ЗАКЛЮЧЕНИЕ НА ГЕНЕРАЛНИЯ АДВОКАТ
Г-Н Y. ВОТ
представено на 13 януари 2011 година[1]

1. Настоящото преюдициално запитване се отнася до Директива 2006/112/ЕО на Съвета от 28 ноември 2006 година относно общата система на данъка върху добавената стойност[2] и по-специално до определянето на мястото на доставка на услуги, които имат за предмет временното предоставяне на щандове за панаир.

2. Запитващата юрисдикция иска по същество Съдът да реши дали доставката на услуга по временно предоставяне на щандове по време на панаири или изложби съставлява доставка на рекламна услуга по смисъла на член 56, параграф 1, буква б) от Директива 2006/112, която се облага на мястото, където получателят се е установил, или този вид доставка на услуга попада в приложното поле на член 52, буква а) от тази директива, приложим към културни, артистични, спортни, научни, образователни, развлекателни или подобни дейности, както и към свързаните с тях доставки на спомагателни услуги, и поради това се облага на мястото, където услугата фактически се извършва.

3. В настоящото заключение ще посоча причините, поради които смятам, че член 52, буква а) от Директива 2006/112 трябва да се тълкува в смисъл, че доставката на услуга, която се състои във временно предоставяне на щандове за панаир на изложители, съставлява доставка на спомагателна услуга към дейностите на панаирите и изложбите и поради това попада в обхвата на тази разпоредба.

I — Правна уредба

А — *Правото на Съюза*

4. Шеста директива 2006/112 преработва Директива 77/388/ЕИО[3], която е била неколкократно и съществено изменяна.

1 — Език на оригиналния текст: френски.

2 — ОВ L 347, стр. 1; Специално издание на български език, 2007 г., глава 9, том 3, стр. 7.

3 — Директива на Съвета от 17 май 1977 година относно хармонизиране на законодателствата на държавите членки относно данъците върху оборота — обща система на данъка върху добавената стойност: единна данъчна основа (ОВ L 145, стр. 1, наричана по-нататък „Шеста директива“).

5. Член 1, параграф 2, първа алинея от Директива 2006/112 посочва, че принципът на общата система на данък върху добавената стойност (наричан по-нататък „ДДС“) изисква прилагане към стоките и услугите на общ данък върху потреблението, точно пропорционален на цената на стоките и услугите.

6. Следователно основният принцип, който ръководи общата система на ДДС, е облагането на мястото на фактическото потребление [4], което позволява да се гарантира, че постъпленията от този ДДС се получават от държавата членка, където е осъществено крайното потребление на дадена стока или услуга.

7. Ето защо определянето на мястото на потребление има решаващо значение, тъй като от него зависи предоставянето на ДДС на държавата членка по потребление.

8. За да направи възможно прилагането на този принцип и за да избегне конфликтите във връзка с юрисдикцията между държави членки [5], както и двойното данъчно облагане или необлагането, по отношение на доставките на услуги, законодателят на Съюза въвежда общо правило и особени правила, които се прилагат според естеството на доставяната услуга.

9. Така член 43 от Директива 2006/112 предвижда, че за място на доставка на услуги се счита мястото, където доставчикът е установил стопанската си дейност или има постоянен обект, от който се доставя услугата, или при липса на такова място на стопанска дейност или постоянен обект — мястото, където се намира постоянният му адрес или обичайното му местоживеене.

10. Относно културните, артистични, спортни, научни, образователни, развлекателни или подобни дейности, включително доставките на услуги на организаторите на подобни дейности, и когато е подходящо — доставките на спомагателните услуги, член 52, буква а) от тази директива посочва, че мястото на доставка на такива услуги е мястото, където услугите фактически се извършват.

11. Накрая член 56, параграф 1, буква б) от посочената директива предвижда, че мястото на доставка на рекламни услуги, доставени на получатели, установени извън Европейската общност, или за данъчнозадължени лица, установени в Общността, но извън държавата членка на доставчика, е мястото, където получателят е установил седалището на своята стопанска дейност или има постоянен обект, за който се доставя услугата, или при липса на такова място — мястото на постоянния му адрес или на обичайното му пребиваване.

4 — Вж. съображение 3 от Директива 2008/8/ЕО на Съвета от 12 февруари 2008 година за изменение на Директива 2006/112/ЕО по отношение на мястото на доставка на услуги (ОВ L 44, стр. 11). Вж. също точка 3.1.1 от съобщението на Комисията до Съвета, Европейския парламент и Европейския икономически и социален комитет — Равносметка и актуализиране на приоритетите на стратегията ДДС, от 20 октомври 2003 г. (COM(2003) 614 окончателен).

5 — Вж. съображение 17 от Директива 2006/112.

Б — *Националното право*

12. Член 27, параграф 2, точка 3, буква а) от Закона за данъка върху добавената стойност от 11 март 2004 г. (Ustawa z dnia 11 marca 2004r. o podatku od towarów i usług)[6] предвижда, че мястото на доставките на услуги, които имат за предмет културни, артистични, спортни, научни, образователни, развлекателни или подобни дейности и подобни услуги, като панаири и изложби, както и доставки на спомагателни услуги към тези дейности, е мястото, където тези услуги фактически се извършват.

13. Член 27, параграф 3 от същия закон посочва, че когато услугите, упоменати в член 27, параграф 4 от същия закон, са доставяни на физически и юридически лица, както и на образувания, които нямат юридическа правосубектност, чието седалище или постоянен адрес се намира на територията на трета държава, или на данъчнозадължени лица, чието седалище или постоянен адрес се намира на територията на Общността, но не в една и съща държава с доставчика на услугите, мястото на доставка на тези услуги е мястото, където получателят на услуги е установил седалището на своята стопанска дейност или постоянен обект, за който се доставя услугата, или при липса на такова място — мястото на постоянния му адрес или на обичайното му пребиваване.

6 — Dz. U. No 54, позиция 535.

14. Съгласно член 27, параграф 4, точка 2 от посочения закон тази разпоредба се прилага именно към рекламните услуги.

II — Фактите и спорът по главното производство

15. Inter-Mark Group sp. zoo, sp. komandytowa w Poznaniu (наричано по-нататък „Inter-Mark“) е регистрирано в Полша като данъчнозадължено лице по ДДС. Дейността, която то иска да извършва, се състои във временно предоставяне на щандове по време на панаири и изложби предимно на чужди изложители, които представят своите стоки и услуги по време на тези прояви. Тези панаири и изложби могат да се намират както на полска територия, така и на територията на други държави членки и на трети държави.

16. В преюдициалното си запитване запитващата юрисдикция уточнява, че предоставянето на щандове обикновено се предхожда от изработването на проект и от визуалното представяне на щанда. Тя посочва също, че в рамките на своята дейност Inter-Mark може да се ангажира с превоза на елементите на щанда, както и с монтажа му на мястото, където се организира панаирът или изложбата.

17. С цел да се уведоми за размера на ДДС, с който ще се облага дейността му, с писмо от 11 февруари 2009 г. Inter-Mark иска от Dyrektor Izby Skarbowej w Poznaniu (директор на данъчната дирекция в Poznań) тълкуване на разпоредбите от Закона за данъка върху добавената стойност.

18. С писмо от 4 май 2009 г. Dyrektor Izby Skarbowej w Poznaniu посочва, че при дейности като тези на Inter-Mark, съгласно член 27, параграф 2, точка 3, буква а) от този закон, мястото на доставките на услуги е мястото, където тези услуги фактически се извършват. Всъщност, обратно на твърдението на Inter-Mark, той счита, че тези дейности не съставляват вид убеждаваща комуникация и поради това не могат да се считат за рекламни услуги.

19. Inter-Mark иска от Dyrektor Izby Skarbowej w Poznaniu да преразгледа решението си. С писмо от 12 юни 2009 г. последният потвърждава своето становище.

20. Като счита, че услугите, които предлага, трябва да се считат за рекламни услуги, Inter-Mark обжалва решението от 4 май 2009 г. пред запитващата юрисдикция.

III — Преюдициалните въпроси

21. Тъй като изпитва съмнения относно тълкуването на някои правни разпоредби на Съюза, Wojewódzki Sąd Administracyjny w Poznaniu (Полша) решава да спре производството и да постави на Съда следните преюдициални въпроси:

„1) Трябва ли разпоредбите на член 52, буква а) от Директива 2006/112[…] да се тълкуват в смисъл, че доставките на услуги по временно предоставяне на щандове за изложби и панаири на клиенти, които представят офертите си на панаири и изложби, спадат към посочените в тези разпоредби доставки на услуги, които са спомагателни към услугите по организиране на панаири и изложби, т.е. услуги, подобни на културни, артистични, спортни, научни, образователни, развлекателни дейности, които се облагат на мястото, където фактически се извършват;

2) или да се приеме, че става въпрос за доставки на рекламни услуги, които съгласно член 56, параграф 1, буква б) от Директива 2006/112 се облагат на мястото, където получателят трайно е установил седалището на своята стопанска дейност или има постоянен обект, за който се доставя услугата, или при липса на такова място — мястото

на постоянния му адрес или на обичайното му пребиваване,

— като се има предвид, че тези доставки на услуги имат за предмет временното предоставяне на щандове на клиенти, които представят офертите си на панаири и изложби, което включва по принцип предварителното изработване на проект и визуалното представяне на щанда и евентуално превоза на елементите на щанда и монтажа му на мястото, където са организирани панаирите или изложбите, и че клиентите на доставчика, които представят своите стоки и услуги, плащат отделна такса на организатора на проявата за самата възможност за участие в тези панаири или изложби, която покрива разходите за комунални услуги и снабдяване, за инфраструктурата на панаира, за пресцентъра и т.н.?

Всеки изложител отговаря сам за подреждането и за сглобяването на собствения щанд и в това отношение той ползва подлежащите на тълкуване спорни доставки на услуги.

Организаторите изискват от посетителите да заплащат входни такси за достъп до панаирите и до изложбите, които се получават от организатора на проявата, а не от доставчика на услуги."

IV — Анализ

22. Преди да започна анализа, смятам, че е подходящо да направя следната забележка.

23. В основата на делото по главното производство е спор между Inter-Mark и Dyrektor Izby Skarbowej w Poznaniu по повод издаденото от последния становище относно бъдещото облагане на дейностите на Inter-Mark. Така че към момента на отправяне на преюдициалните въпроси от запитващата юрисдикция до Съда, все още не е била извършена нито една облагаема сделка. Поради това е възможно Съдът да бъде упрекнат, че се произнася по проблем от хипотетично естество.

24. Въпреки това според мен такова обстоятелство не може да постави под съмнение допустимостта на посочените въпроси, която освен това не се оспорва от страните.

25. Всъщност действително съществува реален спор пред националната юрисдикция, тъй като Inter-Mark подава жалба срещу издаденото от Dyrektor Izby Skarbowej w Poznaniu предварително становище, искайки по този начин законосъобразността на становището да бъде проверена от определена юрисдикция, така че Съдът разполага с достатъчно данни за положението, предмет на спора по главното производство, които му позволяват да тълкува разпоредбите на правото на Съюза [7].

7 — Вж. Решение от 18 ноември 1999 г. по дело X и Y (C-200/98, Recueil, стр. I-8261, точки 21 и 22).

26. Следователно в настоящия случай запитващата юрисдикция по същество пита дали временното предоставяне на щандове за панаири или изложби на изложители съставлява доставка на рекламна услуга, която се облага на мястото на установяване на получателя, или този вид доставки на услуги спада към културните, артистични, спортни, научни, образователни, развлекателни или подобни услуги и би се облагал на мястото, където се провежда панаирът или изложбата.

27. Поради причините, които ще бъдат изложени по-нататък, смятам, че предоставянето на щандове за панаир или изложба на изложители съставлява доставка на спомагателна услуга към дейностите на панаирите и изложбите, която се облага на мястото, където фактически се извършва.

28. Наистина в Решение от 5 юни 2003 г. по дело Design Concept [8] Съдът вече е имал повод да се произнесе по проблематиката, пред която сме изправени. В това решение той изхожда от схващането, че услугите по сглобяване на щандове, тяхното почистване и предоставянето на персонал за превоза на материал, съставляват рекламни услуги.

29. Въпреки това посоченото решение не ми изглежда определящо за поставения въпрос поради следните две причини.

30. На първо място, Съдът приема квалификацията на запитващата юрисдикция, според която тези услуги a priori са рекламни услуги. Всъщност той разяснява, че съгласно постоянната съдебна практика в рамките на сътрудничеството между Съда и националните юрисдикции само националният съд, който е сезиран със спора и трябва да поеме отговорността за последващото му съдебно решаване, може да прецени — предвид особеностите на делото — както необходимостта от преюдициално заключение, за да може да постанови решението си, така и релевантността на въпросите, които поставя на Съда [9]. Поради това, след като в този случай националната юрисдикция счита, че разглежданите услуги a priori са рекламни, Съдът отказва да променя по какъвто и да е начин тяхната квалификация [10].

31. На второ място обаче, Съдът посочва, че понятието за рекламни услуги е самостоятелно понятие на правото на Съюза и ако е необходимо, националната юрисдикция трябва да провери квалификацията на съответните услуги в светлината на практиката на Съда [11].

32. Ето защо от посоченото по-горе Решение по дело Design Concept не може да се направи извод, че временното предоставяне на щандове по повод панаир или

8 — C-438/01, Recueil, стр. I-5617.

9 — Точка 14.
10 — Точка 15.
11 — Пак там.

изложба съставлява рекламна услуга по смисъла на член 56, параграф 1, буква б) от Директива 2006/112.

33. Освен това в Решение от 9 март 2006 г. по дело Gillan Beach [12] Съдът достига до различна квалификация за този вид доставка на услуги.

34. Фактическият контекст на това дело е свързан с дружеството Gillan Beach Ltd, което е организирало две морски изложения във Франция и е доставило на изложителите комплексни услуги, включващи по-специално подреждането и предоставянето на щандове и на средства за комуникация. Възникналият в главното производство въпрос бил дали тази дейност попада в приложното поле на член 9, параграф 2, буква в), първо тире от Шеста директива (член 52, буква а) от Директива 2006/112) като дейност, подобна на посочените в тази разпоредба дейности.

35. Съдът най-напред посочва, че доколкото доставчикът доставя услугите си в държава, в която тези услуги фактически се извършват, и организаторът на проявата събира в същата държава ДДС, заплащан от крайния потребител, законодателят на Съюза е приел, че ДДС, който има за данъчна основа всички услуги, чиято стойност е включена в цената на платената от този потребител обща услуга, трябва да се внася в тази държава, а не в държавата, в която доставчикът е установил седалището на стопанската си дейност [13].

36. След това Съдът разяснява, че дадено изложение или панаир цели да достави на множество получатели, по принцип на едно-единствено място и еднократно, различни услуги с комплексен характер, именно с цел предлагане на информация, стоки или събития в условия, позволяващи те да бъдат представени на посетителите [14].

37. При това положение Съдът приема, че комплексната услуга, доставена на изложителите от организатор на панаир или изложение, в случая подреждането и предоставянето на щандове и на средства за комуникация, посрещането от обслужващ персонал, както и наемането и наблюдението на местата за привързване на кея на изложените кораби, трябва да се счита за спадаща към услугите, предвидени в член 9, параграф 2, буква в), първо тире от Шеста директива [15].

38. Разликата между делото, по което е постановено това решение, и настоящото дело се изразява във факта, че Inter-Mark не е организатор на панаирите или изложбите, нито пък доставя услугите си на

12 — C-114/05, Recueil, стр. I-2427.

13 — Точка 18 и цитираната съдебна практика.

14 — Точка 25.

15 — Точка 27. Уточнявам, че след посоченото по-горе Решение по дело Gillan Beach, считано от 1 януари 2010 г., законодателят на Съюза добавя дейностите на панаирите и изложенията в списъка с дейности, изброени в член 52, буква а) от Директива 2006/112 (вж. член 2, точка 1 от Директива 2008/8).

организатора на тези панаири или изложби. Доставките на услуги на Inter-Mark се състоят във временното предоставяне на щандове на самите изложители по повод панаири или изложби.

39. Поради тази причина Европейската комисия приема, че член 52, буква а) от Директива 2006/112 не е приложим към настоящото дело. Тя счита, че тъй като разходите за услугата по предоставяне на щандове на изложителите не са включени в цената на доставената от организатора на изложението комплексна услуга по излагане, предлаганите от Inter-Mark доставки на услуги не могат да се облагат на мястото, където се извършват [16]. Според Комисията съгласно съображение 17 от тази директива, което посочва, че мястото на доставките на услуги трябва да бъде определено в държавата членка на получателя, по-специално в случая на доставянето на определени услуги между данъчнозадължени лица, където разходът за услугите е включен в цената на стоките, това именно е критерият, който трябва да се вземе предвид, за да се определи мястото на данъчно привързване за доставките на услугите, посочени в членове 44—59 от посочената директива [17], и в настоящия случай той не бил изпълнен.

40. Поради това качеството на доставчика на услуги имало определящо значение при прилагането на член 52, буква а) от Директива 2006/112 към доставките на услуги.

41. Не споделям становището на Комисията поради следните съображения.

42. Най-напред, в Решение от 7 октомври 2010 г. по дело Kronospan Mielec [18] Съдът посочва, че както произтича от използването на наречието „особено“ в съображение 7 от Шеста директива (съображение 17 от Директива 2006/112), приложното поле на член 9, параграф 2 от Шеста директива (член 52 от Директива 2006/112) не се ограничава до доставките на услуги между данъчнозадължени лица, разходите, за които се включват в цената на стоките [19]. Съдът добавя, че Шеста директива не съдържа никакви указания, въз основа на които да се заключи, че фактът, че получателят включва разходите за доставките на услуги не пряко, а косвено в цената на предлаганите от него стоки и услуги, е от значение, за да се определи дали дадена доставка на услуги попада в обхвата на член 9, параграф 1 или параграф 2 от Шеста директива [20].

43. Ето защо според мен обстоятелството дали стойността на услугата е включена в цената на стоките не е определящо с оглед прилагането на член 52, буква а) от Директива 2006/112.

16 — Вж. точки 34—37 от писменото становище на Комисията.

17 — Вж. точка 37 от същото становище.

18 — C-222/09, Сборник, стр. I-9277.

19 — Точка 28.

20 — Точка 29.

44. По-нататък, според мен съдържанието на тази разпоредба показва, че тя се отнася както за организаторите на такива дейности, така и за доставчиците, които не организират тези дейности.

45. Всъщност посочената разпоредба се отнася за доставките на услуги, които имат за предмет изброените в нея дейности *„включително [доставките на услуги] на организаторите на подобни дейности“* [21]. Според мен използването на израза „включително“ посочва, че законодателят на Съюза е искал да уточни, че тези доставки на услуги включват и доставените от организаторите услуги, освен доставените такива от другите доставчици, след като тези услуги имат за предмет дейностите, изброени в член 52, буква а) от Директива 2006/112.

46. В това отношение смятам, че след като законодателят на Съюза се е погрижил да подчини доставките на услуги, които имат за предмет артистична, културна или друга дейност, на отделно правило, различно от общото правило относно определянето на мястото на облагане, това се отнася не толкова до качеството на доставчика, а до естеството на предлаганите от него услуги. Всъщност от съдържанието на член 52, буква а) от Директива 2006/112 следва, че именно предметът на доставката на услуги определя дали тази разпоредба се прилага към дадена доставка на услуги. Ето защо, за да е приложима посочената разпоредба, извършваната от доставчика на услуги дейност трябва да спада към изброените в нея дейности.

47. Според мен тази констатация се потвърждава от тълкуването на член 9, параграф 2, буква в) от Шеста директива, направено от Съда в посоченото по-горе Решение по дело Gillan Beach. Всъщност, за да определи дали разглежданите в посоченото дело услуги попадат в приложното поле на този член, Съдът отдава значение на предмета на дейността, а не на качеството на доставчика. Така той посочва, че дадена дейност трябва да се счита за подобна по смисъла на посочения член, ако съдържа характеристики, които присъстват и в другите изброени в него категории дейности и които обосновават попадането на същите дейности в приложното поле на посочената разпоредба [22].

48. Съдът продължава, като пояснява, че доставките на услуги с предмет такива дейности, имат комплексен характер, защото включват множество услуги и обикновено се доставят за множество получатели, а именно за всички лица, които на различни основания участват в културни, артистични, спортни, научни, образователни или развлекателни дейности [23]. Съдът добавя, че общото между такива услуги е и това, че обикновено се доставят по повод на конкретни прояви и мястото на фактическото

21 — Курсивът е мой.

22 — Точка 22.
23 — Точка 23.

им извършване по принцип е лесно за установяване, тъй като тези прояви се провеждат на точно определено място [24].

49. Видно е, че прилагането на член 52, буква а) от Директива 2006/112 към дадена услуга зависи не от качеството на този, който я доставя, а от самия предмет на услугата.

50. Този подход се среща и в Решение от 26 септември 1996 г. по дело Dudda [25]. Всъщност относно доставката на спомагателни услуги за културни, артистични, спортни, научни, образователни, развлекателни или подобни дейности, в това решение Съдът посочва, че става въпрос за услуги, които са спомагателни към основната дейност, разглеждана обективно, независимо от лицето, което ги извършва [26]. Съдът добавя, че това тълкуване се потвърждава от съдържанието на член 9, параграф 2, буква в), първо тире от Шеста директива, който разглежда доставката на спомагателни услуги, по-специално към артистичните или развлекателни дейности, без да съдържа указания относно лицата, които извършват тези дейности [27].

51. Този анализ се обосновава от факта, че логиката, която е в основата на член 52 от Директива 2006/112, изисква, доколкото е възможно, облагането да се извършва на мястото, където изброените в него услуги са използвани [28]. За всички тези категории услуги обаче мястото, където услугите фактически се извършват, по принцип е лесно за установяване [29]. Поради това определящият елемент, който позволява облагане на най-близкото място на фактическото потребление, не е самоличността на доставчика, а самият предмет на доставката на услуги, който ще позволи лесно да бъде установено мястото, където услугата е извършена.

52. Що се отнася до самия предмет на разглежданите в главното производство доставки на услуги, запитващата юрисдикция си задава въпроса дали тези услуги не могат да бъдат квалифицирани като рекламни услуги по смисъла на член 56, параграф 1, буква б) от Директива 2006/112, облагаеми на мястото, където получателят е установил стопанската си дейност.

53. Съмненията на запитващата юрисдикция са свързани с факта, че доставяните от Inter-Mark услуги вземат предвид индивидуалните изисквания на неговите клиенти, по-специално относно външния вид и функциите на щанда. Следователно подреждането на щандовете целяло да предизвика интереса на потенциалните купувачи и се превръщало в част от дейност по представяне на предлаганите от изложителя стоки или услуги. По това посочените услуги се доближавали до рекламните услуги.

24 — Точка 24.
25 — C-327/94, Recueil, стр. I-4595.
26 — Точки 27 и 28.
27 — Точка 29.
28 — Вж. в този смисъл Решение от 3 септември 2009 г. по дело RCI Europe (C-37/08, Сборник, стр. I-7533, точка 39).
29 — Вж. Решение по дело Gillan Beach, посочено по-горе (точка 24)

54. В това отношение Комисията смята, че външният вид и подреждането на щанда могат да увеличат значително ефекта от представянето на стоките, предлагани от изложителя [30]. Поради това тя счита, че предоставянето на индивидуализирани щандове, т.е. създадени специално за определен изложител и неотделими от представата за дружеството изложител, може да се приеме за рекламна услуга [31].

55. Понятието за рекламни услуги има определение в Решение от 17 ноември 1993 г. по дело Комисия/Франция [32]. В това решение Съдът посочва, че понятието за реклама задължително съдържа разпространяването на съобщение, предназначено да информира потребителите за съществуването и качествата на дадена стока или услуга с цел увеличаване на продажбите [33]. Съдът уточнява също, че разпространяването на това съобщение може да се осъществи, чрез използването на средства, различни от говор, писмени текстове, изображения, пресата или медиите [34].

56. Съдът добавя, че качеството на доставчика не е необходимо условие за квалификацията на услуга като рекламна услуга и че за да може тя да се квалифицира като рекламна услуга, е достатъчно действие по представяне, като например продажба на стоки на намалена цена, раздаването на потребителите на движими материални вещи, продавани на получателя от рекламна агенция, доставката на услуги на намалени цени или безплатно или организирането на коктейл или банкет, да съдържа предаване на съобщение, предназначено да информира потребителите за съществуването и качествата на стоката или услугата, която е предмет на това действие, с цел увеличаване на продажбите им [35].

57. Същото се отнася за всяка дейност, която е неразделно свързана с определена рекламна кампания и която поради това способства за предаването на рекламното съобщение [36].

58. Макар да е вярно, че подреждането на щанд от доставчик на услуги допринася за утвърждаването на стоката на изложителя и поради това трябва да бъде привлекателно, все пак не мисля, че би трябвало тази услуга да се квалифицира като рекламна услуга по смисъла на член 56, параграф 1, буква б) от Директива 2006/112.

59. Наистина, обикновеното предоставяне на щандове по повод панаир не съставлява самата дейност на панаира. Въпреки това щандът е необходимият материален елемент за осъществяването на тази дейност. Ето защо според мен предоставянето на щандове не цели нищо друго освен предлагане на материална възможност за участие на панаира, позволявайки на изложителя да представи стоките си.

30 — Вж. точка 20 от писменото становище на Комисията.
31 — Пак там.
32 — C-68/92, Recueil, стр. I-5881.
33 — Точка 16.
34 — Пак там.
35 — Точки 17 и 18.
36 — Точка 19.

60. В това отношение предоставянето на щандове от доставчик, различен от организатора на панаира или изложбата, е спомагателна услуга към дейността по организиране на този панаир или изложба, тъй като съставлява необходимо условие за осъществяването на посочената дейност [37].

61. Според мен фактът, че Inter-Mark предлага да индивидуализира подреждането на щанда, не може да постави под въпрос тази квалификация. Обратно на това, което Комисията, изглежда, твърди, не мисля, че за да бъдат причислени към категориите, изброени в член 52, буква а) от Директива 2006/112, предоставяните от доставчика щандове трябва да бъдат еднакви модели, а не подредени според изискванията на всеки изложител [38].

62. Лесно е да се предположи, че според естеството на предлаганите от изложителя стоки или услуги и според изискванията на своите клиенти Inter-Mark ще трябва да приспособи щанда и да го подреди по съответния начин. Например изложител, който предлага книги на посетителите, ще има нужда от щанд, оборудван с витрини, приспособени за книги, докато изложител, който предлага вино, ще трябва да бъде оборудван по-специално с маси и столове за дегустация.

63. Представянето на предлаганите от изложителите на посетителите стоки е същинската цел на дейността на панаира [39] и без никакво съмнение подреждането на щандовете спомага за осъществяването на тази цел. Въпреки това според посочената по-горе постоянна практика на Съда рекламната услуга трябва да цели изпращане на съобщение, информиращо посетителите за качеството на предлаганите от изложителите стоки и услуги.

64. Според материалите по преписката случаят по делото по главното производство не изглежда такъв, тъй като запитващата юрисдикция посочва само, че Inter-Mark взема предвид индивидуалните изисквания на своите клиенти, по-специално относно външния вид и функциите на щанда, и може да предостави превоз и монтаж на елементите на щанда на мястото на проявата [40].

65. Поради това с оглед на всички гореизложени съображения считам, че член 52, буква а) от Директива 2006/112 трябва да се тълкува в смисъл, че доставката на услуга, която се състои във временно предоставяне на щандове за панаир на изложители, съставлява доставка на спомагателна услуга към дейностите на панаирите и изложбите и поради това попада в обхвата на тази разпоредба.

37 — Вж. Решение по дело Dudda, посочено по-горе (точка 27).

38 — Вж. точки 20 и 21 от писменото становище на Комисията.

39 — Вж. Решение по дело Gillan Beach, посочено по-горе (точка 25).

40 — Вж. френския текст на преюдициалното запитване, точка 3.

V — Заключение

66. С оглед на гореизложените съображения предлагам Съдът да отговори на Wojewódzki Sąd Administracyjny w Poznaniu по следния начин:

„Член 52, буква а) от Директива 2006/112/ЕО на Съвета от 28 ноември 2006 година относно общата система на данъка върху добавената стойност трябва да се тълкува в смисъл, че доставката на услуга, която се състои във временно предоставяне на щандове за панаир на изложители, съставлява доставка на спомагателна услуга към дейностите на панаирите и изложбите и поради това попада в обхвата на тази разпоредба."