

podstawa wymiaru podatku, zmienionej dyrektywą Rady 95/7/WE z dnia 10 kwietnia 1995 r. należy interpretować w ten sposób, że oddzielanie komórek chrząstek stawowych z materiału chrząstkowego pobranego od człowieka i późniejsze ich pomnażanie w celu ponownego wszczepienia dla celów terapeutycznych stanowi „świadczanie opieki medycznej” w rozumieniu tego przepisu.

(¹) Dz.U. C 180 z 1.8.2009

Wyrok Trybunału (czwarta izba) z dnia 18 listopada 2010 r. (wniosek o wydanie orzeczenia w trybie prejudycjalnym złożony przez Tribunal de commerce de Bourges — Francja) — Lidl SNC przeciwko Vierzon Distribution SA

(Sprawa C-159/09) (¹)

(Dyrektywy 84/450/EWG i 97/55/WE — Warunki dopuszczalności reklamy porównawczej — Porównanie cen zbioru produktów spożywczych sprzedawanych przez dwie konkurujące sieci sklepów — Towary zaspokajające te same potrzeby lub mające ten sam cel — Reklama wprowadzająca w błąd — Porównanie dotyczące cechy możliwej do zweryfikowania)

(2011/C 13/13)

Język postępowania: francuski

Sąd krajowy

Tribunal de commerce de Bourges

Strony w postępowaniu przed sądem krajowym

Strona skarżąca: Lidl SNC

Strona pozwana: Vierzon Distribution SA

Przedmiot

Wniosek o wydanie orzeczenia w trybie prejudycjalnym — Tribunal de commerce de Bourges — Wykładnia art. 3a dyrektywy Rady 84/450/EWG z dnia 10 września 1984 r. w sprawie zbliżenia przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich dotyczących reklamy wprowadzającej w błąd (Dz.U. L 250, s. 17), zmienionej dyrektywą 97/55/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 6 października 1997 r. (Dz.U. L 290, s. 18) — Przesłanki dopuszczalności reklamy porównawczej — Porównanie cen stosowanych przez konkurencyjną sieć supermarketów — Towary zaspokajające te same potrzeby lub mające ten sam cel

Sentencja

Wykładni art. 3a ust. 1 lit. b) dyrektywy Rady 84/450/EWG z dnia 10 września 1984 r. dotyczącej reklamy wprowadzającej w błąd i reklamy porównawczej, zmienionej dyrektywą 97/55/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 6 października 1997 r., należy dokonywać w ten sposób, iż sama okoliczność, że produkty spożywcze różnią się pod względem ich zdolności do spożycia i przyjemności,

jaką zapewniają konsumentowi w zależności od warunków i miejsca ich wytworzenia oraz ich składników i tożsamości producenta, nie może wykluczyć, aby porównanie takich produktów mogło spełniać wymóg ustanowiony przez rzeczony przepis, zgodnie z którym mają one zaspokajać te same potrzeby lub mieć te same cele, czyli posiadać wystarczający stopień zamienności względem siebie.

Wykładni art. 3a ust. 1 lit. a) dyrektywy 84/450, zmienionej dyrektywą 97/55, należy dokonywać w ten sposób, iż reklama taka jak ta będąca przedmiotem postępowania przed sądem krajowym może wprowadzać w błąd w szczególności w sytuacji:

- gdy przy uwzględnieniu wszystkich istotnych okoliczności danej sprawy, a w szczególności informacji i braku informacji towarzyszących tej reklamie stwierdzono, iż znaczna część konsumentów, do których reklama jest skierowana, podejmuje decyzję o zakupie w błędnym przekonaniu, że dokonany przez reklamującego wybór produktów oddaje ogólny poziom cen reklamującego w stosunku do cen przyjmowanych przez jego konkurenta i że zaoszczędzą oni kwoty adekwatne do tych zachwalanych przez wspomnianą reklamę, regularnie kupując towary bieżącego użytku u reklamującego, zamiast u tego konkurenta lub wreszcie w błędnym przekonaniu, iż wszystkie produkty reklamującego są tańsze od produktów jego konkurenta lub
- gdy stwierdzono że do celów porównania dokonywanego wyłącznie pod kątem ceny wybrano produkty spożywcze, które w rzeczywistości wykazują obiektywne różnice mogące znacząco wpływać na wybór przeciętnego konsumenta, przy czym różnice te nie wynikają z danej reklamy.

Wykładni art. 3a ust 1 lit. c) dyrektywy 84/450 zmienionej dyrektywą 97/55 należy dokonywać w ten sposób, iż warunek możliwości zweryfikowania, o którym mowa w tym przepisie wymaga w odniesieniu do reklamy takiej jak reklama będąca przedmiotem postępowania przed sądem krajowym, która porównuje ceny dwóch asortymentów towarów, aby dane towary mogły być precyzyjnie zidentyfikowane na podstawie informacji zawartych w rzeczonyj reklamie.

(¹) Dz.U. C 180 z 1.8.2009.

Wyrok Trybunału (czwarta izba) z dnia 11 listopada 2010 r. — Komisja Europejska przeciwko Republice Włoskiej

(Sprawa C-164/09) (¹)

(Uchybienie zobowiązaniom państwa członkowskiego — Ochrona dzikiego ptactwa — Dyrektywa 79/409/EWG — Odstępstwa od systemu ochrony dzikiego ptactwa — Polowanie)

(2011/C 13/14)

Język postępowania: włoski

Strony

Strona skarżąca: Komisja Wspólnot Europejskich (przedstawiciele: C. Zadra i D. Recchia, pełnomocnicy)