



SKATTEMINISTERIET

J.nr. 12-0212891

Dato: 27. november 2012

Til

Folketinget - Skatteudvalget

**L 50 - Forslag til lov om afgift af husstandsdelte reklamer (reklameafgiftsloven).**

Hermed sendes kommentarer til materiale fra Bladkompagniet (bilag 34).

Holger K. Nielsen

/ Lene Henningsen

Bladkompagniet har den 28. november 2012 foretræde for Skatteudvalget. Bladkompagniet finder, at afgiften på husstandsomdelte reklamer med sin nuværende udformning af særlig problematisk af to grunde:

1. Forslaget forskelsbehandler Post Danmark og private postdistributionsvirksomheder til skade for sidstnævnte. Lovforslaget vedtaget i sin nuværende form vil betyde, at Bladkompagniet skal betale reklameafgift for adresserede reklameforsendelser, hvorimod Post Danmark ikke skal.
2. Det er Bladkompagniets klare opfattelse, at reklameafgiften er konkurrenceforvridende og indirekte diskriminerende, og at den dermed er i strid med de nationale og EU-retlige konkurrenceregler. Dette finder Bladkompagniet, da Post Danmark er moms fritaget og underskudforsikret via udligningsordningen.

### **Kommentar:**

Ad. 1. Postforsendelser, som omdeles af virksomheder, som har tilladelse fra Trafikministeriet, er fritaget for afgift. Denne del forekommer ganske naturligt, da breve i klassisk forstand ikke er omfattet af det afgiftspligtige område.

Imidlertid vil direct mails, som er en adresseret omdeling af reklamer, også kunne omdeles af virksomheder, som har tilladelse til omdeling efter postloven. Anvendelse af direct mails er i dag forholdsvis beskedent, blandt andet fordi markedsføringsformen er dyrere end de husstandsomdelte adresseløse reklamer.

Det er ikke hensigtsmæssigt, at virksomheder med tilladelse efter postloven – herunder såvel Post Danmark som Bladkompagniet - som har systemmæssig mulighed for at omdele samme reklamer enten folieret, kuverteret eller med påstemplet navn og adresse, skal undtages for afgiftspligt i konkurrence med de øvrige omdelere. Omdelingen af direct mails kan også ske efter adresselister, hvor det så ikke er nødvendig at individualisere den enkelte reklametryksag.

Det må forventes, at flere virksomheder tilskyndet af afgiften hurtigt bliver klar til at tilbyde denne form for omdeling. Formuleringen af bestemmelsen sikrer, at såvel Skatteministeriet som de øvrige distributører har mulighed for at holde øje med, om der konkurreres på afgiftspligten. Derfor er det et krav i afgiftsloven, at afgiftsfri omdeling af direct mails skal ske til listepriser – alternativet er afgift.

Bestemmelsen er ens for Post Danmark og for andre godkendte omdelere.

Et af argumenterne for ønsket om at fjerne kravet om listepriser fra virksomheder med tilladelse fra Trafikministeriet har været, at omdeleren ikke ved, hvad der er i de lukkede kuverter, jf. brevhemmeligheden.

Breve sendes primært som ”enkelt” forsendelser og vil næppe give postoperatøren incitament til at forhandle individuelle vilkår. Det forekommer dog at være en vis sandsynlighed for, at en omdeling af eksempelvis 3.000 ens forsendelser kan indeholde reklamer / direct mails. Det skal i den forbindelse erindres, at afsendere af direct mails i henhold til markedsføringsloven er forpligtet til at undlade at omdele disse forsendelser til personer, som har frabedt sig at modtage direct mails, og derfor er registreret på Robinsonlisten.

Robinsonlisten er således de adresserede reklamers ”Nej tak – ordning” bort set fra, at Robinsonlisten ikke hviler på en frivillig ordning. Robinsonlisten udarbejdes af CPR-registeret, og tilmelding sker via bopælskommunes Borgerservice. Forbrugerombudsmanden behandler eventuelle klager.

Derfor forekommer det også uproblematisk, at distributører, som ønsker at sikre sig, at de ikke omdeler reklamer i strid med afgiftsloven enten omdeler efter listepriser eller anmoder afsenderen om en leverandørerklæring, jf. forslag til afgift på husstandsomdelte reklamer, § 9, stk. 7.

Ad. 2. Post Danmark er den eneste postoperatør, som er underlagt landsdækkende befordringspligt. På baggrund heraf er Post Danmark moms fritaget efter momsloven. Bladkompagniet kan ikke blive moms fritaget og kan potentielt blive pligtig til at betale til udligningsordningen efter postloven.

Hvis såvel kunde, som leverandør er en momspligtig virksomhed, er momspligten uden betydning i konkurrencen mellem leverandører, da kunden da har fradrag for den betalte moms. På tilsvarende vis har den momspligtige virksomhed momsfradrag for de udgifter, som knytter sig til den momspligtige aktivitet. Post Danmark har derfor alene fradrag i forhold til sit momspligtige salg.

De forskelle, som Bladkompagniet beskriver har ikke baggrund i en afgift på husstandsomdelte reklamer men i Post Danmarks særlige status som befordringspligtig virksomhed, som igen har baggrund i et EU-direktiv, som også beskrevet af Bladkompagniet.

Afgiften på husstandsomdelte reklamer skal godkendes af EU-Kommissionen efter statsstøttebestemmelserne inden lovens ikrafttræden.