

Trasporti aerei. La Corte di Cassazione ridefinisce il Mercato rilevante nella prospettiva dell'abuso di posizione dominante

📅 23/03/2020

📖 DIRITTO EUROPEO E DELLA CONCORRENZA, TRASPORTI E LOGISTICA, CONTENZIOSO

Roberto A. Jacchia
Marco Stillo

In data 12 novembre 2019, la Corte di Cassazione si è pronunciata sui ricorsi¹ che coinvolgevano la *Ryanair Ltd.* ("Ryanair") e la *LMNEXT CH S.A.* ("Lastminute") e sui ricorsi² che coinvolgevano la medesima Ryanair e *Viaggiare S.r.l.* ("Viaggiare"), avverso le sentenze n. 3585/2015 e 3900/2015 della Corte d'Appello di Milano.

Nel 2007, Ryanair aveva deciso di escludere ogni intermediario dai rapporti con la propria clientela. Inoltre, Ryanair aveva deciso di concentrare tutto il traffico *internet* dei consumatori

interessati ai propri voli sul sito *web*, in cui venivano offerti anche altri servizi da parte di operatori e *partner* commerciali della compagnia, che percepiva per ciò ricavi ancillari in concorrenza con quelli delle agenzie di viaggi (*online travel agencies*, OTA). Parallelamente, Ryanair aveva avviato una massiccia campagna stampa nei confronti delle OTA, tra cui Lastminute e Viaggiare, accusandole di molteplici illeciti ai danni dei propri diritti di proprietà intellettuale ed industriale.

Lastminute e Viaggiare avevano chiamato in giudizio Ryanair per ottenere la cessazione dell'attività di agenzia di viaggi abusivamente condotta, nonché la

¹ Ricorsi n. 7157/2016 e 7286/2016.

² Ricorsi n. 9278/2016 e 9764/2016.

condanna per aver posto in essere atti di concorrenza sleale³ che integravano anche pratiche commerciali scorrette ai sensi del D. Lgs. n. 145 del 2007⁴. Inoltre, Lastminute e Viaggiare avevano chiesto di dichiarare che le loro attività di impresa non costituivano alcun illecito nei confronti della convenuta, ed in particolare che, poiché nessun rapporto contrattuale era sorto con Ryanair in relazione all'utilizzo del sito, la pretesa di quest'ultima di escludere qualsiasi intermediario professionale dalle informazioni sui voli e dalle relative attività commerciali era a sua volta illecita. Infine, Lastminute e Viaggiare chiedevano di accertare l'abuso, da parte di Ryanair, della propria posizione dominante sul mercato della vendita dei biglietti aerei e dei servizi di viaggio e turismo sia a livello comunitario che nazionale. Per contro, Ryanair rivendicava la piena legittimità della propria scelta di consentire l'acquisto dei biglietti esclusivamente attraverso il proprio sito ed il proprio *call center*, che aveva consentito di offrire tariffe particolarmente competitive senza pagare commissioni agli intermediari.

Il giudice di primo grado aveva accolto parzialmente le domande di Lastminute e Viaggiare, dichiarando le condotte di Ryanair anticoncorrenziali in quanto

attuare mediante diffusione al pubblico di notizie false e screditanti, ed accertando che la pretesa di Ryanair di non consentire alcuna intermediazione nella vendita dei propri servizi aerei costituiva abuso di posizione dominante sul mercato "a valle" dei servizi di agenzia viaggi e turismo. Di contro, la Corte di Appello di Milano aveva riformato la sentenza di primo grado, dichiarando che la decisione di Ryanair di riservare a sé stessa la vendita dei biglietti relativi ai suoi voli non costituiva abuso di posizione dominante nel mercato a valle delle agenzie di viaggi e turismo, ai sensi dell'art. 102 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea (TFUE), ma aveva rigettato gli altri motivi di appello. Ryanair aveva proposto ricorso per cassazione nei confronti di Lastminute e Viaggiare, che a loro volta avevano proposto autonomi ricorsi.

La Corte di Cassazione ha esaminato per primo il ricorso di Lastminute e Viaggiare, incentrato sul possibile abuso di una posizione dominante da parte di Ryanair mediante la riserva della vendita dei suoi servizi aerei. Con il primo motivo, Lastminute e Viaggiare avevano denunciato la violazione e falsa applicazione dell'articolo 102 TFUE e dell'articolo 3 della legge 287/1990⁵, in quanto la condotta della Ryanair avrebbe

³ L'articolo 2598 del Codice Civile, intitolato "Atti di concorrenza sleale", dispone: "... Ferme le disposizioni che concernono la tutela dei segni distintivi e dei diritti di brevetto, compie atti di concorrenza sleale chiunque:

1) usa nomi o segni distintivi idonei a produrre confusione con i nomi o con i segni distintivi legittimamente usati da altri, o imita servilmente i prodotti di un concorrente, o compie con qualsiasi altro mezzo atti idonei a creare confusione con i prodotti e con l'attività di un concorrente;
2) diffonde notizie e apprezzamenti sui prodotti e sull'attività di un concorrente, idonei a determinare il discredito o si appropria di pregi dei prodotti o dell'impresa di un concorrente;
3) si vale direttamente o indirettamente di ogni altro mezzo non conforme ai principi della correttezza professionale e idoneo a danneggiare l'altrui azienda...".

⁴ Decreto legislativo 2 agosto 2007, n. 145, Attuazione dell'articolo 14 della direttiva 2005/29/CE che modifica la direttiva 84/450/CEE sulla pubblicità ingannevole, GU n. 207 del 06.09.2007.

⁵ Legge 10 ottobre 1990, n. 287, Norme per la tutela della concorrenza e del mercato, GU n. 240 del 13.10.1990. L'articolo 3 della legge, intitolato "Abuso di posizione dominante", dispone: "... È vietato l'abuso da parte di una o più imprese di una posizione dominante all'interno del mercato nazionale o in una sua parte rilevante, ed inoltre è vietato:

a) imporre direttamente o indirettamente prezzi di acquisto, di vendita o altre condizioni contrattuali ingiustificatamente gravose;
b) impedire o limitare la produzione, gli sbocchi o gli accessi al mercato, lo sviluppo tecnico o il progresso tecnologico, a danno dei consumatori;
c) applicare nei rapporti commerciali con altri contraenti condizioni oggettivamente diverse per prestazioni equivalenti, così da determinare per essi ingiustificati svantaggi nella concorrenza;

avuto per effetto quello di escludere, o quantomeno limitare, la concorrenza delle OTA nel mercato dei servizi di agenzia turistica, con le quali la compagnia operava in diretta concorrenza. Più particolarmente, l'effetto escludente si sarebbe verificato in relazione a due servizi, ossia la vendita dei biglietti aerei per le tratte in cui il vettore aereo era monopolista o dominante e l'intermediazione nella vendita dei servizi turistici aggiuntivi collegati a tutti i voli del vettore⁶. Con il secondo motivo, invece, Lastminute e Viaggiare avevano lamentato la mancata analisi del monopolio di Ryanair su 49 tratte aeree e del predominio su altre 19, nonché della suddivisione del mercato dei servizi aerei in fasci di rotte "punto d'origine - punto di destinazione".

La Corte ha preliminarmente ricordato come né l'articolo 102 TFUE né l'articolo 3 della legge 287/1990 forniscano una definizione di "posizione dominante", limitandosi ad esemplificare una serie di condotte abusive, tra le quali si collocano anche quelle escludenti. Di conseguenza, è necessario in primo luogo determinare il potere di mercato detenuto dalle imprese coinvolte ed identificare gli effetti economici dei loro comportamenti. La definizione del mercato rilevante è dunque fondamentale per stabilire se esista una posizione dominante⁷, e costituisce un *primum* logico per individuare l'ambito nel quale le imprese sono in concorrenza tra loro⁸, sia sotto il profilo del prodotto che sotto quello geografico. In tal modo si identificano i concorrenti effettivi delle imprese coinvolte che sono in grado di condizionarne il comportamento ed, in ipotesi, di impedire loro di operare in modo indipendente da effettive pressioni concorrenziali⁹. Pertanto, la definizione

del mercato rilevante implica l'analisi della sostituibilità sul versante della domanda, ed eventualmente dell'offerta, in presenza di beni e servizi intercambiabili o ritenuti sostituibili dal consumatore in ragione delle loro caratteristiche, dei loro prezzi nonché delle abitudini e tendenze di consumo in una determinata area geografica nella quale le condizioni di concorrenza sono sufficientemente omogenee¹⁰.

Per quanto riguarda il trasporto aereo dei passeggeri, la Suprema Corte ha rilevato che costituisce un distinto mercato rilevante ogni collegamento tra coppie di città o di aeroporti (c.d. metodo delle coppie di origine-destinazione; "metodo O&D"). Queste coppie rappresentano l'origine e la destinazione dello spostamento e, in quanto tali, non sono sostituibili dal punto di vista della domanda, fermo restando che gli accoppiamenti all'interno dei rispettivi bacini di utenza (c.d. *catchment area*) sono da valutarsi caso per caso. Di conseguenza, ognuno dei mercati così definiti può non coincidere necessariamente con i soli collegamenti tra i due aeroporti agli estremi della rotta, potendo comprendere anche i voli tra aeroporti i cui rispettivi bacini di utenza si sovrappongono in misura significativa con quelli di aeroporti limitrofi. Questo approccio presenta una dimensione geografica caratteristica dei servizi di trasporto, che rende necessario considerare sia la sostituibilità tra voli diretti ed indiretti che con altri mezzi di trasporto, sia la distinguibilità della clientela sulla base della diversa

d) *subordinare la conclusione dei contratti all'accettazione da parte degli altri contraenti di prestazioni supplementari che, per loro natura e secondo gli usi commerciali, non abbiano alcuna connessione con l'oggetto dei contratti stessi...*".

⁶ Si vedano i punti 1.2.2-1.2.5 della sentenza.

⁷ Cassazione sentenza n. 11564 del 04.06.2015; Cassazione sentenza n. 14394 del 10.08.2012; Cassazione sentenza n. 3638 del 13.02.2009.

⁸ Consiglio di Stato, sez. VI, sentenze n. 1673 e 2837 del 2014.

⁹ Com. Comm. sulla definizione del mercato rilevante ai fini dell'applicazione del diritto comunitario in materia di concorrenza, *GUUE C 372 del 09.12.1997*.

¹⁰ Cassazione sentenza n. 3638 del 13.02.2009.

importanza attribuita dai consumatori ai fattori del tempo e del prezzo¹¹.

Secondo la Corte, possono risultare determinanti anche i mercati collegati. Quando i mercati sono distinti ma collegati, talune circostanze particolari possono giustificare l'applicazione dell'articolo 102 TFUE ad un comportamento dispiegato sul mercato collegato, non soggetto a dominio, e produttivo di effetti su questo stesso mercato¹². Tali circostanze possono sussistere qualora i comportamenti di un'impresa dominante su un mercato a monte consistano nel tentare di escludere concorrenti almeno altrettanto efficienti sul mercato a valle mediante la compressione (*squeeze*) dei loro margini, con l'effetto di affievolire la concorrenza sul mercato a valle¹³.

Tutto ciò premesso, la Corte di Appello non aveva definito in tal modo il mercato rilevante, ritenendo erroneamente che il giudice di primo grado lo avesse identificato come il mercato europeo dei servizi di agenzia viaggi e turismo, mentre in realtà la definizione del mercato rilevante in primo grado aveva

riguardato i servizi di volo, per poi desumere che su questo mercato la quota del 10% occupata da Ryanair non costituiva una posizione dominante. In questo modo, la Corte territoriale non aveva correttamente applicato i principi in tema di definizione del mercato rilevante, in quanto non solo aveva meccanicamente sovrapposto tale concetto a quello del mercato economico delle parti in causa, ma aveva anche erroneamente attribuito tale conclusione al Tribunale. Inoltre, il giudice d'appello non aveva riconosciuto il collegamento tra i due mercati "a monte" e "a valle" e non aveva di conseguenza valutato le interazioni economiche rilevanti sul piano della concorrenza considerando l'accesso ai servizi turistici accessori offerto da Ryanair. Pertanto, rilevante, ne risultava inficiata la soluzione che escludeva *tout court* la posizione dominante di Ryanair.

In ragione dell'accoglimento dei primi due motivi, la Corte ha ritenuto assorbito il terzo, con il quale Lastminute e Viaggiare avevano denunciato la violazione e la falsa applicazione degli artt. 91¹⁴ e 92¹⁵ del codice di procedura civile nella parte

¹¹ AGCM Provvedimento n. 23496, Monitoraggio post concentrazione/Compagnia aerea italiana/Alitalia - Linee aeree Italiane - Air One, Bollettino n. 15/2012.

¹² CGUE 14.11.1996, Causa C-333/94 P, *Tetra Pak International SA contro Commissione delle Comunità europee*, punto 25; CGUE 03.10.1985, Causa 311/84, CBEM, punto 26.

¹³ CGUE 17.02.2011, Causa C-52/09, *Konkurrensverket contro TeliaSonera Sverige AB*, punti 85-88.

¹⁴ L'articolo 91 c.p.c., intitolato Condanna alle spese, dispone: "... Il giudice, con la sentenza che chiude il processo davanti a lui, condanna la parte soccombente al rimborso delle spese a favore dell'altra parte e ne liquida l'ammontare insieme con gli onorari di difesa. Se accoglie la domanda in misura non superiore all'eventuale proposta conciliativa, condanna la parte che ha rifiutato senza giustificato motivo la proposta al pagamento delle spese del processo maturate dopo la formulazione della proposta, salvo quanto disposto dal secondo comma dell'articolo 92.

Le spese della sentenza sono liquidate dal cancelliere con nota in margine alla stessa; quelle della notificazione della sentenza del titolo esecutivo e del precetto sono liquidate dall'ufficiale giudiziario con nota in margine all'originale e alla copia notificata.

I reclami contro le liquidazioni di cui al comma precedente sono decisi con le forme previste negli articoli 287 e 288 dal capo dell'ufficio a cui appartiene il cancelliere o l'ufficiale giudiziario.

Nelle cause previste dall'articolo 82, primo comma, le spese, competenze ed onorari liquidati dal giudice non possono superare il valore della domanda..."

¹⁵ L'articolo 92 c.p.c., intitolato "Condanna alle spese per singoli atti. Compensazione delle spese", dispone: "... Il giudice, nel pronunciare la condanna di cui all'articolo precedente, può escludere la ripetizione delle spese sostenute dalla parte vincitrice, se le ritiene eccessive o superflue; e può, indipendentemente dalla soccombenza, condannare una parte al rimborso delle spese, anche non ripetibili, che, per trasgressione al dovere di cui all'articolo 88, essa ha causato all'altra parte.

Se vi è soccombenza reciproca ovvero nel caso di assoluta novità della questione trattata o mutamento della giurisprudenza rispetto alle questioni dirimenti, il giudice può compensare le spese tra le parti, parzialmente o per intero. Se le parti si sono conciliate, le spese si intendono compensate, salvo che le parti stesse abbiano diversamente convenuto nel processo verbale di conciliazione..."

in cui la sentenza d'appello aveva disposto la compensazione delle spese di entrambi i gradi di giudizio.

La Corte ha successivamente esaminato il ricorso di Ryanair, che con il primo motivo aveva sostenuto che la Corte di Appello, pur avendole riconosciuto il diritto di riservare a sé la vendita dei biglietti e di fornire sui propri siti spazi pubblicitari ad imprese terze interessate a fornire servizi accessori al viaggio aereo, non aveva stabilito che le OTA non potevano aggirare tale esclusiva mediante l'accesso incontrollato alla sua banca dati grazie al c.d. *screen scraping*¹⁶. In questo modo, secondo Ryanair sarebbe stata negata la protezione del proprio *database* in virtù del diritto d'autore e/o del diritto *sui generis*¹⁷. La Suprema Corte ha ritenuto il motivo inammissibile in quanto fondato sulla erronea premessa che la Corte d'Appello avesse riconosciuto il diritto di Ryanair di provvedere in esclusiva alla vendita dei biglietti, ciò che non corrispondeva a quanto statuito nella sede di gravame, ove era stato solo escluso l'abuso di posizione dominante da parte del vettore. Inoltre, per quanto riguardava il diritto d'autore, l'organizzazione dei dati si ispirava a finalità gestionali ed assolveva a funzioni

di informazione sui prodotti dell'azienda che gestiva il sito, senza un apprezzabile apporto intellettuale creativo. Per quanto riguarda il diritto *sui generis*, invece, la previsione, da parte di Ryanair, di una licenza per consentire l'estrazione dei dati non aveva lo scopo di proteggere questi ultimi, e bensì quello di impedire ai terzi di commercializzare i suoi biglietti di volo, pregiudicando così una politica di vendita che perseguiva la realizzazione di ricavi ancillari attraverso i *partner* commerciali ospitati sul sito.

Con il secondo motivo, Ryanair aveva lamentato che l'uso del marchio comunitario denominato "Ryanair" da parte delle OTA, registrato per diverse classi, fosse stato ritenuto meramente descrittivo, in quanto inteso solamente a segnalare il vettore dei voli commercializzati. Secondo la ricorrente, al contrario, l'uso del marchio aveva fatto sorgere un affidamento nel consumatore circa l'esistenza di un accordo o di una autorizzazione tra le OTA e Ryanair, strumentale alla vendita dei biglietti. La Corte ha preliminarmente ricordato che i diritti di marchio d'impresa registrato non permettono al titolare di vietarne ai terzi l'uso nell'attività economica, purché questo sia conforme ai principi della correttezza professionale¹⁸. Nel caso di

¹⁶ Lo *screen scraping* consiste in diverse metodologie che consentono di estrarre e collezionare dati e informazioni da *internet* attraverso dei *software* che simulano la navigazione compiuta da utenti in carne ed ossa andando a prelevare determinate informazioni da differenti portali *web*. In altre parole, si tratta di una forma di *data mining*, che consente di entrare in possesso di dati non necessariamente di pubblico dominio o non immediatamente accessibili.

¹⁷ Direttiva 96/9/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'11 marzo 1996, relativa alla tutela giuridica delle banche di dati, GUUE L 077 del 27.03.1996. L'articolo 7 della Direttiva, intitolato "Oggetto della tutela", al paragrafo 1 dispone: "... Gli Stati membri attribuiscono al costituente di una banca di dati il diritto di vietare operazioni di estrazione e/o reimpiego della totalità o di una parte sostanziale del contenuto della stessa, valutata in termini qualitativi o quantitativi, qualora il conseguimento, la verifica e la presentazione di tale contenuto attestino un investimento rilevante sotto il profilo qualitativo o quantitativo..."

¹⁸ Decreto Legislativo 10 febbraio 2005, n. 30, Codice della proprietà industriale, a norma dell'articolo 15 della legge 12 dicembre 2002, n. 273, GU n. 52 del 04.03.2005. L'articolo 21 del Decreto, intitolato "Limitazioni del diritto di marchio", dispone: "... I diritti di marchio d'impresa registrato non permettono al titolare di vietare ai terzi l'uso nell'attività economica:

a) del loro nome e indirizzo;

b) di indicazioni relative alla specie, alla qualità, alla quantità, alla destinazione, al valore, alla provenienza geografica, all'epoca di fabbricazione del prodotto o di prestazione del servizio o ad altre caratteristiche del prodotto o del servizio;

c) del marchio d'impresa se esso è necessario per indicare la destinazione di un prodotto o servizio, in particolare come accessori o pezzi di ricambio, purché l'uso sia conforme ai principi della correttezza professionale.

specie, le OTA avevano lecitamente fatto uso del marchio in forma descrittiva, funzionale alla commercializzazione dei voli Ryanair ed alla doverosa informazione dei viaggiatori circa la specie e le caratteristiche del servizio offerto. Di conseguenza, non era possibile ravvisare alcuna lesione ai principi della correttezza professionale¹⁹, e dunque il motivo veniva giudicato infondato.

Con il terzo motivo, Ryanair aveva sostenuto che la circostanza che, attraverso spazi pubblicitari sul proprio sito, venissero proposti hotel, giochi ed altro era stata erroneamente ritenuta rilevante al fine di ritenere che, pur provvedendo esclusivamente alla vendita dei biglietti per i voli, dal punto di vista economico e sostanziale la ricorrente si poneva come operatrice concorrente anche sul mercato tradizionalmente riservato alle agenzie di viaggio. Secondo la Corte, la sussistenza di una situazione di concorrenzialità tra due o più imprenditori deriva dal contemporaneo esercizio di una medesima attività industriale o commerciale in un ambito territoriale anche solo potenzialmente comune, e quindi dalla comunanza di clientela²⁰, da verificarsi anche in una prospettiva futura, esaminando se l'attività, considerata nella sua naturale dinamicità, consentisse di configurare un'unica offerta dei medesimi prodotti o servizi, ovvero di prodotti e servizi affini rispetto a quelli offerti dal soggetto che

lamentava la concorrenza sleale²¹. Di conseguenza, attenendosi a tali principi, la Corte territoriale aveva correttamente accertato l'esistenza del rapporto di concorrenza, in quanto Ryanair operava anche sul mercato destinato a soddisfare i bisogni dei clienti che si rivolgevano alle agenzie di viaggi e turismo *on* e *off line*.

Con il quarto motivo, infine, Ryanair aveva sostenuto che la Corte territoriale avesse errato nel ritenere non veritiere le dichiarazioni contenute nel suo comunicato diffuso in data 24 gennaio 2008, omettendo di valutarne la continenza e criticando i toni utilizzati. Nonostante la divulgazione di notizie e apprezzamenti falsi nei confronti dell'impresa concorrente sia, di per sé, screditante, ricadendo perciò nell'ambito applicativo dell'art. 2598 del codice civile²², nel caso di specie la Corte territoriale non solo aveva correttamente accertato la non veridicità delle notizie diffuse in merito alla maggiorazione dei prezzi, ma ne aveva anche escluso implicitamente la continenza rispetto ad una realtà non corrispondente a quella rappresenta. Di conseguenza, anche il quarto motivo veniva rigettato.

La Corte ha infine rigettato anche il quinto e il sesto motivo, con i quali Ryanair aveva sostenuto, rispettivamente, la correttezza del proprio comportamento, non avendo Lastminute e Viaggiare dimostrato né la sussistenza né il collegamento causale tra il comunicato contestato e il danno

Non è consentito usare il marchio in modo contrario alla legge, né, in specie, in modo da ingenerare un rischio di confusione sul mercato con altri segni conosciuti come distintivi di imprese, prodotti o servizi altrui, o da indurre comunque in inganno il pubblico, in particolare circa la natura, qualità o provenienza dei prodotti o servizi, a causa del modo e del contesto in cui viene utilizzato, o da ledere un altrui diritto di autore, di proprietà industriale, o altro diritto esclusivo di terzi.

È vietato a chiunque di fare uso di un marchio registrato dopo che la relativa registrazione è stata dichiarata nulla, quando la causa di nullità comporta la illiceità dell'uso del marchio...

¹⁹ Cassazione sentenza n. 22119 del 29.10.2015; Cassazione sentenza n. 6021 del 14.03.2014; Cassazione sentenza n. 17734 del 30.07.2009; Cassazione sentenza n. 1820 del 18.02.2000; Cassazione sentenza n. 144 del 10.01.2000.

²⁰ Cassazione sentenza n. 12364 del 18.05.2018.

²¹ Cassazione sentenza n. 22332 del 22.10.2014.

²² L'articolo 2598 c.c., intitolato "Atti di concorrenza sleale", al numero 2 dispone: "... Ferme le disposizioni che concernono la tutela dei segni distintivi e dei diritti di brevetto, compie atti di concorrenza sleale chiunque:

(...)

2) diffonde notizie e apprezzamenti sui prodotti e sull'attività di un concorrente, idonei a determinare il discredito o si appropria di pregi dei prodotti o dell'impresa di un concorrente..."

lamentato, ed aveva denunciato il mancato svolgimento dell'attività istruttoria richiesta nella fase di merito.

rigettando *in toto* il ricorso proposto di Ryanair.

Conclusivamente, la Corte di Cassazione ha accolto il primo e il secondo motivo del ricorso di Lastminute e Viaggiare,



Roberto A. Jacchia

PARTNER

 r.jacchia@dejalex.com

 +39 02 72554.1

 Via San Paolo 7
20121 - Milano



Marco Stillo

ASSOCIATE

 m.stillo@dejalex.com

 +32 (0)26455670

 Chaussée de La Hulpe 187
1170 - Bruxelles

MILANO

Via San Paolo, 7 · 20121 Milano, Italia
T. +39 02 72554.1 · F. +39 02 72554.400
milan@dejalex.com

ROMA

Via Vincenzo Bellini, 24 · 00198 Roma, Italia
T. +39 06 809154.1 · F. +39 06 809154.44
rome@dejalex.com

BRUXELLES

Chaussée de La Hulpe 187 · 1170 Bruxelles, Belgique
T. +32 (0)26455670 · F. +32 (0)27420138
brussels@dejalex.com

MOSCOW

Ulitsa Bolshaya Ordynka 37/4 · 119017, Moscow, Russia
T. +7 495 792 54 92 · F. +7 495 792 54 93
moscow@dejalex.com