

Downloaded via the EU tax law app / web

C_2020423IT.01001402.xml

7.12.2020

IT

Gazzetta ufficiale dell'Unione europea

C 423/14

Domanda di pronuncia pregiudiziale proposta dal Veszprémi Törvényszék (Ungheria) il 23 luglio 2020 — Amper Metal Kft. / Nemzeti Adó- és Vámhivatal Fellebbviteli Igazgatósága

(Causa C-334/20)

(2020/C 423/22)

Lingua processuale: l'ungherese

Giudice del rinvio

Veszprémi Törvényszék

Parti

Ricorrente: Amper Metal Kft.

Resistente: Nemzeti Adó- és Vámhivatal Fellebbviteli Igazgatósága

Questioni pregiudiziali

1.

Se l'articolo 168, lettera a), della direttiva 2006/112/CE del Consiglio, del 28 novembre 2006, relativa al sistema comune d'imposta sul valore aggiunto (in prosieguo: la «direttiva IVA») (1) debba o possa essere interpretato nel senso che, ai sensi di tale disposizione — a motivo dell'espressione «sono impiegati» in essa contenuta —, la detrazione dell'IVA di un'operazione che rientra nell'ambito di applicazione della direttiva IVA non può essere negata poiché, secondo la valutazione dell'amministrazione finanziaria, il servizio reso dall'emittente della fattura nel contesto di un'operazione realizzata tra parti indipendenti non è «proficuo» per le attività soggette a imposta del destinatario della fattura, in quanto:

—

il valore del servizio (servizio pubblicitario) fornito dalla parte che emette la fattura è sproporzionato rispetto al profitto (fatturato/aumento del fatturato) determinato dallo stesso servizio per il suo destinatario o

—

detto servizio (servizio pubblicitario) non ha generato alcun fatturato per il suo destinatario.

2.

Se l'articolo 168, lettera a), della direttiva IVA debba o possa essere interpretato nel senso che, ai sensi di tale disposizione, la detrazione dell'IVA di un'operazione che rientra nell'ambito di applicazione della direttiva IVA può essere negata poiché, secondo la valutazione dell'amministrazione finanziaria, il servizio reso dall'emittente della fattura nel contesto di un'operazione realizzata tra parti indipendenti ha un valore sproporzionato, in quanto il servizio (servizio pubblicitario) è costoso e il suo prezzo è eccessivo rispetto a uno o più altri servizi presi a titolo di confronto.

(1) GU 2006, L 347, pag. 1.