

ACÓRDÃO DO TRIBUNAL DE PRIMEIRA INSTÂNCIA (Quarta Secção)  
27 de Novembro de 2003 \*

No processo T-348/02,

**Quick restaurants SA**, com sede em Bruxelas (Bélgica), representada por  
L. Van Bunnan, advogado, com domicílio escolhido no Luxemburgo,

recorrente,

contra

**Instituto de Harmonização do Mercado Interno (marcas, desenhos e modelos)**  
**(IHMI)**, representado por A. Rassat e S. Laitinen, na qualidade de agentes,

recorrido,

que tem por objecto a anulação parcial da decisão da Segunda Câmara de Recurso do Instituto de Harmonização do Mercado Interno (marcas, desenhos e modelos) de 17 de Setembro de 2002 (processo R 1117/2002-2) respeitante ao registo do vocábulo Quick como marca comunitária,

\* Língua do processo: francês.

O TRIBUNAL DE PRIMEIRA INSTÂNCIA  
DAS COMUNIDADES EUROPEIAS (Quarta Secção),

composto por: V. Tiili, presidente, P. Mengozzi e M. Vilaras, juízes,

secretário: B. Pastor, secretário adjunto,

vistos os autos e após a audiência de 10 de Julho de 2003,

profere o presente

**Acórdão**

**Antecedentes do litígio**

- <sup>1</sup> Em 4 de Outubro de 1996, a recorrente apresentou, nos termos do Regulamento (CE) n.º 40/94 do Conselho, de 20 de Dezembro de 1993, sobre a marca comunitária (JO 1994, L 11, p. 1), alterado, um pedido de marca comunitária ao Instituto de Harmonização do Mercado Interno (marcas, desenhos e modelos) (IHMI).

- 2 A marca cujo registo foi pedido é a marca, identificada no formulário como «figurativa», a seguir reproduzida:



**Quick**

- 3 Os produtos e os serviços para os quais foi pedido o registo pertencem às classes 29 a 32 e 42 nos termos do Acordo de Nice relativo à Classificação Internacional de Produtos e Serviços para o registo de marcas, de 15 de Junho de 1957, como revisto e alterado, e correspondem, para cada uma dessas classes, à seguinte descrição:

- classe 29: «Carne, peixe, aves e caça; extractos de carne; frutos e legumes em conserva, secos e cozidos; geleias, doces, compotas; ovos, leite e outros produtos lácteos; óleos e gorduras comestíveis; conservas de produtos alimentares compreendidos nesta classe; pickles; alimentos, refeições e pratos preparados compreendidos nesta classe»;
  
- classe 30: «Café, chá, cacau, açúcar, arroz, tapioca, sagu, sucedâneos do café; farinhas e preparações feitas de cereais, pão, biscoitos, bolos, pastelaria e confeitaria, gelados comestíveis; mel e xarope de melaço; levedura e fermento em pó; sal, mostarda; pimenta, vinagre, molhos (condimentos); molhos para salada; especiarias; gelo para refrescar; conservas de produtos alimentares compreendidos nesta classe; alimentos, refeições e pratos preparados compreendidos nesta classe»;

— classe 31: «Produtos agrícolas, hortícolas, florestais e grãos, não compreendidos noutras classes; animais vivos; frutos e legumes frescos; sementes, plantas e flores naturais; alimentos para animais, malte; alimentos, refeições e pratos preparados compreendidos nesta classe»;

— classe 32: «Cerveja; ‘ale’ e ‘porter’; águas minerais e gasosas e outras bebidas não alcoólicas; xaropes e outras preparações para fazer bebidas; bebidas preparadas compreendidas nesta classe»;

— classe 42: «Distribuição de alimentos e de bebidas preparados para consumo; serviços prestados por salões de chá, snack-bars, locais de venda/consumo de sanduíches, cantinas, restaurantes especializados em fritos, restaurantes, restaurantes de self-service, restaurantes de comida rápida, restaurantes com acesso para automóveis, bares, cafés e estabelecimentos afins; pratos e bebidas preparados para levar; serviços de abastecimento».

- 4 Por decisão de 18 de Setembro de 2000, o examinador recusou o registo da marca pedida, nos termos do artigo 7.º, n.º 1, alíneas b) e c), do Regulamento n.º 40/94, para todos os produtos e serviços designados. Segundo o examinador, a marca cujo registo foi pedido compõe-se exclusivamente de um termo que pode servir, no comércio, para designar a qualidade dos produtos e dos serviços a que se refere (quick = rápido). Dado que o termo «quick» descreve exactamente a natureza dos produtos e dos serviços designados, o examinador também considerou que a marca em causa era desprovida de carácter distintivo para o conjunto dos produtos e serviços a que se refere o pedido de marca.

—

- 5 Em 17 de Novembro de 2000, a recorrente interpôs recurso para o IHMI, nos termos do artigo 59.º do Regulamento n.º 40/94, da decisão do examinador. Nas

suas alegações, a recorrente limitou o alcance do pedido de registo apenas aos produtos designados no pedido e que pertencem às classes 29, 30, 31 e 32 nos termos do Acordo de Nice.

6 Por decisão de 17 de Setembro de 2000 (a seguir «decisão impugnada»), notificada à recorrente em 7 de Outubro de 2000, a Segunda Câmara de Recurso confirmou a decisão do examinador na medida em que recusa o pedido de marca para os seguintes produtos:

— classe 29: «Alimentos, refeições e pratos preparados compreendidos nesta classe»;

— classe 30: «Café, chá, cacau, sucedâneos de café; alimentos, refeições e pratos preparados compreendidos nesta classe»;

— classe 31: «Alimentos, refeições e pratos preparados compreendidos nesta classe».

7 A este respeito, a Câmara de Recurso considerou, no essencial, que a marca pedida era desprovida de carácter distintivo na acepção do artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 40/94, no que toca aos produtos em questão, pois que, aplicada a estes, era de natureza a suscitar imediatamente no espírito do consumidor anglófono a ideia de que se trata de produtos que podem ser preparados e servidos rapidamente. Além disso, considerou que o sinal Quick se compunha de uma designação que podia servir no comércio para designar uma qualidade importante dos produtos em questão, ou seja, a rapidez com que

podem ser preparados e servidos, e que, portanto, este sinal tinha também carácter descritivo na acepção do artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento n.º 40/94. Em contrapartida, a Câmara de Recurso anulou a decisão do examinador no que respeita aos demais produtos e serviços abrangidos pelo pedido de marca.

### Tramitação processual e pedidos das partes

- 8 Por petição apresentada na Secretaria do Tribunal de Primeira Instância em 26 de Novembro de 2002, a recorrente interpôs o presente recurso.
- 9 O IHMI apresentou as suas alegações de resposta na Secretaria do Tribunal de Primeira Instância em 26 de Fevereiro de 2003.
- 10 Por requerimento apresentado na Secretaria do Tribunal de Primeira Instância em 17 de Março de 2003, a recorrente pediu, em conformidade com o disposto no artigo 135.º, n.º 2, do Regulamento de Processo do Tribunal de Primeira Instância, autorização para apresentar alegações de réplica.
- 11 Em 25 de Março de 2003, o Tribunal de Primeira Instância (Quarta Secção) decidiu não ser necessária uma segunda série de alegações, podendo a recorrente desenvolver os seus fundamentos e argumentos e replicar às alegações de resposta do IHMI no decurso da fase oral.

12 Com base no relatório do juiz-relator, o Tribunal de Primeira Instância (Quarta Secção) decidiu dar início à fase oral.

13 Foram ouvidas as alegações das partes e as suas respostas às questões do Tribunal na audiência de 10 de Julho de 2003.

14 A recorrente concluiu pedindo que o Tribunal se digne:

— anular a decisão impugnada na parte em que recusa parcialmente o pedido de marca comunitária;

— confirmar, quanto ao mais, a decisão impugnada;

— condenar o IHMI nas despesas.

15 O IHMI concluiu pedindo que o Tribunal se digne:

— negar provimento ao recurso;

— condenar a recorrente nas despesas.

## Questão de direito

### *Observações preliminares*

- 16 Há que considerar que o presente recurso tem por objecto a anulação parcial da decisão impugnada, na medida em que confirma a decisão de 18 de Setembro de 2000 do examinador na parte em que recusou o pedido de marca comunitária no que toca aos produtos referidos no n.º 6, *supra*, pertencentes às classes 29 a 31 nos termos do Acordo de Nice.
- 17 Na sua petição, a recorrente invoca um fundamento único, assente na violação do artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento n.º 40/94. Na audiência, respondendo a uma questão do Tribunal, a recorrente declarou que não invoca um fundamento assente na violação do artigo 7.º, n.º 3, do Regulamento n.º 40/94 e referente à aquisição de carácter distintivo pela marca pedida através do respectivo uso. Por conseguinte, o Tribunal não tem que pronunciar-se sobre a questão de saber se a marca pedida adquiriu carácter distintivo através do uso. Todavia, a recorrente alegou que, na medida em que a marca pedida coincide parcialmente com a sua denominação social, esta marca terá adquirido um segundo sentido («secondary meaning») que constitui, em seu entender, um elemento a tomar em consideração para apreciar o carácter distintivo da referida marca, apesar de a recorrente não ter formalmente invocado na petição um fundamento assente na violação do artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 40/94.

*Quanto ao fundamento assente na violação do artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento n.º 40/94*

### Argumentos das partes

- 18 A recorrente considera que a Câmara de Recurso fez uma interpretação errada do artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento n.º 40/94. A este respeito, entende que esta disposição reproduz fielmente o artigo 6.º-*quinquies*, ponto B2, da Convenção de Paris para a Protecção da Propriedade Industrial de 20 de Março de 1883, como revista pela última vez em Estocolmo em 14 de Julho de 1967, que só permite a recusa do registo das marcas «[...] [q]uando forem [...] exclusivamente compostas por sinais ou indicações que possam servir no comércio para designar a espécie, a qualidade, a quantidade, o destino, o valor, o lugar de origem dos produtos ou a época da produção». Do mesmo modo, segundo a recorrente, o objectivo do artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento n.º 40/94 é impedir a apropriação por uma única empresa de um termo de que todos se devem poder servir, incluindo o grande público, para designar de forma precisa e exacta o que é vendido ou oferecido para venda ao abrigo do sinal em causa. Esta interpretação era, de resto, corroborada pelo acórdão do Tribunal de Justiça de 20 de Setembro de 2001, Procter & Gamble/IHMI (C-383/99 P, Colect., p. I-6251, n.ºs 37 e 39), e pelo acórdão do Tribunal de Primeira Instância de 27 de Fevereiro de 2002, Eurocool Logistik/IHMI (EUROCOOL) (T-34/00, Colect., p. II-683, n.º 45), bem como por várias decisões dos órgãos jurisdicionais nacionais.
- 19 Ora, não era este o caso no que toca aos alimentos, refeições, pratos preparados e bebidas (saladas, doses de batatas fritas ou outros pratos preparados a partir de carne, ovos ou produtos lácteos) acondicionados numa embalagem na qual figura o sinal Quick. Este constituía, contrariamente ao que entendeu a Câmara de Recurso, um sinal «evocador» relativamente aos pratos preparados e não podia de forma alguma ser interpretado como designando uma «qualidade importante, isto é, a rapidez com a qual estes pratos podem ser preparados ou servidos», e, portanto, como um sinal descritivo. Com efeito, o termo «quick», associado a pratos preparados, tinha carácter arbitrário e era perfeitamente apto a individualizar estes pratos relativamente aos produtos preparados para levar do

mesmo tipo oferecidos por concorrentes. Não equivalia a uma modalidade habitual de designação dos pratos preparados para levar ou das respectivas características. Além disso, a recorrente alega que a rapidez da preparação dos produtos designados, evocada pelo vocábulo Quick, não tem qualquer influência relativamente à qualidade intrínseca dos alimentos cozinhados e servidos. Com efeito, quer sejam preparadas e servidas rápida ou lentamente, as saladas ou as batatas fritas terão o mesmo aspecto e o mesmo sabor.

20 O IHMI recorda a jurisprudência nos termos da qual decorre das disposições conjugadas do artigo 7.º, n.º 1, alínea c), e do artigo 12.º do Regulamento n.º 40/94 que «o objectivo da proibição de registo como marca de sinais ou de indicações exclusivamente descritivos é [...] o de evitar que sejam registados como marcas sinais ou indicações que, em virtude de se identificarem com modalidades habituais de designação dos produtos ou serviços em causa ou das respectivas características, não permitiriam o preenchimento da função de identificação da empresa que os coloca no mercado [...]» (acórdão Procter & Gamble/IHMI, já referido, n.º 37). Além disso e nos termos desta mesma jurisprudência, os sinais e as indicações referidas no artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento n.º 40/94 são apenas os que podem servir, numa utilização normal do ponto de vista do consumidor, para designar, seja directamente seja por referência a uma das suas características essenciais, um produto ou um serviço como aquele para o qual é pedido o registo (acórdão Procter & Gamble/IHMI, já referido, n.º 39).

21 Nestas condições e tendo designadamente em conta o facto de a recorrente não contestar nem o conteúdo semântico do termo «quick» na língua inglesa nem a circunstância de a marca Quick, cujo registo foi pedido, não apresentar qualquer elemento gráfico de natureza a prender de forma duradoura o consumidor e a diferenciá-la de uma marca nominativa, a apreciação do carácter descritivo da marca em causa depende unicamente da resposta à questão de saber se o termo «quick» pode ser entendido como uma forma normal de apresentar uma das características essenciais, na língua inglesa corrente, dos produtos designados.

- 22 A este propósito, o IHMI salienta, em primeiro lugar, que os produtos alimentares para os quais o registo da marca foi recusado têm em comum o facto de serem preparados. É certo que não se pode excluir que alguns de entre estes (café, cacau, chicória em grão e chá a granel) possam ser oferecidos em condições que não implicam qualquer preparação e qualquer serviço rápido e que, portanto, a marca Quick não seja descritiva a seu respeito. Todavia, tendo a recorrente pedido o registo do vocábulo Quick para estas categorias de produtos em geral, sem proceder a uma distinção, a Câmara terá correctamente apreciado o sinal relativamente a estas categorias de produtos, que incluem a parte dos produtos que se inserem na indústria da restauração rápida («fast food industry») [v., neste sentido, acórdãos do Tribunal de Primeira Instância de 7 de Junho de 2001, DKV/ IHMI (EuroHealth), T-359/99, Colect., p. II-1645, n.º 33, e de 20 de Março de 2002, DaimlerChrysler/IHMI (TELE AID), T-355/00, Colect., p. II-1939, n.º 34].
- 23 Em segundo lugar, o IHMI sustenta que o vocábulo Quick, aplicado aos produtos em causa, gerará sobretudo no consumidor anglófono a ideia de que esses produtos podem ser preparados e servidos rapidamente, podendo esta rapidez — e aí incluída a facilidade — constituir realmente uma característica de qualidade determinante para o público-alvo. Portanto, a recorrente não podia sustentar utilmente que a rapidez da preparação descrita pelo sinal em causa «não desempenha qualquer papel no resultado e na qualidade intrínseca» dos produtos em questão. Com efeito, estava demonstrado que a rapidez (e a facilidade) de preparação pode constituir um critério da escolha, um resultado esperado pelos compradores potenciais destes produtos, caso em que este critério constitui realmente uma qualidade essencial que não possuem todos os produtos alimentares. Portanto, pouco importa que a marca Quick não descreva nem o aspecto nem o sabor dos produtos designados.
- 24 A recorrente também não podia utilmente alegar que a marca Quick era unicamente evocadora dos pratos preparados designados pelo pedido de registo. O termo «quick» não faz qualquer referência indirecta a certas características dos produtos em causa e a mensagem que transmite não exige qualquer esforço mental por parte dos consumidores em questão. Longe de ser apenas evocador, o termo «quick» era directa e imediatamente descritivo de uma qualidade essencial

dos produtos em causa. Seria tanto mais assim quanto resultava de investigações efectuadas na Internet que numerosos sítios, no sector da alimentação, utilizam o termo «quick» como modalidade habitual de designação de uma qualidade determinante. A marca «Quick» identificava-se, portanto, com as modalidades correntes de designação dos produtos alimentares preparados a que se refere o pedido de registo.

- 25 Por último, o IHMI salienta que a decisão impugnada está de harmonia com a prática constante do IHMI que consiste em recusar o registo dos termos laudatórios no domínio alimentar (decisões da Segunda Câmara de Recurso do IHMI de 23 de Abril de 2002, QUICK, R 414/2001-2, e de 2 de Julho de 2001, PURE PROTEIN, R 680/1999-2; decisão da Primeira Câmara de Recurso de 30 de Abril de 2001, CREMINO, R 517/200-1).

#### Apreciação do Tribunal

- 26 Nos termos do artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento n.º 40/94, será recusado o registo «de marcas compostas exclusivamente por sinais ou indicações que possam servir, no comércio, para designar a espécie, a qualidade, a quantidade, o destino, o valor, a proveniência geográfica ou a época de fabrico do produto ou da prestação do serviço, ou outras características destes». Além disso, o artigo 7.º, n.º 2, do Regulamento n.º 40/94 determina que «[o] n.º 1 é aplicável mesmo que os motivos de recusa apenas existam numa parte da Comunidade».
- 27 Segundo a jurisprudência, o artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento n.º 40/94 obsta a que os sinais ou indicações nele contemplados sejam reservados a uma única empresa com base no seu registo como marca. Esta disposição prossegue, portanto, um fim de interesse geral, que exige que esses sinais ou indicações possam ser livremente utilizadas por todos [v. acórdão do Tribunal de Primeira Instância de 27 de Fevereiro de 2002, Ellos/IHMI (ELLOS), T-219/00, Colect., p. II-753, n.º 27, e a jurisprudência aí referida].

- 28 Por outro lado, os sinais contemplados no artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento n.º 40/94 são considerados incapazes de exercer a função essencial da marca, a saber, a de identificar a origem comercial do produto ou do serviço, a fim de assim permitir ao consumidor que adquire o produto ou serviço designado pela marca fazer, aquando de uma ulterior aquisição, a mesma escolha se a experiência se revelar positiva, ou fazer outra escolha se se revelar negativa (acórdão ELLOS, já referido, n.º 28).
- 29 O carácter descritivo de uma marca deve ser apreciado, por um lado, em relação aos produtos ou serviços para os quais é pedido o registo do sinal [acórdãos do Tribunal de Primeira Instância de 31 de Janeiro de 2001, Taurus-Film/IHMI (Cine Action), T-135/99, Colect., p. II-379, n.º 25, e Taurus-Film/IHMI (Cine Comedy), T-136/99, Colect., p. II-397, n.º 25] e, por outro, em relação à percepção de um público-alvo, constituído pelo consumidor desses produtos ou serviços (acórdão ELLOS, já referido, n.º 29).
- 30 No caso em apreço, a percepção do termo «quick» deve ser apreciada relativamente ao consumidor anglófono da Comunidade, provindo este termo da língua inglesa e sendo ele nesta correntemente utilizado (v., neste sentido, acórdão Procter & Gamble/IHMI, já referido, n.º 42). Por outro lado, presume-se que o público-alvo é o consumidor anglófono médio da Comunidade, normalmente informado e razoavelmente atento e avisado (v., neste sentido, acórdão do Tribunal de Justiça de 22 de Junho de 1999, Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, Colect., p. I-3819, n.º 26; acórdãos EuroHealth, já referido n.º 27, e ELLOS, já referido, n.º 30). Com efeito, dada a natureza dos produtos em causa (produtos alimentares), estes destinam-se ao consumo geral.
- 31 Nestas circunstâncias, há que determinar, no contexto da aplicação do motivo absoluto de recusa enunciado no artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento n.º 40/94, se existe para esse público-alvo umnexo directo e concreto entre o vocábulo Quick e os produtos para os quais o pedido de registo foi recusado, ou seja, os «alimentos, refeições, pratos preparados, café, chá, cacau e sucedâneos do café», pertencentes às classes 29 e 31 nos termos do Acordo de Nice.

- 32 No que toca à questão de saber se existe, para o público-alvo, umnexo directo e concreto entre a marca pedida e os produtos em causa, há que concluir que foi correctamente que a Câmara de Recurso considerou que o termo «quick» se compõe exclusivamente de uma indicação que pode servir, no comércio, para designar uma qualidade importante dos produtos em questão, isto é, a rapidez com a qual podem ser preparados e servidos. Assim, aplicado aos produtos em causa, este termo suscitará imediatamente no espírito do consumidor anglófono da Comunidade a ideia de que se trata de produtos que podem ser preparados e servidos rapidamente.
- 33 Donde resulta que o vocábulo Quick permite ao público-alvo estabelecer imediatamente e sem mais reflexão umnexo concreto e directo entre este sinal e os produtos a que se refere o pedido de registo em causa.
- 34 É efectivamente certo que alguns dos produtos designados pelo pedido de marca, entre os quais, nomeadamente, os produtos denominados «café, chá, cacau, sucedâneos do café», podem, eventualmente, ser oferecidos em condições que não implicam qualquer preparação e qualquer serviço rápido, não sendo, portanto, o vocábulo Quick descritivo a seu respeito. Todavia, há que salientar que a recorrente pediu o registo do sinal em causa para cada uma das categorias dos produtos designados no seu conjunto e sem os distinguir. Portanto, há que confirmar a apreciação da Câmara de Recurso na parte em que versa sobre estas categorias de produtos no seu conjunto [v., neste sentido, acórdãos do Tribunal de Primeira Instância, EuroHealth, já referido, n.º 33; TELE AID, já referido, n.º 34, e de 20 de Março de 2002, DaimlerChrysler/IHMI (CARCARD), T-356/00, Colect., p. II-1963, n.ºs 33 e 36], e isto tanto mais quanto a recorrente não avança, na sua petição, qualquer argumento destinado a pôr em causa esta apreciação.
- 35 Nestas condições, o nexo existente entre o vocábulo Quick, por um lado, e os produtos em questão que pertencem às classes 29, 30 e 31 nos termos do Acordo de Nice, por outro, afigura-se suficientemente estreito para cair na alçada da proibição constante do artigo 7.º, n.º 1, alínea c), e n.º 2, do Regulamento n.º 40/94 (v. acórdão ELLOS, já referido, n.º 37).

- 36 Donde se conclui que foi correctamente que, com base no artigo 7.º, n.º 1, alínea c), do Regulamento n.º 40/94, a Câmara de Recurso confirmou que o vocábulo Quick não podia constituir uma marca comunitária.
- 37 Como decorre do artigo 7.º, n.º 1, do Regulamento n.º 40/94, basta que se aplique um dos motivos absolutos de recusa enunciados para que o sinal em causa não possa ser registado como marca comunitária [acórdão do Tribunal de Justiça de 19 de Setembro de 2002, DKV/IHMI, C-104/00 P, Colect., p. I-7561, n.º 29, e acórdão do Tribunal de Primeira Instância de 31 de Janeiro de 2001, Mitsubishi HiTec Paper Bielefeld/IHMI (Giroform), T-331/99, Colect., p. II-433, n.º 30]. Por conseguinte e sem que seja necessário examinar a admissibilidade, contestada pelo IHMI, do fundamento assente na violação do artigo 7.º, n.º 1, alínea b), do Regulamento n.º 40/94, à luz do disposto no artigo 21.º do Estatuto do Tribunal de Justiça, aplicável ao processo no Tribunal de Primeira Instância nos termos do seu artigo 53.º, e dos artigos 44.º, n.º 1, alínea c), e 130.º, n.º 1, do Regulamento de Processo, há que negar provimento ao recurso.

### Quanto às despesas

- 38 Por força do disposto no artigo 87.º, n.º 2, do Regulamento de Processo, a parte vencida é condenada nas despesas, se tal tiver sido pedido. Tendo a recorrente sido vencida, há que condená-la nas despesas efectuadas pelo IHMI, em conformidade com os pedidos que neste sentido este último apresentou.

Pelos fundamentos expostos,

O TRIBUNAL DE PRIMEIRA INSTÂNCIA (Quarta Secção)

decide:

- 1) É negado provimento ao recurso.
- 2) A recorrente é condenada nas despesas.

Tiili

Mengozzi

Vilaras

Proferido em audiência pública no Luxemburgo, em 27 de Novembro de 2003.

O secretário

O presidente

H. Jung

V. Tiili