

Strony w postępowaniu przed sądem krajowym

Strona skarżąca: Ministero delle Finanze

Strona pozwana: CO.GE.P. srl

Przedmiot

Wniosek o wydanie orzeczenia w trybie prejudycjalnym — Carte suprema di Cassazione — Wykładnia art. 13 część B lit. b) szóstej dyrektywy Rady 77/388/EWG z dnia 17 maja 1977 r. w sprawie harmonizacji ustawodawstw państw członkowskich w odniesieniu do podatków obrotowych — wspólny system podatku od wartości dodanej: ujednoliczona podstawa wymiaru podatku (Dz.U. L 145) — Zwolnienie wynajmu nieruchomości — Przyznanie prawa do korzystania z dobra państwowego

Sentencja

Artykuł 13 część B lit. b) szóstej dyrektywy Rady 77/388/EWG z dnia 17 maja 1977 r. w sprawie harmonizacji ustawodawstw państw członkowskich w odniesieniu do podatków obrotowych — wspólny system podatku od wartości dodanej: ujednoliczona podstawa wymiaru podatku należy interpretować w ten sposób, że stosunek prawny taki jak sporny stosunek w postępowaniu przed sądem krajowym, w ramach którego osobie przyznane zostaje prawo do zajmowania i korzystania, w tym na zasadach wyłączności, z dobra publicznego, to znaczy ze stanowiących własność państwa stref nadbrzeżnych, przez czas określony i za wynagrodzeniem, należy do zakresu pojęcia „wynajem nieruchomości” w rozumieniu tego artykułu.

(¹) Dz.U. C 154 z 1.7.2006.

Wyrok Trybunału (czwarta izba) z dnia 18 października 2007 r. (wniosek o wydanie orzeczenia w trybie prejudycjalnym złożony przez Bundeskommunikationssenat — Austria) — Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) przeciwko Österreichischer Rundfunk (ORF)

(Sprawa C-195/06) (¹)

(Swobodne świadczenie usług — Telewizyjna działalność nadawcza — Dyrektywy 89/552/EWG i 97/36/EWG — Pojęcia „telezakupów” i „reklamy telewizyjnej” — Konkurs z nagrodami)

(2007/C 315/24)

Język postępowania: niemiecki

Sąd krajowy

Bundeskommunikationssenat

Strony w postępowaniu przed sądem krajowym

Strona skarżąca: Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria)

Strona pozwana: Österreichischer Rundfunk (ORF)

Przedmiot

Wniosek o wydanie orzeczenia w trybie prejudycjalnym — Bundeskommunikationssenat — Wykładnia art. 1 lit. c) i f) dyrektywy Rady 89/552/EWG z dnia 3 października 1989 r. w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych Państw Członkowskich dotyczących wykonywania telewizyjnej działalności transmisyjnej [nadawczej] (Dz.U. L 298, str. 23) w brzmieniu nadanym dyrektywą 97/36/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 30 czerwca 1997 r. (Dz.U. L 202, str. 60) — Audycja telewizyjna, w której widz ma możliwość udziału w konkursie z wygraną poprzez wybranie komercyjnego numeru telefonicznego — Pojęcia „reklama telewizyjna” i „telezakupy”

Sentencja

Artykuł 1 dyrektywy Rady z dnia 3 października 1989 r. w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich, dotyczących wykonywania telewizyjnej działalności transmisyjnej [nadawczej] (89/552/EWG) w wersji zmienionej dyrektywą 97/36/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 30 czerwca 1997 r. należy interpretować w ten sposób, że audycja lub część audycji, w której poprzez bezpośrednie wybranie komercyjnego numeru telefonicznego, a więc odpłatnie, widz uzyskuje od nadawcy telewizyjnego możliwość udziału w konkursie z nagrodami

— mieści się w zakresie definicji telezakupów ustanowionej w art. 1 lit. f) wskazanej dyrektywy, jeżeli audycja ta lub część audycji stanowi rzeczywistą ofertę świadczenia usług przy uwzględnieniu celu audycji, w ramach której odbywa się konkurs, jego znaczenia w ramach całej audycji w kontekście czasowym i w kontekście korzyści gospodarczych w odniesieniu do korzyści oczekiwanych od całej audycji, a także rodzaju pytań zadawanych kandydatom;

— mieści się w zakresie definicji reklamy telewizyjnej ustanowionej w art. 1 lit. c) wskazanej dyrektywy, jeżeli ze względu na cel lub treść tego konkursu oraz sposobu, w jaki są prezentowane nagrody, stanowi on przekaz zmierzający do zachęcenia widza do nabycia towarów lub usług prezentowanych jako nagroda lub do pośredniego promowania programów nadawcy w formie autopromocji.

(¹) Dz.U. C 243 z 1.10.2005.