

Zarzut czwarty, dotyczący pkt 55 zaskarżonego wyroku, jest oparty na przeinaczeniu uzasadnienia decyzji z dnia 29 maja 2017 r.

Zarzut piąty, dotyczący pkt 56 zaskarżonego wyroku, jest oparty na przeinaczeniu zarzutu skargi odnoszącego się do niedopełnienia obowiązku uzasadnienia.

Zarzut szósty jest oparty na sprzeczności między pkt 81 i 83 zaskarżonego wyroku.

Zarzut siódmy, dotyczący pkt 84 zaskarżonego wyroku, jest oparty na wypaczeniu argumentacji, na nieprawidłowej ocenie materialnoprawnej wynikającej z niekompletnego przeanalizowania akt sprawy, a także na niewystarczającym charakterze odpowiedzi Sądu na argumentację wnoszącej odwołanie.

**Odwołanie od postanowienia Sądu (czwarta izba) wydanego w dniu 9 października 2019 r.
w sprawie T 713/18, Esim Chemicals / EUIPO, wniesione w dniu 10 grudnia 2019 r. przez Esim
Chemicals GmbH**

(Sprawa C-902/19 P)

(2020/C 161/25)

Język postępowania: angielski

Strony

Wnoszący odwołanie: Esim Chemicals GmbH (przedstawiciele: I. Rungg, Rechtsanwalt, I. Innerhofer, Rechtsanwältin)

Druga strona postępowania: Urząd Unii Europejskiej ds. Własności Intelektualnej

Postanowieniem z dnia 3 marca 2020 r. Trybunał Sprawiedliwości (izba ds. przyjmowania odwołań do rozpoznania) nie przyjął odwołania do rozpoznania i obciążył Esim Chemicals GmbH jej własnymi kosztami.

**Wniosek o wydanie orzeczenia w trybie prejudycjalnym złożony przez Landesverwaltungsgericht
Steiermark (Austria) w dniu 16 grudnia 2019 r. – Fluctus s.r.o. i in.**

(Sprawa C-920/19)

(2020/C 161/26)

Język postępowania: niemiecki

Sąd odsyłający

Landesverwaltungsgericht Steiermark

Strony w postępowaniu głównym

Strona skarżąca: Fluctus s.r.o., Fluentum s.r.o., KI

Druga strona postępowania: Landespolizeidirektion Steiermark

Przy udziale: Finanzpolizei Team 96 für das Finanzamt Deutschlandsberg Leibnitz Voitsberg

Pytania prejudycjalne

- 1) Czy art. 56 TFUE należy interpretować w ten sposób, że przy ocenie niedopuszczalnych praktyk reklamowych koncesjonariusza sformułowanych przez Trybunał Sprawiedliwości w utrwalonym orzecznictwie w przypadku państwowego monopolu w zakresie gier losowych istotne jest, czy w całościowej ocenie w relewantnym okresie faktycznie nastąpił wzrost rynku gier losowych, czy też wystarczy już, że reklama ma na celu zachęcanie do czynnego udziału w grze, w szczególności poprzez banalizację gry, kształtowanie pozytywnego jej obrazu związanego z faktem, iż uzyskane przychody przeznaczają się na działalność leżącą w interesie ogólnym, lub poprzez zwiększenie atrakcyjności gry za pomocą chwytliwych haseł reklamowych kuszących znacznymi wygranymi?