

- czasowy zakres rozpatrywanego postanowienia (jednoroczny okres obowiązywania umowy, powiększony o jeden rok), zbiega się z okresem określonym w tej umowie, w trakcie którego strony nie mogą posługiwać się nabytymi w ramach wykonywania umowy partnerskiej tajemnicą handlową lub know how w projektach z osobami trzecimi;
  - zakres geograficzny postanowienia ogranicza się do zakresu geograficznego umowy;
  - zakres podmiotowy postanowienia jest ograniczony do stron umowy i spółek, w których posiadają one udział większościowy oraz do pozostałych spółek tej samej grupy, które również posiadają lub prowadzą placówki sprzedaży detalicznej objęte umową;
  - podmiotowy zakres postanowienia wyłącza dużą większość spółek należących do tej samej grupy gospodarczej, co strony, które tym samym nie były związane postanowieniem i mogły konkurować z drugą stroną w trakcie i po wygaśnięciu umowy;
  - spółki objęte postanowieniem działają na rynkach produktów całkowicie odmiennych i nie wykazano, że w chwili zawarcia umowy przygotowywały one jakiegokolwiek projekty lub plany, lub dokonały inwestycji lub podjęły jakiegokolwiek kroki przygotowawcze w celu wejścia na rynek produktu drugiej strony?
- 11) Czy pojęcie „porozumienia wertykalnego” w rozumieniu art. 101 ust. 1 TFUE, art. 1 ust. 1 lit. a) rozporządzenia Komisji (UE) nr 330/2010 z dnia 20 kwietnia 2010 r. w sprawie stosowania art. 101 ust. 3 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej do kategorii porozumień wertykalnych i praktyk uzgodnionych TFUE oraz pkt 25 lit. c) Wytocznych w sprawie ograniczeń wertykalnych (2010 / C 130/01), należy interpretować w ten sposób, że obejmuje ono umowę o cechach opisanych we wcześniejszych pytaniach, w ramach której strony działają na rynkach produktów całkowicie odmiennych i nie wykazano, że przed umową lub w jej braku miały one jakiegokolwiek projekty, inwestycje lub plany wejścia na rynek produktu drugiej strony, lecz w ramach której strony do celów umowy udostępniały drugiej stronie odpowiednie sieci handlowe, sprzedawców i know-how w celu promocji, zdobycia i zwiększenia klienteli i działalności drugiej strony?

(<sup>1</sup>) Dz.U. 2010, L 102, s. 1.

**Wniosek o wydanie orzeczenia w trybie prejudycjalnym złożony przez Supremo Tribunal Administrativo (Portugalia) w dniu 5 lipca 2021 r. – Instituto do Cinema e do Audiovisual, I.P. / NOWO Communications, S.A.**

(Sprawa C-411/21)

(2021/C 452/03)

*Język postępowania: portugalski*

**Sąd odsyłający**

Supremo Tribunal Administrativo

**Strony w postępowaniu głównym**

*Wnoszący odwołanie:* Instituto do Cinema e do Audiovisual, I.P.

*Druga strona postępowania:* NOWO Communications, S.A.

**Pytania prejudycjalne**

- 1) Czy art. 10 ust. 2 Lei n.º 55/2012, de 6 de setembro [ustawy nr 55/2012 z dnia 6 września 2012 r.] – jeżeli interpretować go w ten sposób, że przewidziana w nim opłata jest przeznaczona na finansowanie wyłącznie promocji i rozpowszechniania portugalskich utworów filmowych i audiowizualnych – może prowadzić do pośredniej dyskryminacji świadczenia usług między państwami członkowskimi w porównaniu z odpowiadającym mu świadczeniem usług na terytorium kraju, ponieważ utrudnia świadczenie usług między państwami członkowskimi w porównaniu ze świadczeniem usług wyłącznie wewnątrz jednego państwa członkowskiego, co stanowi naruszenie art. 56 TFUE?
- 2) Czy okoliczność, że systemy identyczne lub podobne do systemu przewidzianego w ustawie nr 55/2012 istnieją w innych państwach członkowskich Unii Europejskiej, może mieć wpływ na odpowiedź, której należy udzielić na pierwsze pytanie prejudycjalne?