

**Strony w postępowaniu przed sądem krajowym**

Strona skarżąca: Skatteverket

Strona pozwana: Gourmet Classic Ltd

**Przedmiot**

Wniosek o wydanie orzeczenia w trybie prejudycjalnym — Regeringsrätten — Wykładnia art. 20 tiret pierwszy dyrektywa Rady 92/83/EWG z dnia 19 października 1992 r. w sprawie harmonizacji struktury podatków akcyzowych od alkoholu i napojów alkoholowych (Dz.U. L 316, s. 21) — Zwolnienie z podatku akcyzowego — Produkt na bazie wina przeznaczony do gotowania o zawartości alkoholu 4,8 % na 100 kg produktu gotowego

**Sentencja**

Alkohol wchodzący w skład wina do gotowania powinien zostać zaklasyfikowany, jeżeli rzeczywista wartość alkoholu przekracza 1,2 % obj., do kategorii alkoholi etylowych przewidzianej w art. 20 tiret pierwsze dyrektywy Rady 92/83/EWG z dnia 19 października 1992 r. w sprawie harmonizacji struktury podatków akcyzowych od alkoholu i napojów alkoholowych.

(<sup>1</sup>) Dz.U. C 326 z 30.12.2006.

**Wyrok Trybunału (pierwsza izba) z dnia 12 czerwca 2008 r. (wniosek o wydanie orzeczenia w trybie prejudycjalnym złożony przez Court of Appeal — Zjednoczone Królestwo) — O2 Holdings Limited & O2 (UK) Limited przeciwko Hutchison 3G UK Limited**

(Sprawa C-533/06) (<sup>1</sup>)

**(Znaki towarowe — Dyrektywa 89/104/EWG — Artykuł 5 ust. 1 — Wylądne prawo właściciela znaku towarowego — Używanie oznaczenia identycznego ze znakiem towarowym lub do niego podobnego w reklamie porównawczej — Ograniczenie skutków znaku towarowego — Reklama porównawcza — Dyrektywy 84/450/EWG i 97/55/WE — Artykuł 3a ust. 1 — Wymogi dopuszczalności reklamy porównawczej — Używanie znaku towarowego konkurenta lub oznaczenia do niego podobnego)**

(2008/C 209/12)

Język postępowania: angielski

**Sąd krajowy**

Court of Appeal

**Strony w postępowaniu przed sądem krajowym**

Strona powodowa: O2 Holdings Limited & O2 (UK) Limited

Strona pozwana: Hutchison 3G UK Limited

**Przedmiot**

Wniosek o wydanie orzeczenia a trybie prejudycjalnym — Court of Appeal — Wykładnia art. 5 ust. 1 pierwszej dyrektywy Rady 89/104/EWG z dnia 21 grudnia 1988 r. mającej na celu zbliżenie ustawodawstw państw członkowskich odnoszących się do znaków towarowych (Dz.U. 1989, L 40, s. 1) oraz 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) — Użycie znaku towarowego konkurenta w reklamie porównawczej celem porównania właściwości, a w szczególności ceny, towarów lub usług oferowanych przez reklamującego z właściwościami towarów lub usług konkurenta

**Sentencja**

1) Artykuł 5 ust. 1 i 2 pierwszej dyrektywy Rady 89/104/EWG z dnia 21 grudnia 1988 r. mającej na celu zbliżenie ustawodawstw państw członkowskich odnoszących się do znaków towarowych i art. 3a ust. 1 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 października 1997 r., powinny być interpretowane w ten sposób, iż uprawniony do zarejestrowanego znaku towarowego nie może zakazać używania przez osobę trzecią w reklamie porównawczej oznaczenia identycznego z jego znakiem towarowym lub do niego podobnego, jeśli reklama ta spełnia wszystkie warunki dopuszczalności wymienione we wspomnianym art. 3a ust. 1.

Jednak, w sytuacji, gdy spełnione zostały przesłanki, od wystąpienia których art. 5 ust. 1 lit. b) dyrektywy 89/104 uzależnia możliwość zakazania używania oznaczenia identycznego z zarejestrowanym znakiem towarowym lub do niego podobnego, nie jest możliwe, by reklama porównawcza, w której wykorzystano to oznaczenie, mogła spełniać wymóg dopuszczalności wymieniony w art. 3a ust. 1 lit. d) dyrektywy 84/450 zmienionej dyrektywą 97/55.

2) Artykuł 5 ust. 1 lit. b) dyrektywy 89/104 należy interpretować w ten sposób, że uprawniony do zarejestrowanego znaku towarowego nie ma prawa domagać się zakazania osobie trzeciej używania w reklamie porównawczej oznaczenia podobnego do tego znaku towarowego w odniesieniu do towarów lub usług identycznych z tymi, dla których znak ten został zarejestrowany lub do nich podobnych w sytuacji, gdy używanie to nie wprowadza odbiorców w błąd, i to niezależnie od tego, czy ta reklama porównawcza spełnia wszystkie przesłanki dopuszczalności wymienione w art. 3a dyrektywy 84/450 zmienionej dyrektywą 97/55.

(<sup>1</sup>) Dz.U. C 56 z 10.3.2007.