

- 3) Se abbia qualche rilevanza ai fini della soluzione della prima questione il fatto che l'impresa dominante non abbia obblighi regolamentari di fornitura di servizi all'ingrosso, avendo al contrario deciso di effettuare tali forniture di propria iniziativa.
- 4) Se, per considerare abusiva la prassi descritta nella prima questione, occorre che essa comporti effetti restrittivi sulla concorrenza e, in caso affermativo, come possano essere determinati questi ultimi.
- 5) Se l'importanza del potere di mercato di cui gode l'impresa dominante abbia rilevanza ai fini della risoluzione della prima questione.
- 6) Se, per considerare abusiva la prassi descritta nella prima questione, occorre che l'impresa che l'ha adottata occupi una posizione dominante sia nel settore all'ingrosso sia in quello dei consumatori finali.
- 7) Se, per considerare abusiva la prassi descritta nella prima questione, occorre che il prodotto o il servizio fornito dall'impresa dominante sia indispensabile.
- 8) Se incida sulla soluzione della prima questione il fatto che si tratti di una fornitura ad un cliente nuovo.
- 9) Se, per considerare abusiva la prassi descritta nella prima questione, occorre che l'impresa dominante abbia una possibilità di recuperare le sue perdite.
- 10) Se incida sulla soluzione della prima questione il fatto che si sia in presenza di un cambiamento tecnologico in un mercato che richiede rilevanti investimenti, ad esempio, a causa dei probabili costi di lancio e dell'eventuale necessità di vendere in perdita nel corso della fase di lancio.

Domanda di pronuncia pregiudiziale proposta dalla House of Lords (Regno Unito) il 6 febbraio 2009 — Commissioners for Her Majesty's Revenue and Customs/Loyalty Management UK Limited

(Causa C-53/09)

(2009/C 90/20)

Lingua processuale: l'inglese

Giudice del rinvio

House of Lords

Parti

Ricorrente: Commissioners for Her Majesty's Revenue and Customs

Convenuta: Loyalty Management UK Limited

Questioni pregiudiziali

«Nel caso in cui un soggetto passivo (in prosieguo: il “promotore”) si occupi della gestione di un programma a premi di fidelizzazione della clientela con più partner (in prosieguo: il “programma”), in virtù del quale esso stipula diversi contratti:

- i) contratti con diverse società indicate come “sponsor” ai sensi dei quali questi ultimi rilasciano “punti” ai propri clienti (in prosieguo: i “clienti aderenti”) che acquistano beni o servizi presso gli stessi sponsor, i quali effettuano pagamenti al promotore;
- ii) contratti con i clienti aderenti che contemplano disposizioni come quella per cui all'acquisto di beni e/o servizi presso gli sponsor essi riceveranno punti che potranno convertire in beni e/o servizi; e
- iii) contratti con diverse società (indicate come “partner fornitori”) in virtù dei quali queste ultime accettano, inter alia, di fornire beni e/o servizi ai clienti aderenti a un prezzo inferiore di quello che sarebbe normalmente dovuto, ovvero gratuitamente, quando il cliente converte i punti e il promotore versa, in cambio, un “prezzo per il servizio” calcolato in base al numero di punti convertiti presso quel partner fornitore nel corso del periodo di pertinenza,

1) come vadano interpretati gli artt. 14, 24 e 73 della direttiva del Consiglio 28 novembre 2006, 2006/112/CE ⁽¹⁾ [ex artt. 5, 6 e 11 A, n. 1, lett. a), della direttiva del Consiglio 17 maggio 1977, 77/388/CEE ⁽²⁾] qualora il promotore effettui pagamenti ai partner fornitori.

2) In particolare, se le suddette disposizioni debbano essere interpretate nel senso che i pagamenti del tipo di quelli effettuati dal promotore ai partner fornitori devono essere qualificati come:

- a) corrispettivo dovuto unicamente per la prestazione di servizi da parte dei partner fornitori al promotore; oppure
- b) corrispettivo dovuto unicamente per la cessione di beni e/o la prestazione di servizi da parte dei partner fornitori ai clienti aderenti; oppure

c) corrispettivo dovuto in parte per la prestazione di servizi da parte dei partner fornitori al promotore e in parte per la cessione di beni e/o la prestazione di servizi da parte dei partner fornitori ai clienti aderenti.

3) Qualora la soluzione alla seconda questione corrisponda alla lett. c), così che il prezzo per il servizio debba essere considerato quale corrispettivo per entrambe le prestazioni effettuate dai partner fornitori, rispettivamente al promotore e ai clienti aderenti, quali siano i criteri derivanti dal diritto comunitario per determinare in che modo un onere come il prezzo per il servizio debba essere ripartito tra le due suddette prestazioni».

(¹) Direttiva del Consiglio 28 novembre 2006, 2006/112/CE, relativa al sistema comune d'imposta sul valore aggiunto (GU L 347, pag. 1).

(²) Sesta direttiva del Consiglio 17 maggio 1977, 77/388/CEE, in materia di armonizzazione delle legislazioni degli Stati Membri relative alle imposte sulla cifra di affari — Sistema comune di imposta sul valore aggiunto: base imponibile uniforme (GU L 145, pag. 1).

Domanda di pronuncia pregiudiziale proposta dalla House of Lords (Regno Unito) il 9 febbraio 2009 — Commissioners for Her Majesty's Revenue and Customs/Baxi Groupe Limited

(Causa C-55/09)

(2009/C 90/21)

Lingua processuale: l'inglese

Giudice del rinvio

House of Lords (Regno Unito)

Parti

Ricorrente: Commissioners for Her Majesty's Revenue and Customs

Convenuto: Baxi Groupe Limited

Questioni pregiudiziali

«Nel caso in cui

A un soggetto passivo attui un programma di promozione commerciale gestito da una società di marketing e pubblicità

nell'ambito del quale vengono rilasciati "punti" ai clienti del soggetto passivo in concomitanza con l'acquisto di beni da parte dei clienti presso detto soggetto passivo;

B i clienti riscattino i punti ricevendo, a titolo gratuito, premi dalla società di marketing e pubblicità;

C il soggetto passivo abbia concordato con tale altra società di versarle il prezzo raccomandato di vendita al dettaglio dei premi,

1) Come vadano interpretati gli artt. 14, 24, 73 e 168 della direttiva in materia di IVA (¹) (ex artt. 5, 6, 11 A, n. 1, lett. a), e 17, n. 2, della sesta direttiva (²)) riguardo ai pagamenti effettuati dal soggetto passivo all'altra società.

2) In particolare, se le suddette disposizioni debbano essere interpretate nel senso che i pagamenti effettuati dal soggetto passivo all'altra società devono essere qualificati:

a) unicamente come corrispettivo per la prestazione di servizi al soggetto passivo da parte dell'altra società; oppure

b) unicamente come corrispettivo versato da terzi per la cessione di beni ai clienti da parte dell'altra società;

c) come corrispettivo in parte per la prestazione di servizi resi dall'altra società al soggetto passivo e in parte per la cessione di beni ai clienti effettuata dall'altra società; oppure

d) come corrispettivo sia per la prestazione di servizi di pubblicità e di marketing sia per la cessione di premi entrambe effettuate dall'altra società a favore del soggetto passivo.

3) Qualora la soluzione della seconda questione sia che tali pagamenti debbano qualificarsi in parte quale corrispettivo per la prestazione di servizi effettuata a favore del soggetto passivo dall'altra società e in parte quale corrispettivo di terzi versato dal soggetto passivo all'altra società per la cessione di beni ai clienti da parte di quest'ultima, quali siano i criteri derivanti dal diritto comunitario per determinare in che modo il pagamento debba essere ripartito tra le due suddette prestazioni».

(¹) Direttiva del Consiglio 28 novembre 2006, 2006/112/CE, relativa al sistema comune d'imposta sul valore aggiunto (GU L 347, pag. 1).

(²) Direttiva del Consiglio 17 maggio 1977, 77/388/CEE, in materia di armonizzazione delle legislazioni degli Stati membri relative alle imposte sulla cifra di affari — Sistema comune di imposta sul valore aggiunto: base imponibile uniforme (GU L 145, pag. 1).