi sostengono che gli asseriti atti di contraffazione non avrebbero avuto luogo in Finlandia e hanno chiesto pertanto, in primo luogo, che il giudice adito respingesse il ricorso in quanto irricevibile. **[Or. 5]**
- 15 La Berky e la Senwatec sostengono di non aver destinato la loro attività di marketing alla Finlandia, né di aver offerto in vendita i loro prodotti in Finlandia, non costituendo detto paese un loro mercato di riferimento. Il risultato della ricerca effettuata su Google e il termine «watermaster» che vi figura non faceva alcun riferimento al marketing dei prodotti relativo alla Finlandia, né il marketing avrebbe avuto altrimenti come destinataria la Finlandia. Il fatto che la ricerca sia stata effettuata tramite il sito Google.fi non avrebbe influito minimamente sulla valutazione. Le immagini della Berky reperibili sul sito Flickr.com non costituirebbero pubblicità, né offerte di vendita. Ne consegue che gli asseriti atti di contraffazione non riguarderebbero la Finlandia. A tal proposito, non sarebbe rilevante se il contenuto presente su Internet, che si presume essere un atto di contraffazione, sia stato visibile in Finlandia, bensì se un contenuto del genere presenti una connessione significativa con la Finlandia.
- 16 Le parti sono in disaccordo sul fatto che la mappa raffigurata sul sito Internet della Senwatec rappresenti la delimitazione dell'area geografica di consegna dei prodotti della società in modo da escluderne la distribuzione in Finlandia. Secondo la Senwatec, la mappa indicherebbe l'estraneità della Finlandia dal mercato di riferimento dei prodotti della società che, in base alle sue stesse dichiarazioni, non ha né rivenditori autorizzati né distributori in Finlandia. La Lännen MCE Oy sostiene che i mercati per i prodotti della Senwatec sono presenti in tutto il mondo e che essa sarebbe stata operativa anche in paesi non evidenziati sulla mappa

summenzionata. Nella controversia sono state inoltre addotte prove testimoniali per dimostrare che detto planisfero riguarderebbe non solo l'area di attività della Senwatec, ma anche quella della Berky.

LEGISLAZIONE E GIURISPRUDENZA

Regolamento sul marchio dell'Unione

- 17 Il RMUE è in vigore a decorrere dal 1° ottobre 2017. Nella misura in cui le asserite contraffazioni oggetto del ricorso si siano verificate prima di tale data, il Markkinaoikeus (Tribunale delle questioni economiche) ritiene che, alla data degli atti di asserita contraffazione e fino al 30 settembre 2017 trovi applicazione il regolamento (CE) n. 207/2009 del Consiglio sul marchio comunitario, [Or. 6] come modificato, tra l'altro, dal regolamento (UE) 2015/2424, entrato in vigore il 23 marzo 2016 (in prosieguo, congiuntamente: il «precedente regolamento sul marchio dell'Unione»).
- 18 L'azione per contraffazione della Lännen MCE Oy è stata avviata dinanzi al Markkinaoikeus (Tribunale delle questioni economiche) in data 28 gennaio 2020. Detto giudice rileva che, contrariamente alle precedenti osservazioni, la questione vertente sulla sua competenza sia disciplinata dal vigente RMUE, che ha lo stesso contenuto del precedente regolamento sul marchio dell'Unione per gli aspetti di seguito indicati.
- 19 Conformemente all'articolo 124, lettera a), del RMUE, i tribunali dei marchi dell'Unione hanno competenza esclusiva per tutte le azioni in materia di contraffazione di marchi dell'Unione.
- 20 Ai sensi dell'articolo 125, paragrafo 5, del RMUE, le procedure derivanti dalle azioni e domande di cui all'articolo 124, escluse le azioni di accertamento di non contraffazione di un marchio UE, possono parimenti essere avviate dinanzi ai tribunali dello Stato membro in cui l'atto di contraffazione è stato commesso o minaccia di essere commesso, o in cui è stato commesso un atto contemplato dall'articolo 11, paragrafo 2.
- 21 In forza dell'articolo 126, paragrafo 2, del RMUE, un tribunale dei marchi dell'Unione la cui competenza si fonda sull'articolo 125, paragrafo 5, è competente soltanto per gli atti commessi o che rischiano di esserlo sul territorio dello Stato membro in cui ha sede.

Giurisprudenza della Corte

- 22 Nella sentenza del 5 settembre 2019, AMS Neve e a. (C-172/18, EU:C:2019:674), vertente sull'interpretazione dell'articolo 97, paragrafo 5, del precedente regolamento sul marchio dell'Unione, sostanzialmente corrispondente all'articolo

125, [Or. 7] paragrafo 5, del vigente RMUE, la Corte ha esaminato la questione della determinazione dello Stato membro nel quale si è verificata la contraffazione nel caso di pubblicità e offerte di vendita pubblicate per via elettronica per prodotti recanti un marchio di cui si assume la contraffazione.

- 23 Secondo il punto 47 della sentenza, gli asseriti atti di contraffazione sono stati commessi sul territorio dove si trovano i consumatori o i professionisti a cui sono destinate dette pubblicità ed offerte di vendita, nonostante il fatto che il convenuto sia stabilito in un altro territorio, che il server della rete elettronica da lui utilizzato si trovi in un altro territorio, o ancora che i prodotti oggetto di suddette pubblicità e offerte si trovino in un altro territorio.
- 24 In base al successivo punto 54, gli atti di contraffazione relativi a un marchio dell'Unione devono essere considerati come «commessi» sul territorio in cui hanno acquisito il loro carattere pubblicitario e di offerta di vendita, vale a dire quello in cui il contenuto commerciale è stato effettivamente reso accessibile ai consumatori e ai professionisti ai quali era destinato. La questione se tali pubblicità e offerte di vendita abbiano successivamente avuto come effetto di provocare l'acquisto dei prodotti del convenuto è, invece, irrilevante.
- 25 Dal seguente punto 56 si evince che il giudice deve verificare in quale Stato membro si trovano consumatori o professionisti cui si rivolgono le pubblicità e le offerte di vendita contenute nel sito Internet o nelle piattaforme in funzione, in particolare, delle precisazioni contenute su tale sito e tali piattaforme quanto alle aree geografiche di consegna dei prodotti in oggetto.
- 26 Il citato punto 56 fa riferimento ai punti 64 e 65 della sentenza del 12 luglio 2011, L'Oreal e a. (C-324/09, EU:C:2011:474), che ha esaminato le condizioni alle quali il titolare di un marchio dell'Unione ha il diritto di vietare le offerte in vendita di prodotti contrassegnati dal marchio [Or. 8] su un mercato online.
- 27 In ogni caso, conformemente al punto 64 della sentenza L'Oreal, la mera accessibilità di un sito Internet nel territorio per il quale il marchio è stato registrato non è sufficiente per concludere che le offerte in vendita che compaiono in esso sono destinate a consumatori che si trovano in tale territorio. Laddove l'accessibilità in tale territorio di un mercato online fosse sufficiente a far sì che gli annunci che compaiono in quest'ultimo rientrino nell'ambito di applicazione della normativa sul marchio dell'Unione europea, sarebbero indebitamente assoggettati al diritto dell'Unione siti e annunci che, pur essendo manifestamente destinati esclusivamente a consumatori situati in Stati terzi, sono tuttavia tecnicamente accessibili nel territorio dell'Unione.
- 28 Come stabilisce il punto 65 della suddetta sentenza L'Oréal, è pertanto compito dei giudici nazionali valutare caso per caso se sussistano elementi pertinenti per concludere che un'offerta in vendita, che compare in un mercato online accessibile nel territorio per il quale il marchio è stato registrato, sia destinata a consumatori che si trovano in tale territorio. Allorché l'offerta in vendita è

accompagnata da precisazioni riguardo alle aree geografiche verso le quali il venditore è disposto a spedire il prodotto, tale tipo di precisazione riveste un'importanza particolare nell'ambito della suddetta valutazione.

- 29 Secondo il punto 58 della sentenza AMS Neve, la precedente disposizione corrispondente all'articolo 125, paragrafo 5, del RMUE deve certamente ricevere un'interpretazione autonoma rispetto a quella dell'articolo 5, paragrafo 3, del regolamento (CE) n. 44/2001 del Consiglio, del 22 dicembre 2000, concernente la competenza, il riconoscimento e l'esecuzione delle decisioni in materia civile e commerciale, fornita dalla Corte con riguardo alle azioni per contraffazione di marchi nazionali. Tuttavia, l'interpretazione delle nozioni di «territorio [dello Stato membro] in cui l'atto di contraffazione è stato commesso» e di «luogo in cui l'evento dannoso è avvenuto» di cui a tali disposizioni, deve presentare una certa coerenza. [Or. 9]
- 30 Secondo il punto 39 della sentenza del 19 aprile 2012, Wintersteiger (C-523/10, EU:C:2012:220), si deve interpretare l'articolo 5, punto 3, del regolamento n. 44/2001 nel senso che di una controversia relativa alla violazione di un marchio registrato in uno Stato membro a causa dell'uso, da parte di un inserzionista, di una parola chiave identica a detto marchio sul sito Internet di un motore di ricerca operante con un dominio nazionale di primo livello di un altro Stato membro possono essere investiti sia i giudici dello Stato membro in cui tale marchio è registrato, sia i giudici dello Stato membro del luogo di stabilimento dell'inserzionista.

NECESSITÀ DELLA DOMANDA DI PRONUNCIA PREGIUDIZIALE

- 31 Alla luce della suesposta giurisprudenza della Corte, nel verificare quale sia lo Stato membro nel quale si trovano i consumatori o i professionisti ai quali sono destinate le pubblicità o le offerte di vendita pubblicate per via elettronica su un sito Internet, occorre prestare particolare attenzione alle indicazioni relative alle aree geografiche di consegna dei prodotti.
- 32 Dalla giurisprudenza può trarsi la conclusione che nell'ambito della valutazione possono essere prese in considerazione, oltre alle precisazioni relative alle aree geografiche di consegna dei prodotti, anche altre circostanze. Ciò può assumere particolare rilievo nel caso in cui un'area geografica di consegna non sia affatto precisata oppure sia desumibile solo indirettamente da altre circostanze. Resta però poco chiaro quali potrebbero essere tali altre circostanze.
- 33 Dalle conclusioni dell'avvocato generale nella causa AMS Neve (EU:C:2019:276, paragrafo 89) emerge che, nell'ambito della verifica della competenza sulla base del luogo dell'atto di contraffazione, possono essere particolarmente importanti anche elementi diversi dalle precisazioni relative alle aree geografiche di consegna dei prodotti. Tali elementi potrebbero comprendere, in particolare, il fatto che un'offerta e una pubblicità si riferiscano esplicitamente al [Or. 10] pubblico di uno Stato membro, che esse siano disponibili su un sito Internet con un dominio di

primo livello nazionale di tale Stato membro, che i prezzi siano indicati nella moneta nazionale, oppure che, in un siffatto sito Internet, siano mostrati numeri di telefono contenenti il prefisso nazionale dello Stato interessato. Detto elenco di elementi non è tassativo né esclusivo. Nella pronuncia in via pregiudiziale AMS Neve, la Corte non ha formulato alcuna osservazione sull'importanza di tali altri elementi.

- 34 Non è chiaro, in primo luogo, se la natura dei prodotti oggetto della pubblicità possa essere presa in considerazione nel verificare in quale Stato membro si trovano consumatori o professionisti ai quali si rivolgono una pubblicità o un'offerta di vendita e, di conseguenza, in quale Stato membro sia stato commesso l'asserito atto di contraffazione ai sensi dell'articolo 125, paragrafo 5, del RMUE. Nella presente controversia, la Lännen MCE Oy ha sostenuto, inter alia, che il mercato di riferimento dei prodotti della Berky e della Senwatec sarebbe costituito dal mondo intero e che la rispettiva pubblicità sarebbe rivolta a tutti quei paesi in cui la pubblicità sarebbe stata visibile.
- 35 Ove si acceda all'ipotesi che la pubblicità fosse destinata al mondo intero e quindi anche a tutto il territorio dell'Unione, non è chiaro se possa ritenersi che la pubblicità si sia rivolta a un singolo Stato membro. Per quanto riguarda la Berky, nella controversia occorre fornire una risposta preliminare al quesito se la presentazione delle immagini dei macchinari della Berky sul servizio di condivisione di foto Flickr.com possa considerarsi come pubblicità alla luce dei fatti emersi nella controversia.
- 36 Dal paragrafo 90 delle conclusioni dell'avvocato generale nella causa AMS Neve (EU:C:2019:276) si evince che un'indicazione generale dell'area geografica di consegna riguardante l'intera Unione non consente di individuare il gruppo o i gruppi a cui si punta specificamente. Attribuire importanza ad una simile indicazione generale comporterebbe che l'autore di un'asserita contraffazione potrebbe essere convenuto dinanzi ai tribunali di tutti gli Stati membri. La Corte [Or. 11] non ha preso posizione su detta questione nella sua pronuncia pregiudiziale AMS Neve.
- 37 Nella summenzionata sentenza Wintersteiger, è stato attribuito rilievo al foro del dominio di primo livello del sito Internet del motore di ricerca. Tuttavia, la sentenza riguarda un marchio nazionale e differisce anche in altri aspetti dalla presente controversia.
- 38 Alla luce di quanto precede, resta da chiarire se, nel decidere la questione del foro di cui all'articolo 125, paragrafo 5, del RMUE, possa essere rilevante quale sia lo Stato membro sotto il cui dominio di primo livello viene gestito il sito Internet del motore di ricerca sul quale è disponibile la pubblicità.
- 39 In particolare, è dubbio se possa ritenersi che la pubblicità pubblicata per via elettronica da una società A stabilita nello Stato membro X sia rivolta a consumatori o professionisti nello Stato membro Y nel caso in cui A abbia

utilizzato sul sito web di un motore di ricerca operante sotto il dominio di primo livello dello Stato membro Y, nella pubblicità o come parola chiave, un segno identico a un marchio dell'Unione.

- 40 Laddove nella presente controversia siano rilevanti le suesposte circostanze, nemmeno è chiaro se i tribunali dei marchi dell'Unione europea dello Stato membro Y siano competenti a pronunciarsi su un'azione per contraffazione unicamente sulla base di tali circostanze oppure se sussistano ulteriori requisiti per stabilire la competenza.
- 41 Le risposte alle suddette questioni d'interpretazione sono indispensabili ai fini della decisione del procedimento principale avviato dinanzi al Markkinaoikeus (Tribunale delle questioni economiche).

QUESTIONI PREGIUDIZIALI

Il Markkinaoikeus (Tribunale delle questioni economiche), dopo aver consentito alle parti di presentare le loro osservazioni sul contenuto della domanda di pronuncia pregiudiziale, ha deciso di sospendere lo svolgimento del procedimento [Or. 12] e di sottoporre alla Corte di giustizia dell'Unione europea le seguenti questioni pregiudiziali ai sensi dell'articolo 267 TFUE:

La società A è stabilita nello Stato membro X, dove ha la propria sede, e ha utilizzato su un sito Internet, nella pubblicità o come parola chiave, un segno identico a un marchio dell'Unione di cui è titolare la società B.

1. Se, nel caso suesposto, possa ritenersi che la pubblicità è rivolta a consumatori o professionisti nello Stato membro Y, in cui la società B ha la propria sede, e se un tribunale dei marchi dell'Unione europea nello Stato membro Y abbia competenza per l'esame di un'azione per contraffazione di un marchio dell'Unione conformemente all'articolo 125, paragrafo 5, del RMUE qualora, nella pubblicità divulgata per via elettronica oppure in un sito Internet di un inserzionista ad essa collegato, l'area geografica di consegna dei prodotti non sia quantomeno espressamente specificata oppure nessun singolo Stato membro sia esplicitamente escluso dall'area di consegna. A tal proposito, se possano essere presi in considerazione la natura dei prodotti oggetto di pubblicità e il fatto che il mercato di riferimento dei prodotti della società A ha una dimensione asseritamente globale, comprendendo pertanto l'intero territorio dell'Unione europea, incluso lo Stato membro Y.
2. Se possa ritenersi che la suddetta pubblicità è rivolta a consumatori o professionisti dello Stato membro Y nel caso in cui la pubblicità venga visualizzata sul sito Internet di un motore di ricerca operante sotto il dominio nazionale di primo livello dello Stato membro Y.

3. Nel caso in cui venga fornita una risposta affermativa alla prima e alla seconda questione: quali altre circostanze debbano essere eventualmente prese in considerazione al fine di stabilire se la pubblicità sia rivolta a consumatori o professionisti nello Stato membro Y. **[Or. 13]**

[OMISSIS] [Informazioni sul procedimento]

IMPUGNAZIONE

Tale ordinanza non può essere oggetto di impugnazione autonoma.

[OMISSIS] [Composizione del Collegio giudicante] [OMISSIS] [Elenco dei destinatari]

DOCUMENTO DI LAVORO