

SENTENCIA DEL TRIBUNAL DE PRIMERA INSTANCIA (Sala Cuarta)
de 27 de noviembre de 2003 *

En el asunto T-348/02,

Quick restaurants SA, con domicilio social en Bruselas (Bélgica), representada por el Sr. L. Van Bunnem, abogado, que designa domicilio en Luxemburgo,

parte demandante,

contra

Oficina de Armonización del Mercado Interior (marcas, dibujos y modelos) (OAMI), representado por el Sr. A. Rassat y la Sra. S. Laitinen, en calidad de agentes,

parte demandada,

que tiene por objeto la anulación parcial de la resolución de la Sala Segunda de Recurso de la Oficina de Armonización del Mercado Interior (marcas, dibujos y modelos), de 17 de septiembre de 2002 (asunto R 1117/2000-2), relativa al registro del vocablo Quick como marca comunitaria,

* Lengua de procedimiento: francés.

EL TRIBUNAL DE PRIMERA INSTANCIA
DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (Sala Cuarta),

integrado por la Sra. V. Tiili, Presidenta, y los Sres. P. Mengozzi y M. Vilaras,
Jueces;

Secretaria: Sra. B. Pastor, Secretaria adjunta;

habiendo considerado los escritos obrantes en autos y celebrada la vista el 10 de
julio de 2003;

dicta la siguiente

Sentencia

Antecedentes del litigio

- 1 El 4 de octubre de 1996, en virtud del Reglamento (CE) n° 40/94 del Consejo, de 20 de diciembre de 1993, sobre la marca comunitaria (DO L 1994, L 11, p. 1), en su versión modificada, la demandante presentó una solicitud de marca comunitaria en la Oficina de Armonización del Mercado Interior (marcas, dibujos y modelos) (OAMI).

- 2 La marca cuyo registro se solicitó es la marca, calificada en el formulario de «figurativa», que se reproduce a continuación:



Quick

- 3 Los productos y servicios para los que se solicitó el registro pertenecen a las clases 29 a 32 y 42 del Arreglo de Niza, de 15 de junio de 1957, relativo a la Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el Registro de Marcas, en su versión revisada y modificada, y corresponden, para cada una de dichas clases, a la descripción siguiente:

- Clase 29: «Carne, pescado, aves y caza; extractos de carne; frutas y legumbres en conserva, secas y cocidas; gelatinas, mermeladas, compotas; huevos, leche y demás productos lácteos; aceites y grasas comestibles; conservas de productos alimenticios comprendidos en esta clase; encurtidos; alimentos, viandas y platos preparados comprendidos en esta clase»;

- clase 30: «Café, té, cacao, azúcar, arroz, tapioca, sagú, secedáneos del café; harinas y preparaciones hechas con cereales, pan, galletas, pasteles, pastelería y confitería, helados comestibles; miel, jarabe de melaza; levadura, polvos para esponjar; sal, mostaza; pimienta, vinagre, salsas (condimentos); salsas para ensalada; especias; hielo para refrescar; conservas de productos alimenticios comprendidos en esta clase; alimentos, viandas y platos preparados comprendidos en esta clase»;

- clase 31: «Productos agrícolas, hortícolas, forestales y granos, no comprendidos en otras clases; animales vivos; frutas y legumbres frescas; semillas, plantas y flores naturales; piensos, malta; alimentos, viandas y platos preparados comprendidos en esta clase»;

- clase 32: «Cerveza, ale y porter; aguas minerales y gaseosas y otras bebidas no alcohólicas; jarabes y otras preparaciones para hacer bebidas; bebidas preparadas comprendidas en esta clase»;

- clase 42: «Distribución de alimentos y de bebidas preparadas para el consumo; servicios prestados por salas de té, snack-bars, bares de bocadillos, cantinas, freidurías, restaurantes, restaurantes self-services, restaurantes de comida rápida, restaurantes drive-in, bares, cafés y establecimientos análogos; servicios de alimentos, viandas; platos y bebidas preparados para llevar; servicio de comidas preparadas de encargo».

4 Mediante resolución de 18 de septiembre de 2000, el examinador denegó el registro de la marca solicitada, en virtud del artículo 7, apartado 1, letras b) y c), del Reglamento nº 40/94, para todos los productos y servicios designados. Según el examinador, la marca cuyo registro se solicitó consta exclusivamente de un término que puede servir en el comercio para designar la calidad de los productos y de los servicios mencionados (quick = rápido). Habida cuenta de que el término «quick» alude exactamente a la naturaleza de los productos y de los servicios designados, el examinador consideró también que la marca controvertida carece de carácter distintivo para la totalidad de los productos y servicios consignados en la solicitud de marca.

5 El 17 de noviembre de 2000, la demandante interpuso un recurso ante la OAMI, con arreglo al artículo 59 del Reglamento nº 40/94, contra la resolución del

examinador. En su escrito la demandante limitó el alcance de la solicitud de registro únicamente a los productos consignados en la solicitud, correspondientes a las clases 29, 30, 31 y 32 del Arreglo de Niza.

6 Mediante resolución de 17 de septiembre de 2002 (en lo sucesivo, «resolución recurrida»), notificada a la demandante el 7 de octubre de 2002, la Sala Segunda de Recurso confirmó la resolución del examinador en la parte en que ésta denegó la solicitud de marca respecto a los productos siguientes:

— clase 29: «Alimentos, viandas y platos preparados comprendidos en esta clase»;

— clase 30: «Café, té, cacao, sucedáneos del café; alimentos, viandas y platos preparados comprendidos en esta clase»;

— clase 31: «Viandas y platos preparados comprendidos en esta clase».

7 A este respecto, la Sala de Recurso consideró, esencialmente, que la marca solicitada carecía de carácter distintivo, con arreglo al artículo 7, apartado 1, letra b), del Reglamento n° 40/94, respecto a los productos de que se trata, ya que, aplicada a éstos, puede suscitar inmediatamente en la mente del consumidor anglófono la idea de que se trata de productos que pueden prepararse y servirse rápidamente. Además, consideró que el signo Quick constaba de una indicación que podía servir en el comercio para designar una cualidad importante de los productos pertinentes, a saber, la rapidez con la que pueden prepararse y servirse,

y que, por lo tanto, dicho signo tenía igualmente un carácter descriptivo, con arreglo al artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento n° 40/94. En cambio, la Sala de Recurso anuló la resolución del examinador en lo que se refiere a los demás productos y servicios comprendidos en la solicitud de marca.

Procedimiento y pretensiones de las partes

- 8 Mediante escrito presentado en la Secretaría del Tribunal de Primera Instancia el 26 de noviembre de 2002, la demandante interpuso el presente recurso.

- 9 La OAMI presentó su escrito de contestación en la Secretaría del Tribunal de Primera Instancia el 26 de febrero de 2003.

- 10 Mediante escrito presentado en la Secretaría del Tribunal de Primera Instancia el 17 de marzo de 2003, de conformidad con el artículo 135, apartado 2, del Reglamento de Procedimiento del Tribunal de Primera Instancia, la demandante solicitó autorización para presentar escrito de réplica.

- 11 El 25 de marzo de 2003, el Tribunal de Primera Instancia (Sala Cuarta) decidió que no era necesario proceder a un segundo intercambio de escritos, dado que la demandante podía exponer sus motivos, formular sus alegaciones y replicar al escrito de contestación de la OAMI en el acto de la vista.

12 Visto el informe del Juez Ponente, el Tribunal de Primera Instancia (Sala Cuarta) decidió iniciar la fase oral.

13 En la vista celebrada el 10 de julio de 2003 se oyeron los informes orales de las partes y sus respuestas a las preguntas formuladas por el Tribunal de Primera Instancia.

14 La demandante solicita al Tribunal de Primera Instancia que:

— Anule la parte dispositiva de la resolución impugnada en la parte que deniega parcialmente la solicitud de marca comunitaria.

— Confirme la resolución impugnada en todo lo demás.

— Condene en costas a la OAMI.

15 La OAMI solicita al Tribunal de Primera Instancia que:

— Desestime el recurso.

— Condene en costas a la demandante.

Fundamentos de Derecho

Observaciones preliminares

- 16 Procede señalar que el objetivo del presente recurso es la anulación parcial de la resolución impugnada por cuanto confirma la resolución de 18 de septiembre de 2000 del examinador, en la parte en que ésta denegó la solicitud de marca comunitaria respecto a los productos mencionados en el apartado 6 anterior, correspondientes a las clases 29 a 31 del Arreglo de Niza.
- 17 En su demanda, la demandante invoca un motivo único basado en la infracción del artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento nº 40/94. En la vista, al responder a una pregunta del Tribunal de Primera Instancia, la demandante manifestó que no invoca ningún motivo basado en la infracción del artículo 7, apartado 3, del Reglamento nº 40/94, relativo a la adquisición de un carácter distintivo de la marca solicitada como consecuencia del uso. Por consiguiente, no procede que el Tribunal de Primera Instancia se pronuncie sobre si la marca solicitada ha adquirido carácter distintivo como consecuencia del uso. No obstante, la demandante alegó que, en la medida en que la marca solicitada coincide parcialmente con su denominación social, esta marca ha adquirido un segundo significado (secondary meaning) que, a su juicio, constituye un elemento que debe tomarse en consideración para apreciar el carácter distintivo de dicha marca, aun cuando la demandante no haya invocado formalmente en la demanda ningún motivo basado en la infracción del artículo 7, apartado 1, letra b), del Reglamento 40/94.

Sobre el motivo basado en la infracción del artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento n° 40/94

Alegaciones de las partes

- 18 La demandante considera que la Sala de Recurso interpretó erróneamente el artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento n° 40/94. A este respecto, considera que dicha disposición reproduce fielmente el artículo 6 *quinquies*, punto B 2, del Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial de 20 de marzo de 1883, revisado por última vez en Estocolmo el 14 de julio de 1967, que únicamente permite que se deniegue el registro de las marcas «cuando estén [...] formadas exclusivamente por signos o indicaciones que puedan servir, en el comercio, para designar la especie, la calidad, la cantidad, el destino, el valor, el lugar de origen de los productos o la época de producción». También según la demandante, el objetivo del artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento n° 40/94 es impedir que una sola empresa se apropie de un término que debe servir a todos, incluso al público, para designar de manera concreta y exacta lo que se vende o se propone para la venta con el signo de que se trate. Sostiene que, por lo demás, corrobora esta interpretación la sentencia del Tribunal de Justicia de 20 de septiembre de 2001, Procter & Gamble/OAMI (C-383/99 P, Rec. p. I-6251, apartados 37 y 39), y la sentencia del Tribunal de Primera Instancia de 27 de febrero de 2002, Eurocool Logistik/OAMI (EURO-COOL) (T-34/00, Rec. p. II-683, apartado 45), así como diversas resoluciones judiciales nacionales.
- 19 Alega que, sin embargo, ello no es así en el caso de los alimentos, viandas, platos preparados y bebidas (ensaladas, porciones de patatas fritas u otros platos preparados con carne, huevos o productos lácteos) contenidos en un envase en el que figura el signo Quick. Contrariamente a lo que consideró la Sala de Recurso, dicho signo constituye un signo «evocador» con respecto a los platos preparados y, en modo alguno, puede entenderse que aluda a una «calidad importante, es decir, la rapidez con la que deben prepararse o servirse dichos platos» y, por consiguiente, como un signo descriptivo considera que, en efecto, el término «quick», asociado a platos preparados, tiene un carácter arbitrario y es

perfectamente adecuado para diferenciar tales platos en relación con productos similares para llevar que ofrecen los competidores. A su juicio, no se identifica con una forma habitual de designar platos para llevar o sus características. Además, la demandante alega que la rapidez de preparación de los productos designados, evocados mediante el vocablo Quick, carece de toda influencia sobre la cualidad intrínseca de los alimentos cocinados y servidos. Puntualiza que, en efecto, tanto si son preparados y servidos rápidamente como si lo son lentamente, las ensaladas o las patatas fritas tienen el mismo aspecto y el mismo sabor.

20 La OAMI recuerda la jurisprudencia según la cual del artículo 7, apartado 1, letra c), en relación con el artículo 12 del Reglamento n° 40/94 se desprende que «el objeto de la prohibición del registro como marca de signos o de indicaciones exclusivamente descriptivos es evitar que se registren como marcas signos o indicaciones que, por su identidad con medios habituales de designación de los productos o de los servicios de que se trate o de sus características, no permitan cumplir la función de identificación de la empresa que los comercializa [...]» (sentencia Procter & Gamble/OAMI, antes citada, apartado 37). Además, según esta misma jurisprudencia, los signos y las indicaciones a que se refiere el artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento n° 40/94 son únicamente los que pueden servir, en el uso normal desde el punto de vista del consumidor, para designar, directamente o mediante la mención de una de sus características esenciales, un producto o un servicio como aquel para el que se solicita el registro (sentencia Procter & Gamble/OAMI, antes citada, apartado 39).

21 Sostiene que, en estas circunstancias, y teniendo en cuenta, en particular, que la demandante no discute ni el contenido semántico del término «quick» en lengua inglesa ni la circunstancia de que la marca Quick, cuyo registro se solicitó, no tiene ningún elemento gráfico que pueda marcar al consumidor de forma duradera y que la pueda diferenciar de una marca denominativa, la apreciación del carácter descriptivo de la marca controvertida depende únicamente de la respuesta a la cuestión de si el término «quick» puede entenderse como una forma normal de presentar, en el inglés corriente, una de las características esenciales de los productos designados.

- 22 A este respecto, la OAMI señala, en primer lugar, que los productos alimenticios para los que se denegó el registro de la marca tienen en común el hecho de estar preparados. No puede negarse que algunos de ellos (café, cacao, achicoria en grano y té a granel) pueden ser ofrecidos en condiciones que no suponen ninguna preparación ni ningún servicio rápido y que, por lo tanto, la marca Quick no es descriptiva en lo que a ello se refiere. No obstante, dado que la demandante solicitó el registro del vocablo Quick para dichas categorías de productos en general, sin hacer ninguna distinción, la Sala apreció fundamentalmente el signo en relación con tales categorías de productos, las cuales comprenden aquellos de tales productos pertenecientes a la industria de la restauración rápida (fast food industry) [véanse, en este sentido, las sentencias del Tribunal de Primera Instancia de 7 de junio de 2001, DKV/OAMI (EuroHealth), T-359/99, Rec. p. II-1645, apartado 33, y de 20 de marzo de 2002, DaimlerChrysler/OAMI (TELE AID), T-355/00, Rec. p. II-1939, apartado 34].
- 23 En segundo lugar, la OAMI sostiene que el vocablo Quick, aplicado a los productos de que se trata, producirá ante todo en el ánimo del consumidor anglófono la idea de que dichos productos pueden prepararse y servirse rápidamente, dado que esta rapidez —que lleva consigo la facilidad— puede claramente constituir una característica de calidad determinante para el público de referencia. Por lo tanto, la demandante no puede sostener que la rapidez de preparación que revela el signo controvertido «no desempeña ningún papel en el resultado y en la cualidad intrínseca» de los productos de que se trata. Según la demandante, consta, en efecto, que la rapidez (y la facilidad) de preparación puede constituir un criterio de elección, un resultado esperado por los compradores potenciales de tales productos, caso en el que dicho criterio constituye una cualidad esencial que no todos los productos alimenticios poseen. Considera que, en consecuencia, poco importa que la marca Quick no revele ni el aspecto ni el sabor de los productos designados.
- 24 Tampoco puede la demandante alegar efectivamente que la marca Quick es meramente evocadora de los platos preparados consignados en la solicitud de registro. A su juicio, el término «quick» no se refiere de manera indirecta a determinadas características de los productos de que se trata, y el mensaje que transmite no requiere ningún esfuerzo mental de los consumidores interesados. Lejos de ser meramente evocador, el término «quick» es directa e inmediatamente descriptivo de una cualidad esencial de los productos de que se trata. Máxime si

se tiene en cuenta que de búsquedas efectuadas en Internet se desprende que numerosos sitios, en el sector de la alimentación, utilizan el término «quick» como forma habitual para designar una cualidad determinante. Afirma que, por lo tanto, la marca Quick se identifica con los mecanismos corrientes para designar los productos alimenticios preparados a que se refiere la solicitud de registro.

- 25 En último lugar, la OAMI señala que la resolución impugnada es acorde con la práctica constante de la OAMI de denegar el registro de términos laudatorios en el sector alimentario (resoluciones de la Sala Segunda de Recurso de la OAMI de 23 de abril de 2002, QUICK, R 414/2001-2, y de 2 de julio de 2001, PURE PROTEIN, R 680/1999-2; resolución de la Sala Primera de Recurso de 30 de abril de 2001, CREMINO, R 517/200-1).

Apreciación del Tribunal de Primera Instancia

- 26 A tenor del artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento n° 40/94, debe denegarse el registro de «las marcas que estén compuestas exclusivamente por signos o por indicaciones que puedan servir, en el comercio, para designar la especie, la calidad, la cantidad, el destino, el valor, la procedencia geográfica o la época de producción del producto o de la prestación del servicio, u otras características del producto o del servicio». Además, el artículo 7, apartado 2, del Reglamento n° 40/94 establece que «el apartado 1 se aplicará incluso si los motivos de denegación sólo existieren en una parte de la Comunidad».
- 27 Según la jurisprudencia, el artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento n° 40/94 impide que los signos o indicaciones a que se refiere se reserven a una única empresa debido a su registro como marca. Esta disposición persigue, pues, un objetivo de interés general, el cual exige que todos puedan utilizar libremente tales signos o indicaciones [véase la sentencia del Tribunal de Primera e 27 de febrero de 2002, Ellos/OAMI (ELLOS), T-219/00, Rec. p. II-753, apartado 27, y la jurisprudencia citada].

- 28 Además, se considera que los signos a que se refiere el artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento n° 40/94 no son apropiados para ejercer la función esencial de la marca, que consiste en identificar el origen comercial del producto o servicio, para permitir así que el consumidor que adquiere el producto u obtiene el servicio que la marca designa haga la misma elección al efectuar una adquisición posterior, si la experiencia resulta positiva, o haga otra elección, si resulta negativa (sentencia ELLOS, antes citada, apartado 28).
- 29 El carácter descriptivo de una marca debe apreciarse, por una parte, en relación con los productos o los servicios para los que se solicita el registro del signo [sentencias del Tribunal de Primera Instancia de 31 de enero de 2001, Taurus-Film/OAMI (Cine Action), T-135/99, Rec. p. II-379, apartado 25, y Taurus-Film/OAMI (Cine Comedy), T-136/99, Rec. p. II-397, apartado 25] y, por otra, en relación con la percepción del público al que se pretende llegar, constituido por los consumidores de tales productos o servicios (sentencia ELLOS, antes citada, apartado 29).
- 30 En el caso de autos, la percepción del término «quick» debe apreciarse en relación con el consumidor anglófono de la Comunidad, ya que dicho término procede de la lengua inglesa en la que se utiliza corrientemente (véase, en este sentido, la sentencia Procter & Gamble/OAMI, antes citada, apartado 42). Por lo demás, se considera que el público al que se destinan los productos y servicios es un consumidor anglófono medio de la Comunidad, normalmente informado, razonablemente atento y perspicaz (véanse, en este sentido, la sentencia del Tribunal de Justicia de 22 de junio de 1999, Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, Rec. p. I-3819, apartado 26; sentencias EuroHealth, antes citada, apartado 27, y ELLOS, antes citada, apartado 30). En efecto, habida cuenta de la naturaleza de los productos y servicios de que se trata (productos alimenticios), están destinados al consumo general.
- 31 En estas circunstancias, debe determinarse, a efectos de la aplicación del motivo de denegación absoluto establecido en el artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento n° 40/94, si para dicho público existe una relación directa concreta entre el vocablo Quick y los productos para los que se denegó la solicitud de registro, a saber, los «alimentos, viandas, platos preparados, café, té, cacao y secedáneos del café», pertenecientes a las clases 29 a 31 del Arreglo de Niza.

- 32 En relación con la cuestión de si existe para el público al que se destinan los productos y servicios una relación directa y concreta entre la marca solicitada y los productos de que se trata, procede señalar que la Sala de Recurso consideró acertadamente que el término «quick» consta exclusivamente de una indicación que puede servir, en el comercio, para designar una cualidad importante de los productos de que se trata, es decir, la rapidez con la que pueden prepararse y servirse. Por ello, aplicado a los productos controvertidos, dicho término suscita inmediatamente en la mente del consumidor anglófono de la Comunidad la idea de que se trata de productos que pueden prepararse y servirse con rapidez.
- 33 De ello se deduce que el vocablo Quick permite al público al que se destinan los productos y servicios establecer inmediatamente y sin necesidad de reflexión una relación concreta y directa entre dicho signo y los correspondientes productos consignados en la solicitud de registro.
- 34 Es cierto que algunos productos consignados en la solicitud de registro, en particular, los productos denominados «café, té, cacao, sucedáneos del café», pueden, en su caso, ser ofertados en condiciones que no suponen ninguna preparación ni ningún servicio rápido ni, por lo tanto, que el vocablo Quick no es descriptivo con respecto a ellos. No obstante, debe señalarse que la demandante solicitó el registro del signo controvertido para cada una de las categorías de los referidos productos en su totalidad, sin distinguir entre ellos. Por lo tanto, procede confirmar la apreciación de la Sala de Recurso en lo que atañe al conjunto de dichos servicios [véanse, en este sentido, las sentencias del Tribunal de Primera Instancia EuroHealth, antes citada, apartado 33; TELE AID, antes citada, apartado 34, y de 20 de marzo de 2002, DaimlerChrysler/OAMI (CARCARD), T-356/00, Rec. p. II-1963, apartados 33 y 36], máxime cuando, en su demanda, la demandante no formula ninguna alegación cuyo objetivo sea poner en duda esta apreciación.
- 35 En estas circunstancias, la relación existente entre el sentido del vocablo Quick, por una parte, y los productos controvertidos, correspondientes a las clases 29, 30 y 31 del Arreglo de Niza, por otra, parece suficientemente estrecha para estar comprendidos en la prohibición establecida por el artículo 7, apartado 1, letra c), y el apartado 2, del Reglamento n° 40/94 (véase la sentencia ELLOS, antes citada, apartado 37).

- 36 De ello se deduce que la Sala de Recurso confirmó fundadamente que, conforme al artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento n° 40/94, el vocablo Quick no podía constituir una marca comunitaria.
- 37 Como se desprende del artículo 7, apartado 1, del Reglamento n° 40/94, basta que se aplique uno de los motivos de denegación absolutos enumerados para que el signo controvertido no pueda registrarse como marca comunitaria [sentencia del Tribunal de Justicia de 19 de septiembre de 2002, DKV/OAMI, C-104/00 P, Rec. p. I-7561, apartado 29, y sentencia del Tribunal de Primera Instancia de 31 de enero de 2001, Mitsubishi HiTec Paper Bielefeld/OAMI (Giroform), T-331/99, Rec. p. II-433, apartado 30]. Por consiguiente, y sin que sea necesario examinar la admisibilidad, sobre la que la OAMI propuso una excepción, del motivo basado en la infracción del artículo 7, apartado 1, letra b), del Reglamento n° 40/94, con arreglo al artículo 21 del Estatuto del Tribunal de Justicia, aplicable al procedimiento ante el Tribunal de Primera Instancia, en virtud de su artículo 53, y de los artículos 44, apartado 1, letra c), y 130, apartado 1, del Reglamento de Procedimiento, procede desestimar el recurso.

Costas

- 38 A tenor del artículo 87, apartado 2, del Reglamento de Procedimiento, la parte que pierda el proceso será condenada en costas, si así lo hubiera solicitado la otra parte. Por haber sido desestimadas todas las pretensiones de la demandante, procede condenarla al pago de las costas de la OAMI, de conformidad con las pretensiones deducidas en tal sentido por esta última.

En virtud de todo lo expuesto,

EL TRIBUNAL DE PRIMERA INSTANCIA (Sala Cuarta)

decide:

- 1) **Desestimar el recurso.**
- 2) **Condenar en costas a la parte demandante.**

Tiili

Mengozzi

Vilaras

Pronunciada en audiencia pública en Luxemburgo, a 27 de noviembre de 2003.

El Secretario

El Presidente

H. Jung

V. Tiili