

08.10.2019

GRAKOM
Grafisk Kommunikation & Medier

Folketinget
Skatteudvalget
Christiansborg
1240 København K

Lov om nulumoms og lønsumsafgift – Digitale nyhedsmedier (L222 18/19)

Ovenstående lov om nulumoms og lønsumsafgift på digitale nyhedsmedier blev som bekendt vedtaget af Folketinget i maj 2019, som den sidste lov før den tidligere regering udskrev valg.

Som også bekendt var der under Skatteudvalgets behandling af lovforslaget en række henvendelser og indsigelser fra og over for Skatteudvalget angående lovforslaget. Temaet for disse henvendelser og indsigelser var overordnet set, at den allerede eksisterende ordning for nulumoms på aviser indebar konkurrencefordrejning i det nugældende mediemarked, og at vedtagelsen af lovforslaget vil medføre yderligere konkurrencefordrejning til fordel for nogle mediehuse og til skade for andre. Anbefalingen fra flere sider var derfor, at man i det mindste burde afvente den bebudede konkurrenceanalyse (som endnu ikke er offentliggjort).

Da loven imidlertid blev vedtaget uden afventning af konkurrenceanalysen, fandt Grakom det betimeligt at anmode KPMG Acor Tax om at indgive en klage over de danske regler og den danske regeladministration til EU-Kommissionen. Der er således i juli i år afgivet en klage til EU-Kommissionen, der omhandler i alt 7 punkter, der hver for sig og samlet redegør for, hvorfor de danske regler er i strid med EU-retten.

Klagepunkterne går bl.a. på, at Danmark allerede (flere) gange har forbrudt sig mod standstill-bestemmelsen, herunder ved en alt for diskretionær regeladministration, at Danmark har brudt momslovens neutralitetsprincip, ligebehandlingsprincippet og konkurrencereglerne, at den danske ordning har karakter af ulovlig statsstøtte, samt at Danmark de facto via lønsumsafgiftsloven har indført moms på aviser.

Der er i klagen gjort mindst mulig ud af problemstillingen med ulovlig statsstøtte, da Grakom erkender, at visse dele af det danske mediemarked har behov for støtte for at kunne eksistere og dermed fortsat være medvirkende til at understøtte en bred dansk mediepluralisme. Grakom anser således også de øvrige klagepunkter for at være fuldt ud tilstrækkelige til at få underkendt den nuværende nulumoms-ordning på grund af den tilfældige regeladministration, der medfører konkurrenceulighed.

Efter indgivelse af klagen til EU-Kommissionen er der indtrådt to begivenheder, der underbygger klagen, og som KPMG på vegne af Grakom tillige har gjort EU-Kommissionen opmærksom på.

For det første har Skatterådet i august 2019 efter indstilling fra Skattestyrelsen offentliggjort et bindende svar, hvorefter en publikation har fået momsfritagelse, selv om samme

publikation gentagne gange tidligere har fået afvist momsfrigtagelsen. Ifølge begrundelsen er en vægtig årsag hertil, at publikationen også modtager redaktionel produktionsstøtte. Denne begrundelse fra Skatterådet/Skattestyrelsen er i sig selv ejendommelig, da Skatteministeriet i svaret på spørgsmål 31 til L222 til Skatteudvalget bl.a. oplyste:

"Hertil bemærkes, at hvorvidt et fritstående medie er omfattet af nulmomsen beror på en vurdering ud fra de fastsatte kriterier, og ikke om mediet har adgang til redaktionel produktionsstøtte. Der er således ikke nødvendigvis sammenhæng mellem hvilke medier, der er omfattet af støtteordningerne på medieområdet, og hvilke medier der er omfattet af nulmomsen."

Svaret fra Skatteministeriet til Folketingets Skatteudvalg ses således ikke at være i overensstemmelse med, hvordan reglerne de facto administreres af Skatterådet/Skattestyrelsen. EU-Kommissionen er blevet gjort opmærksom på dette forhold.

For det andet har EU-Domstolen i en dom af 5. september 2018 (sag C-145/18, Regards) igen behandlet spørgsmålet om momslovens neutralitetsprincip i en sag om de franske momsregler for fotografier. Det, EU-Domstolen når frem til i sin afgørelse, svarer temmelig nøjagtigt til flere af de klagepunkter, vi har fået fremført over for EU-Kommissionen vedrørende den danske nulmomsordning.

EU-Domstolen fastslår således for det første, at anvendelsen af reducerede momssatser er betinget af overholdelsen af momslovens neutralitetsprincip. For det andet fastslår EU-Domstolen, at en ordning med nedsatte momssatser forudsætter, at *der er objektive, klare og præcise kriterier i den nationale lovgivning der gør det muligt præcist at bestemme*, hvilke varer, der er omfattet af de reducerede momssatser.

EU-Domstolen underbygger dette retsforhold yderligere ved at fastslå, at de i den pågældende sag omhandlende franske regler ikke var i overensstemmelse hermed, men at reglerne derimod *"begrænser sig til at fastlægge en abstrakt definition af disse fotografier på grundlag af vage og subjektive kriterier om ophavsmandens åbenlyse kreative hensigt, og om der for disse fotografier foreligger en interesse for offentligheden."*

Over for Folketinget kan det fremstå således, at de danske regler om nulmoms bygger på objektive og let forståelige kriterier via den række af kriterier, der officielt er opstillet for at opnå nulmoms. Det er imidlertid ikke korrekt, da administrationen af reglerne de facto ikke er klar og entydig. I spørgsmålet om brud på EU-retten vejer den administrative, de facto håndtering af reglerne ligeså meget som de jure, jf. bl.a. ovennævnte EU-dom.

Det forhold, at Skatteministeriet over for Folketingets Skatteudvalg i maj 2019 oplyser, at der ikke er afgørende sammenhæng mellem nulmomsregler og redaktionel produktionsstøtte, sammenholdt med at Skatterådet/Skattestyrelsen i et bindende svar i juni 2019 kæder nulmoms og redaktionel produktionsstøtte sammen er et af blot flere eksempler på den tilfældige, ikke-tilladte diskretionære administration af nulmoms-ordningen. Mange af Skatteministeriets svar til Folketingets Skatteudvalg vidner i øvrigt om det samme.

Når der de facto er en sammenkædning, burde en lang række andre publikationer, der i dag modtager redaktionel produktionsstøtte, men som ikke er omfattet af nulmomsen, i øvrigt være berettiget til nulmoms.

At ordningen i sidste ende beror på et skøn – hvilket strider mod EU-lovgivningen - kommer også til udtryk i et bindende svar fra Skatterådet fra maj 2019, hvori det bl.a. er anført *"der er ikke i praksis fastlagt præcise retningslinjer for, hvornår en publikations indhold må karakteriseres som aktuelt nyhedsstof"* og *"der gælder ikke præcise retningslinjer for hvor stor en del af publikationens indhold, der skal være aktuel nyhedsstof"* og *"Da der ikke er præcise retningslinjer for, hvornår nyheds- og aktualitetskravet er opfyldt, er der efter Skattestyrelsens opfattelse tale om en forholdsmeæssig skønspregnet vurdering af, om publikationen kan anses for primært at blive læst på grund af sit indhold af aktuelt nyhedsstof."* (Vores understregninger).

Grakom ønsker som nævnt ikke at skade mediebranchen i helhed, men kan ikke afvise at klagen eskalerer i den retning. Grakom ønsker blot lighed for alle, og det vil ud fra både et retssikkerheds- og ligebehandlingsmæssigt princip være at foretrække at få løst problemstillingen internt i Danmark.

Grakom ønsker i den forbindelse ikke nødvendigvis momsfritagelse for trykte ugeblade og magasiner, selv om der kunne håndhæves et EU-retskrav herpå, men ønsker primært en ligestilling på det digitale område, hvor alle danske medier er trængt på deres eksistens som følge af, at multinationale sociale medier har overtaget en særdeles væsentlig del af annoncemarkedet. Grakom ser ikke noget EU-retligt til hinder for, at der momsteknisk kan iværksættes sådanne regler, fordi mange momsfrie digitale medier har fuldstændigt det samme indhold som de digitale medier, der er momspligtige. Grakom finder heller ikke, at det vil have nogen nævneværdig provenumæssig indvirkning for statskassen i forhold til, hvad Statskassen historisk har accepteret i mistede provenuindtægter på den eksisterende nulmomsordning.

Hvis Folketingets Skatteudvalg måtte ønske det, stiller Grakom naturligvis meget gerne op over for Folketingets Skatteudvalg til en drøftelse og gennemgang af de EU-retlige og markedsmæssige aspekter.

Med venlig hilsen

Thomas Torp
Adm. direktør
GRAKOM

Lars Sander Matjeka
Adm. direktør
Aller Media A/S

Klaus Høeg-Hagensen
Adm. direktør
Egmont Publishing A/S