OPINIA RZECZNIKA GENERALNEGO
M. POIARESA MADURA
przedstawiona w dniu 9 lipca 2009 r. [1]

1. Niniejsza sprawa dotyczy wykładni art. 4 ust. 1 i 2 szóstej dyrektywy VAT [2]. Sąd krajowy pragnie ustalić, czy operacje finansowe prowadzone przez partię polityczną stanowią „działalność gospodarczą" w rozumieniu tej dyrektywy.

I — Okoliczności faktyczne i pytania prejudycjalne

2. Wnoszącą odwołanie w postępowaniu przed sądem krajowym jest krajowy oddział Sozialdemokratische Partei Österreichs (Socjaldemokratycznej Partii Austrii „SPÖ") w Karyntii. Krajowy oddział dzieli się na poszczególne oddziały rejonowe i miejscowe. Zarówno oddział krajowy, jak i oddziały rejonowe posiadają odrębną osobowość prawną. Nie posiadają jej natomiast oddziały miejscowe.

3. W latach 1998–2004 wnosząca odwołanie prowadziła na rzecz podlegających jej komórek różnorodną działalność promocyjną i reklamową w związku z odbywającymi się w Austrii wyborami. W szczególności wnosząca odwołanie działała jako grupa handlowa i nabywała różnego rodzaju materiały reklamowe, które były następnie odpowiednio przekazywane za rozliczeniem poszczególnym oddziałom rejonowym i miejscowym. Organizowała także odbywający się corocznie bal SPÖ. Działalność ta została określona jako „reklama zewnętrzna", w odróżnieniu od szkolenia urzędników partyjnych, które zostało zaliczone do „reklamy wewnętrznej". Niniejsza sprawa dotyczy jedynie „reklamy zewnętrznej".

4. W swych deklaracjach podatkowych SPÖ wskazała różne kwoty jako obroty podlegające opodatkowaniu w związku z „reklamą zewnętrzną" i wniosła o odliczenie odpowiadającego im podatku naliczonego. Pomiędzy SPÖ a organami podatkowymi powstał spór dotyczący tego, czy w ramach prowadzenia „reklamy zewnętrznej" na rzecz podlegających jej komórek organizacyjnych wnosząca odwołanie powinna być uważana za podatnika w rozumieniu szóstej dyrektywy VAT, który jest uprawniony do odliczenia naliczonego z tego tytułu podatku. Finanzamt Klagenfurt (urząd skarbowy w Klagenfurcie) uznał, iż SPÖ nie może być uznana za podatnika w rozumieniu szóstej dyrektywy. SPÖ odwołała się do Unabhängiger Finanzsenat Klagenfurt (niezależny trybunał ds.

1 — Język oryginału: angielski.

2 — Szósta dyrektywa 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: ujednolicona podstawa wymiaru podatku (Dz.U. L 145, s. 1)

skarbowych w Klagenfurcie), który skierował do Trybunału Sprawiedliwości osiem następujących pytań prejudycjalnych:

„1) Czy wykładni art. 4 ust. 1 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: ujednolicona podstawa wymiaru podatku (zwanej dalej „szóstą dyrektywą") należy dokonywać w ten sposób, że? w sytuacji, w której będący samodzielną osobą prawną krajowy oddział partii politycznej osiąga przychody z (częściowego) rozliczenia wydatków poniesionych na „reklamę zewnętrzną" także będących samodzielnymi osobami prawnymi, komórek tej partii (oddziałów rejonowych itp.) oraz ze sprzedaży wejściówek na imprezę balową? za działalność gospodarczą uznać należy prowadzenie przez ten krajowy oddział partii politycznej „reklamy zewnętrznej" w postaci prac nad wizerunkiem zewnętrznym (PR) [promocji], działalności informacyjnej, prowadzenia spotkań partyjnych, dostarczania materiałów reklamowych oddziałom rejonowym, a także urządzania i organizacji odbywającego się corocznie balu SPÖ?

2) Czy dla oceny pojęcia „działalności gospodarczej" w rozumieniu art. 4 ust. 1 i 2 szóstej dyrektywy może mieć znaczenie to, że określone w pytaniu pierwszym rodzaje działalności wywierają wpływ także na oddział krajowy, który zatem także z nich korzysta? Charakterystyczne dla niniejszej sprawy jest to, że w ramach prowadzenia tych rodzajów działalności zarówno partia, jak i jej polityczne cele i poglądy? jeśli nawet nie z definicji, to jako nieunikniony efekt uboczny? są ciągle reklamowane?

3) Czy o „działalności gospodarczej" w powyższym rozumieniu można mówić jeszcze wtedy, gdy wydatki poniesione na „reklamę zewnętrzną" stale wielokrotnie przekraczają osiągnięte z tej działalności przychody z rozliczenia wydatków oraz organizacji balu?

4) Czy „działalność gospodarcza" ma miejsce wtedy, gdy wydatki nie są rozliczane według możliwych do bezpośredniego zidentyfikowania kryteriów ekonomicznych (np. przypisania kosztów w zależności od tego, kto je poniósł, lub tego, kto odniósł z nich korzyść), lecz przede wszystkim oddziały podległe same decydują, czy i w jakim zakresie chcą partycypować w poniesionych przez oddział krajowy nakładach?

5) Czy „działalność gospodarcza" ma miejsce także wtedy, gdy świadczone oddziałom podległym usługi reklamowe są rozliczane w drodze nałożenia opłat na poszczególne oddziały, a wysokość przypadającej na oddział podległy opłaty jest zależna, po pierwsze, od ilości członków tego oddziału, oraz po drugie, od ilości wydelegowanych przez niego posłów?

6) Czy przy rozważaniu kwestii istnienia działalności gospodarczej należy

uwzględnić jako korzyści gospodarcze dotacje publiczne (takie jak finansowanie partii przewidziane w karynckiej ustawie o finansowaniu partii politycznych), które nie zaliczają się do wpływów opodatkowanych podatkiem obrotowym?

II — Ocena

5. Artykuł 2 szóstej dyrektywy stanowi:

„Opodatkowaniu podatkiem [VAT] podlega:

7) W przypadku gdy tak zwana „reklama zewnętrzna" sama w sobie powinna stanowić działalność gospodarczą w rozumieniu art. 4 ust. 1 i 2 szóstej dyrektywy: czy okoliczność, że prace nad wizerunkiem zewnętrznym (PR) [promocja] i prowadzenie kampanii wyborczej należą do podstawowej działalności partii politycznych oraz stanowią warunek sine qua non realizacji celów i treści politycznych, stoi na przeszkodzie uznaniu tej działalność za działalność gospodarczą?

1. dostawa towarów lub [świadczenie] usług [dokonywane] odpłatnie na terytorium kraju przez podatnika, który jako taki występuje [działającego w takim charakterze];

2. przywóz towarów".

8) Czy wskazane przez wnoszącą odwołanie i określone jako „reklama zewnętrzna" rodzaje działalności są tego rodzaju, że można je porównać z działalnością prowadzoną przez podmioty zajmujące się reklamą handlową w rozumieniu załącznika D, pkt 10 szóstej dyrektywy lub też odpowiadają im przedmiotowo? W przypadku udzielenia na to pytanie odpowiedzi twierdzącej, czy? biorąc pod uwagę istniejący w niniejszym przypadku w okresie, którego dotyczy odwołanie, bilans księgowy? można uznać zakres prowadzonych rodzajów działalności za »nieznaczny«?".

6. Artykuł 4 ust. 1, 2 i 5 szóstej dyrektywy stanowi:

„1. »Podatnikiem« jest każda osoba wykonująca samodzielnie i niezależnie od miejsca zamieszkania [od jej miejsca] działalność gospodarczą, określoną w ust. 2, bez względu na cel czy też rezultaty takiej działalności.

2. Działalność gospodarcza, określona w ust. 1 obejmuje wszelką działalność producentów, handlowców i osób świadczących usługi włącznie z górnictwem, działalnością rolniczą i wykonywaniem wolnych zawodów [lub zawodów podobnych]. Za działalność gospodarczą uznaje się również wykorzystywanie, w sposób ciągły, własności dóbr materialnych lub niematerialnych do celów zarobkowych [wykorzystywanie własności dóbr materialnych lub niematerialnych celem stałego osiągania zysku].

[…]

5. Krajowe, regionalne i lokalne organy władzy i inne instytucje [podmioty] prawa publicznego nie są uważane za podatników w związku z działalnością, które podejmują, i transakcjami, które zawierają jako władze publiczne [jako organy władzy publicznej], nawet jeśli pobierają należności, opłaty, składki lub inne płatności w związku z taką działalnością lub transakcjami.

Jednakże, jeżeli podejmują one taką działalność i dokonują takich transakcji, są uważane za podatników w odniesieniu do tej działalności lub transakcji, w przypadku gdy wykluczenie ich z kategorii podatników prowadziłoby do znaczącego zakłócenia konkurencji. […]".

7. Trybunał musi udzielić odpowiedzi na pytanie, czy „reklama zewnętrzna" wykonywana przez karyncki krajowy oddział SPÖ stanowi „działalność gospodarczą" w rozumieniu art. 4 szóstej dyrektywy, co powodowałoby, że oddział ten jest podatnikiem w rozumieniu tej dyrektywy. W razie twierdzącej odpowiedzi na to pytanie karyncki oddział partii jest uprawniony, na podstawie art. 17 dyrektywy, do odliczenia naliczonego podatku, w razie odpowiedzi przeczącej uprawnienia te mu nie przysługują.

8. Treść powyższych przepisów wskazuje wyraźnie, iż wykładni terminu „działalność gospodarcza" należy dokonywać w sposób rozszerzający. Jak zauważył Trybunał w wyroku w sprawie T-Mobile Austria, „analiza […] wskazuje na szeroki zakres pojęcia działalności gospodarczej oraz na jego obiektywny charakter, co oznacza, że działalność tę ocenia się per se, niezależnie od jej celów lub rezultatów" [3]. Wobec powyższego „wszystkie stadia produkcji, handlu i świadczenia usług" [4] objęte są zakresem zastosowania art. 4.

9. Tymczasem działalność wymieniona w art. 4 ust. 2 może zostać uznana za „działalność gospodarczą" powodując, że podmiot wykonujący ją jest „podatnikiem"

3 — Wyroki: z dnia 26 czerwca 2007 r. w sprawie C-284/04 T-Mobile Austria i in., Zb.Orz. s. I-5189, pkt 35; z dnia 21 lutego 2006 r. w sprawie C-223/03 University of Huddersfield, Zb.Orz. s. I-1751, pkt 47.

4 — Wyrok z dnia 26 czerwca 2003 r. w sprawie C-305/01 MGK-Kraftfahrzeuge-Factoring, Rec. s. I-6729, pkt 42.

jedynie wówczas, gdy działalność ta ma na celu stałe przynoszenie dochodów [5]. Co za tym idzie, jeżeli działalność przynosi dochód tylko okazjonalnie lub wcale nie przynosi dochodu, osoba trudniąca się nią nie może zostać uznana za podatnika uprawnionego do odliczania naliczonego podatku.

10. Ponadto art. 2 szóstej dyrektywy stanowi, iż opodatkowaniu podatkiem VAT podlega „dostawa towarów lub [świadczenie usług dokonywane] odpłatnie". Istnienie świadczenia wzajemnego stanowi więc wstępny warunek opodatkowania danej transakcji podatkiem VAT. Powyższy artykuł zawarty jest w tytule II dyrektywy, który określa zakres przedmiotowy jej zastosowania. Zatem wykładnia każdego innego postanowienia dyrektywy powinna być dokonywana w świetle art. 2. Podzielam opinię Finanzamt Klagenfurt, rządu greckiego oraz Komisji, zgodnie z którą świadczenie usług bez świadczenia wzajemnego nie stanowi „działalności gospodarczej" w rozumieniu art. 4 dyrektywy.

11. W pierwszej kolejności należy zauważyć, iż zgodnie z utrwalonym orzecznictwem Trybunału świadczenie usług podlega opodatkowaniu „jedynie jeżeli istnieje bezpośredni związek pomiędzy świadczoną usługą a otrzymanym świadczeniem wzajemnym" [6]. Ponadto Trybunał badał już skutek wymogu świadczenia wzajemnego wobec usług informacyjnych i reklamowych. Wyrok w sprawie Hong Kong Trade Development Council [7] dotyczył odmowy przyznania przez niderlandzki urząd skarbowy oddziałowi Hong Kong Trade Development Council w Niderlandach statusu podatnika. Oddział ten dostarczał przedsiębiorcom bezpłatnie informacji na temat Hongkongu i możliwości prowadzenia wymiany handlowej z lokalnymi przedsiębiorcami. Trybunał orzekł, iż oddział ten nie może być uważany za podatnika, jako że prowadzona przez niego działalność informacyjna nie przynosi dochodów. Trybunał podkreślił, iż „jeżeli działalność usługodawcy polega wyłącznie na świadczeniu usług bez bezpośredniego świadczenia wzajemnego, brak jest podstawy opodatkowania i takie bezpłatne usługi nie podlegają opodatkowaniu podatkiem od wartości dodanej. W takim wypadku usługodawca musi zostać uznany za konsumenta końcowego […]. Bowiem związek pomiędzy nim a odbiorcą dóbr lub usług nie podpada pod żaden ze stosunków zobowiązaniowych podlegających harmonizacji podatkowej […]; w takich warunkach usługi świadczone bezpłatnie różnią się, ze swej natury, od czynności podlegających opodatkowaniu, które w ramach systemu podatku od wartości dodanej zakładają zapłatę ceny lub inne świadczenie wzajemne" [8].

12. Zagadnienie świadczonych centralnie usług reklamowych było już przedmiotem rozważań Trybunału w sprawie Apple and Pear Development Council [9]. „Council" (rada) była podmiotem prawa publicznego, którego działalność polegała na reklamie i promocji jakości jabłek i gruszek pochodzących z Anglii i Walii. Działalność ta była finansowana ze środków pochodzących z corocznej obowiąz-

5 — Wyroki: z dnia 4 grudnia 1990 r. w sprawie C-186/89 van Tiem, Rec. s. I-4363, pkt 18; z dnia 29 kwietnia 2004 r. w sprawie C-77/01 EDM, Rec. s. I-4295, pkt 48; ww. w przypisie 3 wyrok w sprawie T-Mobile Austria, pkt 38.

6 — Wyroki Trybunału: z dnia 5 lutego 1981 r. w sprawie 154/80 Coöperatieve Aardappelenbewaarplaats, Rec. s. 445, pkt 12; z dnia 23 listopada 1988 r. w sprawie 230/87 Naturally Yours Cosmetics, Rec. s. 6365, pkt 11.

7 — Wyrok Trybunału z dnia 1 kwietnia 1982 r. w sprawie 89/81, Rec. s 1277.

8 — Ibiem, pkt 10.

9 — Wyrok Trybunału z dnia 8 marca 1988 r. w sprawie 102/86 Apple and Pear Development Council, Rec. s. 1443.

kowej opłaty pobieranej od producentów jabłek i gruszek, której wysokość nie mogła przekraczać określonej kwoty w przeliczeniu na każdy posiadany przez producenta hektar upraw grusz lub jabłoni, bądź też stałej kwoty przypadającej na każde 50 drzew owocowych rosnących w sadzie producenta. Trybunał zauważył, iż działalność Council dotyczyła wspólnego interesu producentów i wszelkie korzyści wynikające z jej działalności reklamowej wpływały na całą gałąź przemysłu, a indywidualni producenci korzystali z niej jedynie pośrednio. Ponadto brak było związku pomiędzy korzyścią, jaką indywidualni producenci odnosili wskutek działalności Council, a wysokością obligatoryjnych opłat, jakie obowiązani byli uiszczać na jej rzecz. Opłata wynikała z obowiązku prawnego, a nie zobowiązania umownego, i pobierana była niezależnie od tego, czy indywidualny producent rzeczywiście skorzystał na prowadzonej przez Council działalności reklamowej. Trybunał uznał, iż jej działalność nie stanowiła „świadczenia usług dokonywanego odpłatnie" [10].

13. Łączny skutek wynikający z powyższych spraw został objaśniony przez Trybunał w wyroku w sprawie Tolsma [11]. Strona skarżąca w postępowaniu przed sądem krajowym, R.J. Tolsma, był ulicznym muzykiem, który zbierał datki od przechodniów. Niderlandzkie organy podatkowe obciążyły jego działalność podatkiem VAT. R.J. Tolsma twierdził, iż otrzymywane przez niego datki nie podlegają opodatkowaniu podatkiem VAT, gdyż przechodnie nie są zobowiązani do dawania mu pieniędzy, a jeżeli już to czynią, to sami decydują o wysokości datku. Organy podatkowe stały na stanowisku, iż istnieje bezpośredni związek pomiędzy świadczoną usługą a otrzymywaną zapłatą, wobec czego działalność ta stanowi świadczenie usług dokonywane odpłatnie. Trybunał orzekł, iż „świadczenie usług jest dokonywane »odpłatnie« w rozumieniu art. 2. ust. 1 szóstej dyrektywy, a zatem podlega opodatkowaniu jedynie wówczas, gdy pomiędzy usługodawcą a usługobiorcą istnieje stosunek prawny, w ramach którego dochodzi do wzajemnej wymiany świadczeń, a zapłata otrzymana przez usługodawcę stanowi rzeczywistą równowartość usługi świadczonej na rzecz usługobiorcy" [12].

14. W niniejszej sprawie sąd krajowy wskazał w postanowieniu odsyłającym, że w latach 1998–2003 oddział krajowy SPÖ rozliczył z oddziałami rejonowymi i miejscowymi tylko część nakładów w związku z usługami promocyjnymi i reklamowymi. Brak było jakichkolwiek jasnych kryteriów rozliczania kosztów i wydaje się, że poszczególne oddziały podległe same decydowały o tym, w zależności od posiadanych środków finansowych, czy będą uczestniczyć w poniesionych przez oddział krajowy wydatkach. Nie ulega wątpliwości, że nie istniały żadne wewnątrzpartyjne reguły dotyczące sposobu przeprowadzenia rozliczeń za takie usługi. Sytuacja uległa niewielkiej zmianie w 2004 r. Począwszy od tego roku niektóre usługi promocyjne były rozliczane w formie nałożonej na oddziały rejonowe „opłaty promocyjnej", przy czym wysokość tej opłaty zależała, po pierwsze, od ilości członków danego oddziału rejonowego oraz po drugie, od ilości wybranych w danym

10 — Ibidem, pkt 17.

11 — Wyrok Trybunału z dnia 3 marca 1994 r. w sprawie C-16/93, Rec. s. I-743.

12 — Ibidem, pkt 14.

rejonie posłów. Opłata ta pokrywała jedynie część wydatków ponoszonych przez krajowy oddział SPÖ, który wykazywał stałą stratę z tytułu swej działalności reklamowej i promocyjnej.

15. Moim zdaniem wydaje się jasne, iż niniejsza sprawa zbliżona jest do spraw Hong Kong Trade Development Council, Apple and Pear Development Council i Tolsma. W latach 1998–2003 nie istniał żaden system, który pozwalałby na stosowne rozdzielenie pomiędzy poszczególne oddziały rejonowe i miejscowe partii wydatków poniesionych na promocję; oddziały te nie były zobowiązane z tytułu umowy czy też z żadnego innego tytułu do uczestniczenia w tych wydatkach, a jeżeli już decydowały się w nich uczestniczyć, same określały, w zależności od swojej sytuacji finansowej, w jakiej kwocie. Takie rozwiązanie stanowi świadczenie usług bez bezpośredniego świadczenia wzajemnego.

16. System wprowadzony w 2004 r. nie różnił się w istocie w znaczący sposób. W nim również brak było świadczenia wzajemnego; podlegle oddziały nie ponosiły rzeczywistych kosztów świadczonych na ich rzecz usług, jako że wysokość opłat uiszczanych na rzecz krajowego oddziału partii nie odpowiadała wartości wykonanych usług promocyjnych i reklamowych, a ich wysokość obliczana była na podstawie stałej stawki w zależności od liczby członków danego oddziału oraz od ilości wybranych w rejonie posłów. Dlatego też oddział krajowy wykazywał stale znaczące straty. Ponadto działalność promocyjna prowadzona przez oddział krajowy przynosiła korzyści całej partii jako takiej, wszelkie korzyści odnoszone przez oddziały rejonowe i miejscowe nie były bezpośrednie i indywidualne, lecz miały jedynie charakter pośredni i dodatkowy.

17. Wreszcie, należy poczynić ogólniejszą uwagę w kwestii charakteru promocji i reklamy, jakiej dotyczy niniejsza sprawa. Jak słusznie zauważają Finanzamt Klagenfurt oraz rząd grecki, jest to typowy przykład retoryki wyborczej. Partie polityczne nie prowadzą kampanii promocyjnych i reklamowych w celu uzyskania dochodu, lecz w celu rozpowszechnienia swych poglądów w społeczeństwie. Pełnią one centralną funkcję w systemie demokracji pośredniej i działalność informacyjna, którą prowadzą, jest odzwierciedleniem roli, jaką odgrywają w tym systemie. Czynnik finansowy związany z promocją partii jest drugorzędny w stosunku do jej charakteru politycznego. Oddział krajowy SPÖ, prowadząc w związku z odbywającymi się w Austrii różnymi wyborami (do rad gminy, sejmików krajowych, zgromadzenia narodowego, prezydenckimi) na rzecz podległych mu oddziałów działalność polegającą na „reklamie zewnętrznej", nie działał jako przedsiębiorca motywowany względami ekonomicznymi, lecz jako organizacja polityczna pragnąca odnieść zwycięstwo w wyborach.

18. Powyższa uwaga jest słuszna niezależnie od faktu, iż SPÖ finansowana była przez państwo na zasadach określonych w austriac-

kiej ustawie o finansowaniu partii politycznych. Wpływy takie nie stanowią dochodu z działalności gospodarczej; w systemie demokratycznym partie polityczne finansowane są ze środków publicznych, by mogły pełnić swe funkcje polityczne na rzecz obywateli. Co więcej, istnienie systemu publicznego finansowania partii politycznych stanowi dodatkowy argument potwierdzający tezę, iż działalność promocyjna wnoszącej odwołanie nie stanowi odpłatnej działalności gospodarczej. Państwo austriackie dotuje działalność SPÖ właśnie dlatego, iż nie jest ona zwykłym podmiotem gospodarczym, ale partią polityczną, której cel działalności różni się od celów przedsiębiorstwa handlowego. Przeto brak jest podstaw do porównywania wnoszącej odwołanie do działającej na wolnym rynku agencji reklamowej, której funkcjonowanie z natury rzeczy jest nastawione na osiągnięcie zysku. W niniejszej sytuacji — proszę wybaczyć mi tę ironię — byłoby raczej niestosowne, gdyby partia polityczna podejmowała działalność z nastawieniem na osiągniecie zysków finansowych; zasadniczo zostałoby to uznane za działalność korupcyjną.

19. Niezależnie od powyższego chciałbym podkreślić, iż w pewnych przypadkach partie polityczne mogą prowadzić działalność gospodarczą natury handlowej, dostarczając odpłatnie towary lub usługi. W trakcie rozprawy rząd grecki wskazał przykład partii politycznej, która otwarła i prowadziła sklep z produktami ekologicznymi, oraz innej, która sprzedawała przedsiębiorcom powierzchnię reklamową w swoich publikacjach. Moim zdaniem obydwa te rodzaje działalności stanowią „działalność gospodarczą" w rozumieniu szóstej dyrektywy, powodując że partie są „podatnikiem" podlegającym opodatkowaniu podatkiem VAT. Jednak „reklama zewnętrzna" prowadzona przez oddział krajowy SPÖ nie stanowi tego rodzaju działalności.

III — Wnioski

20. Z powyższych względów uważam, że Trybunał powinien odpowiedzieć na pytania prejudycjalne, iż wykładni art. 4 ust. 1 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: ujednolicona podstawa wymiaru podatku, należy dokonywać w ten sposób, iż „reklama zewnętrzna" polegająca na promocji, działalności informacyjnej, organizacji imprez, dostarczaniu materiałów reklamowych poszczególnym oddziałom rejonowym i miejscowym oraz organizacja odbywającego się corocznie balu prowadzona przez

posiadający odrębną osobowość prawną oddział krajowy partii politycznej nie stanowi działalności gospodarczej, jeżeli osiąga on przychody z (częściowego) rozliczenia wydatków poniesionych na „reklamę zewnętrzną" także będących samodzielnymi osobami prawnymi, komórek tej partii (oddziałów rejonowych itp.) oraz ze sprzedaży wejściówek na imprezę balową. Tego rodzaju oddział krajowy nie znajduje się w sytuacji porównywalnej z agencją reklamową działającą na zasadach rynkowych.

Ponadto, dotacje publiczne przekazywane partiom politycznym na podstawie krajowej ustawy o finansowaniu partii politycznych nie stanowią korzyści gospodarczych pozwalających uznać powyższą działalność za „działalność gospodarczą" w rozumieniu szóstej dyrektywy.