

# Lagrådsremiss

## Sänkt reklamskatt för vissa periodiska publikationer

---

Regeringen överlämnar denna remiss till Lagrådet.

Stockholm den 19 september 2007

*Anders Borg*

*Agneta Bergqvist*  
(Finansdepartementet)

## Lagrådsremissens huvudsakliga innehåll

I lagrådsremissen föreslås att samtliga periodiska publikationer, även gratisutdelade, som inte är annonsblad, katalog eller program, retroaktivt från och med den 1 januari 2007 ska få samma lägre reklamskatt, 3 procent, som sedan den 1 januari 2006 gäller för allmänna nyhetstidningar som inte är gratisutdelade. Skattskyldiga som redovisat reklamskatt för annonser i självständiga periodiska publikationer, även gratisutdelade, som inte är annonsblad, katalog eller program, föreslås vidare från samma tidpunkt bli berättigade till samma högre grundavdrag, 50 miljoner kronor, som sedan den 1 januari 2006 gäller för självständig periodisk publikation som har karaktär av dagspress och som inte är gratisutdelad.

# Innehållsförteckning

1	Beslut.....	3
2	Förslag till lag om ändring i lagen (1972:266) om skatt på annonser och reklam.....	4
3	Ärendet och dess beredning.....	7
4	Bakgrund.....	7
4.1	Gällande regler.....	7
4.2	Successivt avskaffande av reklamskatten.....	8
4.3	Regeringens tillkännagivanden.....	9
5	Överväganden och förslag.....	10
5.1	Sänkt reklamskatt för vissa periodiska publikationer.....	10
5.2	Ikraftträdande.....	15
6	Offentligfinansiella och andra effekter.....	16
7	Författningskommentar.....	17
Bilaga 1	Promemorians lagförslag.....	19
Bilaga 2	Förteckning över remissinstanserna beträffande promemorian Sänkt reklamskatt för vissa periodiska publikationer.....	22

# 1 Beslut

Regeringen har beslutat att inhämta Lagrådets yttrande över förslag till lag om ändring i lagen (1972:266) om skatt på annonser och reklam.

## 2 Förslag till lag om ändring i lagen (1972:266) om skatt på annonser och reklam

Härigenom föreskrivs i fråga om lagen (1972:266) om skatt på annonser och reklam

*dels att 1, 12, och 24 §§ ska ha följande lydelse,*

*dels att anvisningarna till 24 §<sup>1</sup> ska upphöra att gälla,*

*dels att anvisningarna till 13 § ska ha följande lydelse.*

*Nuvarande lydelse*

*Föreslagen lydelse*

### 1 §<sup>2</sup>

Skatt (reklamskatt) erlägges enligt denna lag till staten för annons, som är avsedd att offentliggöras inom landet, och för reklam, som är avsedd att spridas inom landet i annan form än annons.

I denna lag förstås med

1. trycksak, avtryck som framställts i flera lika exemplar i tryckpress eller genom screenförfarande,

2. reklam, meddelande som har till syfte att åstadkomma eller främja avsättning i kommersiell verksamhet av vara, fastighet, nytthet, rättighet eller tjänst,

3. annons, särskilt utrymme som upplåtits i trycksak för återgivning av text eller bild för annan än utgivaren och sådant utrymme i trycksaken som tagits i anspråk av utgivaren för egen reklam,.

4. periodisk publikation, publikation som enligt utgivningsplan *skall* komma ut med normalt minst fyra nummer om året och som inte är att anse som reklamtrycksak,

5. *allmän nyhetstidning, periodisk publikation av dagspresskaraktär som normalt kommer ut med minst ett nummer varje vecka och som ej utgör annonsblad,*

6. reklamtrycksak, trycksak som framställts huvudsakligen i syfte att offentliggöra reklam.

4. periodisk publikation, publikation som enligt utgivningsplan *ska* komma ut med normalt minst fyra nummer om året och som inte är att anse som reklamtrycksak,

5. reklamtrycksak, trycksak som framställts huvudsakligen i syfte att offentliggöra reklam,

6. *annonsblad, trycksak som innehåller annonser och som saknar redaktionellt innehåll eller som har ett obetydligt redaktionellt innehåll utöver sådant som har samband med dem som annonserar,*

7. *katalog, en efter vissa*

<sup>1</sup> Senaste lydelse 1974:416.

<sup>2</sup> Senaste lydelse 1977:1050.

*grunder upprättad förteckning över personer, föremål eller liknande,*

*8. program, förteckning över personer och deras roll eller nummer vid teaterföreställning, konsert, idrottsevenemang eller liknande.*

#### 12 §<sup>3</sup>

Skatten för annons i *allmän nyhetstidning* tas ut med 3 procent av beskattningsvärdet och annars med 8 procent av beskattningsvärdet.

Skatten för annons i *periodisk publikation* tas ut med 3 procent av beskattningsvärdet och annars med 8 procent av beskattningsvärdet.

*För annons i annonsblad, katalog eller program tas skatten ut med 8 procent även om publikationen är periodisk.*

#### 24 §<sup>4</sup>

Till skattskyldig, som redovisat reklamskatt för annonser i självständig periodisk publikation, som har karaktär av *dagspress, populärpress eller fackpress*, återbetalar beskattningsmyndigheten så stor del av den erlagda skatten för ett beskattningsår som svarar mot en skattepliktig omsättning om, såvitt gäller *dagspress*, högst 50 miljoner kronor för helt år och, såvitt gäller *annan press*, högst 10 miljoner kronor för helt år. Återbetalningen sker efter utgången av varje halvt beskattningsår. För första halvåret av ett beskattningsår får återbetalat belopp ej överstiga skatten på en omsättning om hälften av *de nämnda beloppen*. Är ett beskattningsår längre eller kortare än tolv månader *skall de* angivna *gränserna* räknas upp eller ned i motsvarande mån.

Till skattskyldig, som redovisat reklamskatt för annonser i självständig periodisk publikation, återbetalar beskattningsmyndigheten så stor del av den erlagda skatten för ett beskattningsår som svarar mot en skattepliktig omsättning om högst 50 miljoner kronor för helt år. Återbetalningen sker efter utgången av varje halvt beskattningsår. För första halvåret av ett beskattningsår får återbetalat belopp ej överstiga skatten på en omsättning om hälften av *det nämnda beloppet*. Är ett beskattningsår längre eller kortare än tolv månader *ska den* angivna *gränsen* räknas upp eller ned i motsvarande mån.

*Skattskyldig som ger ut annonsblad, katalog eller program är inte berättigad till återbetalning*

<sup>3</sup> Senaste lydelse 2005:957.

<sup>4</sup> Senaste lydelse 2005:957.

*av reklamskatt för sådan trycksak.*

Föreligger rätt till återbetalning enligt första stycket får beskattningsmyndigheten, om den skattepliktiga omsättningen kan förväntas med säkerhet icke överstiga det högsta belopp för helt år som anges i första stycket, medge befrielse från skyldighet att inbetala reklamskatt.

Om synnerliga skäl föreligger, kan beskattningsmyndigheten återbetala skatt tidigare än som anges i första stycket.

## Anvisningar

till 13 §<sup>5</sup>

Med vederlag avses det avtalade priset, däri inräknat avtalade pristilllägg enligt faktura eller annan handling.

Från vederlag får ej avräknas s.k. villkorlig rabatt som utgår vid betalning i efterhand inom viss tid. Utställes växel eller annat skuldebrev för betalningen, utgöres beskattningsvärdet av belopp enligt sådan handling med tillägg av vederlag som därutöver kommit den skattskyldige till godo. Avdrag får ej göras för diskonto vid diskontering av sådant skuldebrev.

Utgår gemensamt vederlag för prestationer som *skall* inräknas i beskattningsvärdet och för andra prestationer, bestäms beskattningsvärdet efter uppdelning av vederlaget efter skälig grund.

Skäligt värde enligt 13 § *tredje* stycket bestämmes enligt ortens pris enligt samma grunder som *föreskrives* för marknadsvärde i 61 kap. inkomstskattelagen (1999:1229).

Utgår gemensamt vederlag för prestationer som *ska* inräknas i beskattningsvärdet och för andra prestationer, bestäms beskattningsvärdet efter uppdelning av vederlaget efter skälig grund.

Skäligt värde enligt 13 § *andra* stycket bestämmes enligt ortens pris enligt samma grunder som *föreskrivs* för marknadsvärde i 61 kap. inkomstskattelagen (1999:1229).

1. Denna lag träder i kraft den 1 januari 2008.
2. Bestämmelserna tillämpas dock för tid från och med den 1 januari 2007.
3. Äldre bestämmelser gäller fortfarande för förhållanden som hänför sig till tiden före den 1 januari 2007.

<sup>5</sup> Senaste lydelse 1999:1241.

### 3 Ärendet och dess beredning

Regeringen angav i 2007 års ekonomiska vårproposition (2006/07:100, s. 46) att samtliga periodiska publikationer, även gratisutdelade, som har karaktär av dagspress, populärpress eller fackpress retroaktivt från och med den 1 januari 2007 ska få samma lägre reklamskatt och högre grundavdrag som sedan den 1 januari 2006 gäller för allmänna nyhetstidningar.

Mot bakgrund härav har en promemoria tagits fram inom Finansdepartementet med förslag till ändringar i lagen (1972:266) om skatt på annonser och reklam för att åstadkomma den förändring som regeringen utlovat i vårpropositionen. Promemorian har remissbehandlats. Promemorians lagförslag finns i *bilaga 1*. En förteckning över remissinstanserna finns i *bilaga 2*. En sammanställning av remissyttrandena finns tillgänglig i Finansdepartementet (dnr Fi2007/4743).

### 4 Bakgrund

#### 4.1 Gällande regler

I lagen (1972:266) om skatt på annonser och reklam (RSL) finns gällande regler om reklamskatt. Enligt lagen ska reklamskatt betalas för annons, som är avsedd att offentliggöras inom landet, och för reklam, som är avsedd att spridas inom landet i annan form än annons. Med annons menas ett särskilt utrymme som upplåtits i en trycksak för återgivning av text eller bild för annan än utgivaren och sådant utrymme i trycksaken som tagits i anspråk av utgivaren för egen reklam. Med reklam menas ett meddelande som har till syfte att åstadkomma eller främja köp, hyra eller liknande av en vara, fastighet, nyttighet eller tjänst. Reklam i radio, TV och Internet omfattas inte av beskattningen.

Skattskyldig är den som i yrkesmässig verksamhet inom landet offentliggör skattepliktig annons eller skattepliktig reklam i annan form än annons. Även den som i yrkesmässig verksamhet distribuerar annonsblad som förts in till landet utan att reklamskatt betalats vid införseln är skattskyldig.

Skatten för annons i allmän nyhetstidning är, sedan den 1 januari 2006, 3 procent av beskattningsvärdet och i övriga fall 8 procent av beskattningsvärdet. Dessförinnan var skattesatsen 4 respektive 11 procent av beskattningsvärdet. Beskattningsvärdet utgörs av vederlaget, dvs. det avtalade priset. Om inte något pris har avtalats eller om det avtalade priset är uppenbart lägre än vad som är skäligt, utgörs beskattningsvärdet av belopp som svarar mot skäligt vederlag.

Enligt 24 § första stycket RSL ska beskattningsmyndigheten återbetala så stor del av den erlagda skatten för ett beskattningsår som svarar mot en skattepliktig omsättning om, såvitt avser självständig periodisk publikation som har karaktär av dagspress, högst 50 miljoner kronor för helt år och, såvitt avser självständig periodisk publikation som har karaktär av populärpress eller fackpress, högst 10 miljoner kronor för

helt år. Före den 1 januari 2006 var de ifrågavarande beloppen 12 respektive 6 miljoner kronor för helt år. Enligt uttalande i prop. 1971:28 med förslag till förordning om annonskatt s. 11 framgår att som självständig periodisk publikation anses i princip varje periodisk publikation som ges ut under ett eget namn. Om en periodisk publikation kommer ut i flera editioner under samma namn betraktas de olika editionerna inte som självständiga. Om huvudtidning och avläggare, dvs. periodisk publikation som kommer ut under eget namn med delvis eget material men som i övrigt innehåller samma material som huvudtidningen, har samma redaktionella innehåll, anses huvudtidningen och avläggaren som en periodisk publikation.

Utgivning av annonsblad, program, katalog eller liknande trycksaker berättigar inte till återbetalning. Periodisk publikation som innehåller annonser och som till övervägande del tillhandahålls gratis eller till pris som avsevärt understiger vad som är skäligt anses enligt RSL som annonsblad. För en periodisk publikation som tillhandahålls gratis medges alltså inte återbetalning även om den har karaktär av dagspress, populärpress eller fackpress. Återbetalning sker normalt efter utgången av varje halvt beskattningsår till den som har redovisat reklamskatt för annonserna i fråga. Efter ansökan från den skattskyldige kan beskattningsmyndigheten medge befrielse från skyldigheten att betala in reklamskatt för annonser. För att befrielse ska kunna medges krävs att den skattskyldige är berättigad till återbetalning enligt 24 § RSL och att den skattepliktiga omsättningen för publikationen i fråga med säkerhet kan förväntas att inte komma att överstiga 50 miljoner respektive 10 miljoner kronor för ett helt år. Skattskyldig som inte behöver betala in reklamskatten ska ändå alltid lämna deklaration.

## 4.2 Successivt avskaffande av reklamskatten

1996 års reklamskatteutredning föreslog i sitt betänkande Avskaffa reklamskatten! (SOU 1997:53) ett avskaffande av reklamskatten. Utredningen gjorde i sitt betänkande en grundlig genomgång av de problem som föreligger beträffande reklambeskattningen och fann att reklamskatten inte kan reformeras så att den uppfyller de krav som måste ställas på en modern skatt. Utredningens uppfattning var att det saknas förutsättningar att komma till rätta med de under lång tid påtalade bristerna i reklambeskattningen. Nästan samtliga remissinstanser tillstyrkte utredningens förslag att avskaffa reklamskatten.

Riksdagen beslutade 1998 att beskattningen av reklamtrycksaker skulle avskaffas, eftersom man ansåg att det förelåg särskilt allvarliga problem när det gällde beskattningen i denna del. Reklamskatten på reklamtrycksaker avskaffades den 1 januari 1999.

Riksdagen tillkännagav den 10 april 2002 för regeringen som sin mening vad skatteutskottet anfört om att reklamskatten borde avvecklas och att frågan, med beaktande av de budgetpolitiska målen, borde prioriteras vid kommande budgetberedning (bet. 2001/02:SkU20, rskr. 2001/02:201).

Riksdagen beslutade hösten 2005, efter förslag från den tidigare regeringen, att reklamskatten på annonser i allmän nyhetstidning skulle



sänkas från 4 till 3 procent av beskattningsvärdet och att reklamskatten i övrigt skulle sänkas från 11 till 8 procent av beskattningsvärdet från och med den 1 januari 2006. Beloppet av den skattepliktiga omsättning som berättigar till återbetalning av reklamskatt för dagspress respektive populär- eller fackpress höjdes från 12 respektive 6 miljoner kronor för helt år till 50 respektive 10 miljoner kronor för helt år från samma tidpunkt. Ändringarna trädde i kraft den 1 januari 2006.

Skatteutskottet har i yttrande (2006/07:SkU3y) med anledning av vårpropositionen anfört följande. ”Utskottet behandlade nyligen frågan om att avskaffa reklamskatten och anförde då att det ser med tillfredsställelse på att regeringen aviserar att ytterligare en betydande del av den resterande reklamskatten skall avskaffas (yttr. 2006/07:SkU2y). Utskottet erinrade då också om att riksdagens tidigare tillkännagivande avsåg en avveckling av hela reklamskatten. Utskottet, som vidhåller detta ställningstagande, står bakom regeringens inriktning av skattepolitiken i denna del.”

### 4.3 Regeringens tillkännagivanden

När det gäller avskaffandet av den resterande reklamskatten uttalade regeringen i budgetpropositionen för 2007, prop. 2006/07:1, följande. ”Även i årets budgetberedning har frågan om ytterligare steg i avskaffandet av den resterande reklamskatten prövats. Regeringen anser att det är viktigt att den resterande reklamskatten så snart som möjligt kan avskaffas. Regeringen har dock funnit att det inte nu föreligger förutsättningar för finansiering av detta.”

I 2007 års ekonomiska vårproposition, prop. 2006/07:100, aviserade regeringen ett ytterligare steg i avskaffandet av den resterande reklamskatten. Regeringen anförde bl.a. att ytterligare steg i avskaffandet av reklamskatten borde tas och att samtliga periodiska publikationer, även gratisutdelade, som har karaktär av dagspress, populärpress eller fackpress retroaktivt från och med den 1 januari 2007 skulle få samma lägre beskattning och högre grundavdrag som sedan den 1 januari 2006 gäller för allmänna nyhetstidningar.

## 5 Överväganden och förslag

### 5.1 Sänkt reklamskatt för vissa periodiska publikationer

**Regeringens förslag:** Samtliga periodiska publikationer, även gratisutdelade, som inte är annonsblad, katalog eller program, ska få samma reklamskatt, 3 procent, som sedan den 1 januari 2006 gäller för allmänna nyhetstidningar som inte är gratisutdelade. Skattskyldiga som redovisat reklamskatt för annonser i självständiga periodiska publikationer, även gratisutdelade, som inte är annonsblad, katalog eller program, ska vidare bli berättigade till samma högre grundavdrag, 50 miljoner kronor, som sedan den 1 januari 2006 gäller för självständig periodisk publikation som har karaktär av dagspress och som inte är gratisutdelad.

**Promemorians förslag:** Överensstämmer i sak med regeringens. Promemorian hade dock en annan lagteknisk lösning än den som föreslås i denna lagrådsremiss.

**Remissinstanserna:** *Länsrätten i Dalarnas län, Tullverket* och *Statens Kulturråd* har inga synpunkter på förslaget. *Skatteverket*, som anser att förslaget i promemorian ger upphov till gränsdragningsproblem, avstyrker förslaget i dess nuvarande utformning. Övriga remissinstanser tillstyrker förslaget att sänka reklamskatten på vissa periodiska publikationer eller har inga invändningar mot det.

*Kammarrätten i Sundsvall, Lokaltidningen Mitti Stockholm AB, Svenska Journalistförbundet, Svenskt Näringsliv, Sveriges Annonser, Sveriges Marknadsförbund, Sveriges Tidskrifter* och *Tidningsutgivarna* anför att hela reklamskatten bör avskaffas.

*Kommerskollegium*, som inte har något att erinra mot förslaget, anser att det tar vederbörlig hänsyn till de EG-rättsliga bestämmelserna på området. *Skatteverket* anser att förslaget inte ger någon klar gräns mellan de publikationer som berättigar till återbetalning och för vilka skatt ska tas ut med 3 procent och de publikationer som inte berättigar till återbetalning och för vilka skatt ska tas ut med 8 procent. I lagtextförslaget definieras annonsblad som en trycksak utan redaktionellt innehåll eller med obetydligt redaktionellt innehåll och som innehåller annonser. *Skatteverket* anser att begreppet obetydligt bör utvecklas. Osäkerhet kan också enligt verket uppstå kring begreppet redaktionellt innehåll. Såsom annonsblad definieras i förslaget till 1 § 6 RSL finns ingen klar gräns gentemot definitionen av reklamtrycksak. *Skatteverket* anser att denna gränsdragning bör nämnas i författningskommentaren. Avgörande för bedömningen bör bland annat vara syftet med trycksaken, antal avsändare och antal annonser. Trots att begreppet "karaktär av dagspress, populärpress eller fackpress" funnits sedan tidigare saknas i princip praxis avseende bedömningen av detta. Om även gratisutdelade publikationer berättigar till återbetalning och den lägre skattesatsen, får frågan om karaktär av dagspress, populärpress eller fackpress en större betydelse. Inom gruppen gratisutdelade publikationer finns ett antal som har mer än obetydligt redaktionellt innehåll och alltså inte är annonsblad enligt den föreslagna definitionen. Enligt *Skatteverkets* antagande finns i

denna grupp ett antal publikationer för vilka det är tveksamt om de har karaktär av nyhetstidning, populärpress eller fackpress, med mindre ytterligare klargöranden görs. För fack- och populärpress uppställs enligt promemorian krav på väsentlig del redaktionellt innehåll. Avseende nyhetstidningar ges i promemorian ingen ledning för hur stor del som måste utgöras av redaktionellt innehåll. Skatteverket anser att även sådana tidningar måste innehålla väsentlig del redaktionellt innehåll för att ha karaktär av nyhetstidning. Om en publikation inte måste bestå av väsentlig del redaktionellt innehåll för att anses ha karaktär av nyhetstidning bör det förtydligas om definitionen av annonsblad är tänkt att ge en nedre gräns avseende krav på andel redaktionellt innehåll i nyhetstidningar för rätt till återbetalning och lägre skatt. Om det avseende nyhetstidningar inte ställs krav på väsentlig del redaktionellt innehåll är det angeläget med ett förtydligande avseende gränsen mellan nyhetstidning och fack- och populärpress. Det kan antas att publikationer med mindre redaktionellt innehåll än väsentlig del i sådana fall gör gällande att de är nyhetstidningar. Förslaget saknar en beskrivning av vilken betydelse det har att begreppet dagspress ändrats till nyhetstidning. Det vore önskvärt med en beskrivning av vad som avses med nyhet. *Presstödsnämnden* konstaterar att det i promemorian saknas en analys av hur förslaget att inkludera gratistidningar i skattesänkningen skulle påverka den traditionella tidningsutgivningen. *Gratistidningarnas Förening* anser att det är positivt att promemorian inte föreslår någon fast gräns för hur stor andel eget redaktionellt material som en nyhetstidning ska ha för att omfattas av det nya begreppet ”nyhetstidning”. Att skilja på egenproducerat och beställt material skulle bli mycket komplicerat och skulle skapa hinder för fristående journalister och nyhetsbyråer. Lagförslaget skapar emellertid en liknande gränsdragningsproblematik mellan annonsblad och nyhetstidningar som uppkom i den tidigare lagstiftningen eftersom promemorians förslag inte är tillräckligt utförligt. Promemorian saknar en direkt definition av hur stort redaktionellt material en nyhetstidning ska ha. Det närmaste promemorian kommer en definition framkommer på sidan 9 där det anges att begreppet nyhetstidning omfattar en tidning som ”uppfattas” som en nyhetstidning. Det är enligt *Gratistidningarnas Förening* olämpligt att använda sig av en dylik definition eftersom den är subjektiv och gör det svårt för den skattskyldige att veta om skattskyldighet föreligger. I själva ordet ”nyhet” ligger en värdering som är svårbedömd. Promemorian uppställer även ett kvantitetskrav på det redaktionella materialet eftersom detta utgör gränsen till annonsbladen. Här uppkommer frågan om kvantiteten redaktionellt material ska bedömas i förhållande till hur mycket reklam som publikationen innehåller eller om det ska bedömas på en viss lägsta volym redaktionellt material. *Gratistidningarnas Förening* anser att författningskommentaren tydligare bör ange hur bedömningen ska gå till. Förslagsvis kan författningskommentaren ange att bedömningen ska ske utifrån de förutsättningar som råder på den ort där publikationen ges ut och att tolkningen bör ske generöst. Förändringen av reklamskatten skapar ett incitament för annonsblad att föra in redaktionellt material för att bli en nyhetstidning vilket gagnar demokratin och det skrivna ordet. *Gratistidningarnas Förening* anser att det är orimligt att ha en skatteskillnad mellan annonsblad och reklamtrycksaker eftersom det

torde vara irrelevant för mottagaren om en publikation har en eller flera avsändare. I dagsläget är s.k. direktreklam helt befriad från reklamskatt. Med tanke på att även andra reklammedier såsom TV, Radio och Internet är befriade från reklamskatten är det enligt Gratistidningarnas Förening tveksamt om konstruktionen är acceptabel i förhållande till EU:s regler om statliga stöd. *Lokaltidningen Mitti Stockholm AB* välkomnar att begreppet "dagspress" tas bort och ersätts av det betydligt vidare begreppet "nyhetstidning". Det är också bra att det inte uppställs något krav på viss andel eget redaktionellt innehåll för att en publikation ska anses utgöra en nyhetstidning. I promemorian finns ett förslag till definition av "annonsblad", ett begrepp som funnits i RSL sedan år 1972 utan att direkt definieras. Begreppet "annonsblad" har inte bara betydelse vid gränsdragningen mot nyhetstidningar, utan lika mycket vid gränsdragningen mot framförallt populärpress. Det vore därför önskvärt med ett mer klagörande uttalande om vad som kan anses utgöra "obetydligt"/"mycket lite" redaktionellt innehåll. Eftersom begreppet "självständig" även fortsättningsvis kommer att ha betydelse för bedömningen av hur många grundavdrag som kommer att kunna tillämpas där fråga är om flera tidningar med likartat innehåll vore det önskvärt med ett uttalande huruvida en självständig publikation ska ha en viss andel eget material, och i så fall hur stor del det ska vara. *Svenska journalistförbundet* vill fästa uppmärksamhet på en särskild typ av publikation, d.v.s. "tidskrifter" som vill ge sken av att ha ett omfattande redaktionellt innehåll men där detta nästan helt och hållet består av "artiklar" i mycket positiva ordalag om de företag som annonserar och som precis som annonserna är köpta av företagen. Dessa bör, enligt förbundet, i detta sammanhang räknas som annonsblad. *Sveriges Tidskrifter* anser att vad som fortfarande är oklart i promemorian är det som sägs om vad som räknas som en "självständig" periodisk publikation. Det är vidare oklart vad som menas med annonsblad. *Sveriges Tidskrifter* anser att det här behövs mer tydliga skrivningar. *Tidnings AB Metro* anför att enligt bolagets uppfattning innebär lagförslaget i stora delar ett förtydligande av gällande lagstiftning. Gratisutdelade tidningar, som liksom *Metro* har nyheter som huvudsakligt innehåll, omfattas nämligen inte i dagsläget av den definition av annonsblad som finns i anvisningarna till 24 § RSL. Dessa tidningar är att anse som allmänna nyhetstidningar och har därmed enligt bolagets uppfattning rätt till den lägre skattesatsen. Dessvärre har Skatteverket och vissa domstolar tolkat lagen på så sätt att det faktum att en publikation delas ut gratis medför att publikationen är att anse som ett annonsblad. Vid denna bedömning har hänsyn inte tagits till det redaktionella innehållet. Denna tillämpning av lagen anser bolaget vara felaktig. Bolaget är positivt till att regeringen nu förtydligar vad som är att anse som ett annonsblad men anser att det vore önskvärt om regeringen i sin proposition uttryckligen redogjorde för att det är fråga om ett förtydligande och inte en materiell ändring. *Tidningsutgivarna*, som tillstyrker förslaget, anser att den konkurrensnedvridning som nu förstärks i förhållande till dem – huvudsakligen dagstidningar – som därefter alltjämt kommer att betala reklamskatt är oacceptabel. *Tidningsutgivarna* utgår därför från att den slutliga avvecklingen av reklamskatten genomförs senast fr.o.m. den 1 januari 2008 och att detta

ges till känna i samband med propositionen med de nu föreslagna ändringarna. Enligt Tidningsutgivarnas mening är den angivna definitionen av ”annonsblad” i förslaget vag och ger ett alltför stort utrymme för subjektiva och skönsmässiga bedömningar. Promemorian ger heller inte några närmare besked utan hänvisar till avgöranden från Regeringsrätten i fråga om vad som ska anses utgöra ”populärpress”. Att märka här är att Regeringsrätten – i det i promemorian refererade uttalandet - ställt krav på att populärpress ”till väsentlig del” ska innehålla redaktionellt material. Detta synes – motsatsvis – inte stå i paritet med den föreslagna lagtexten om ”obetydligt redaktionellt innehåll” i fråga om annonsblad. Tidningsutgivarna förordar därför en tydligare lagtext och framför allt tydligare motivuttalanden för att förebygga tvister och tolkningssvårigheter.

**Skälen för regeringens förslag:** Enligt gällande bestämmelser i lagen (1972:266) om skatt på annonser och reklam (RSL) är det endast nyhetstidningar, som inte är gratisutdelade eller som inte tillhandahålls till pris som avsevärt understiger vad som är skäligt, som kan komma i fråga för den lägre skattesatsen. Med allmän nyhetstidning avses enligt 1 § RSL periodisk publikation av dagspresskaraktär som normalt kommer ut med minst ett nummer varje vecka och som ej utgör annonsblad. Periodisk publikation definieras i 1 § RSL som publikation som enligt utgivningsplan ska komma ut med normalt minst fyra nummer om året och som inte är att anse som reklamtrycksak. Med reklamtrycksak menas enligt lagen trycksak som framställts huvudsakligen i syfte att offentliggöra reklam. Någon egentlig definition av annonsblad finns för närvarande inte i RSL.

Regeringen har i 2007 års ekonomiska vårproposition, prop. 2006/07:100, anfört att samtliga periodiska publikationer, även gratisutdelade, som har karaktär av dagspress, populärpress eller fackpress retroaktivt från och med den 1 januari 2007 ska få samma lägre beskattning, 3 procent, som sedan den 1 januari 2006 gäller för allmänna nyhetstidningar. Regeringen anförde vidare att samtliga periodiska publikationer, även gratisutdelade, som har karaktär av dagspress, populärpress eller fackpress, från den 1 januari 2007 ska få samma högre grundavdrag som sedan den 1 januari 2006 gäller för allmänna nyhetstidningar. Eftersom populärpress och fackpress samt gratisutdelad dagspress enligt gällande regler i RSL har en högre beskattning än dagspress och eftersom gratisutdelad dagspress, populärpress eller fackpress inte är berättigad till grundavdrag krävs en materiell ändring av reglerna i RSL.

I promemorian föreslogs att samtliga periodiska publikationer, även gratisutdelade, som har karaktär av nyhetstidning, populärpress eller fackpress retroaktivt från och med den 1 januari 2007 skulle få samma lägre reklamskatt, 3 procent, som sedan den 1 januari 2006 gäller för allmänna nyhetstidningar som inte är gratisutdelade. Skattskyldiga som redovisat reklamskatt för annonser i självständiga periodiska publikationer, som har karaktär av nyhetstidning, populärpress eller fackpress, även gratisutdelade, föreslogs vidare från samma tidpunkt bli berättigade till samma högre grundavdrag, 50 miljoner kronor, som sedan den 1 januari 2006 gäller för självständig periodisk publikation som har karaktär av dagspress och som inte är gratisutdelad. Förslaget bygger på

vissa i RSL förekommande begrepp samtidigt som en definition av annonsblad införs. Några remissinstanser kritiserar detta då de menar att de föreslagna reglerna skulle skapa flera gränsdragningsproblem. Regeringen kan hålla med om att det kan bli onödigt komplicerat med flera definitioner och begrepp och att ett enklare sätt är att i stället ange de periodiska publikationer som inte ska ha den lägre beskattningen. Bedömningen är att man på så sätt kommer att uppnå det resultat som angavs i vårpropositionen och i promemorian och att det är samma periodiska publikationer som avsågs i dessa som får den lägre beskattningen. Regeringens avsikt med ändringen är att alla periodiska publikationer som inte är annonsblad, katalog eller program ska få den lägre beskattningen.

För att komma i fråga för den lägre skattesatsen är en första förutsättning att publikationen är periodisk enligt RSL. Den nuvarande definitionen av detta begrepp bör vara densamma som i dag, dvs. publikation som enligt utgivningsplan ska komma ut med normalt minst fyra nummer om året och som inte är att anse som reklamtrycksak. Detta innebär vad avser nyhetstidningar att såväl gratisutdelade nyhetstidningar som delas ut flera gånger i veckan (t.ex. Metro, Stockholm City och Punkt SE) som lokalt gratisutdelade nyhetstidningar som delas ut mer sällan, men som uppfyller kravet på periodisk publikation enligt RSL, kommer att omfattas av den lägre skattesatsen på 3 procent. Det föreslås en sådan ändring i 12 § RSL.

Annonser i trycksaker med ett tydligt annonsupplägg, dvs. annonsblad liksom annonser i program eller kataloger, ska, på samma sätt som gäller i dag, fortfarande beskattas med 8 procent. I Skatteverkets handledning för punktskatter (SKV 504 utgåva 10 s. 416-417) anges att med *katalog* i RSL avses "en efter vissa grunder upprättad förteckning över t.ex. medlemmar eller föremål" och med *program* avses "förteckning över exempelvis uppträdande personer och deras roll eller nummer vid teaterföreställning, konsert, idrottsevenemang och dylikt". Regeringen föreslår att definitioner med motsvarande innehåll införs i 1 § RSL. Exempel på katalog som ska omfattas av definitionen är t.ex. telefonkataloger, medlemsmatriklar, mässkataloger och liknande. Exempel på program som omfattas av definitionen är t.ex. teater- och konsertprogram och program beträffande idrottsevenemang såsom fotbollsmatcher och travtävlingar.

Det föreslås också att en definition av vad som avses med annonsblad införs i 1 § RSL. Av förslaget till definition framgår att med annonsblad avses trycksak som innehåller annonser och som saknar redaktionellt innehåll eller som har ett obetydligt redaktionellt innehåll utöver sådant som har samband med dem som annonserar. Ett exempel på sådana publikationer kan vara köpcentratidningar och liknande som innehåller annonser samt artiklar om köpcentret eller dess butiker. En sådan publikation som omnämns i remissyttrandet från *Svenska Journalistförbundet*, d.v.s. "tidskrifter som vill ge sken av att ha ett omfattande redaktionellt innehåll men där detta nästan helt och hållet består av artiklar i mycket positiva ordalag om de företag som annonserar och som precis som annonserna är köpta av företagen" bör anses som ett annonsblad enligt RSL. Detta bör gälla även om sådana artiklar inte är köpta av annonsörerna. Beträffande vad som ska anses vara annonsblad

respektive en reklamtrycksak anges i Skatteverkets handledning (s. 376) att om det huvudsakliga syftet med en trycksak t.ex. är att offentliggöra reklam eller annons för annan än utgivaren eller någon som står i intressegemenskap med honom, är trycksaken att anse som annonsblad eller som en trycksak som innehåller annonser. I handledningen anges vidare att för att en trycksak ska klassas som en reklamtrycksak fordras att reklamtrycksaken innehåller reklam för verksamhet som bedrivs av utgivaren eller av någon med vilken denne står i intressegemenskap samt att trycksaken framställts huvudsakligen i syfte att offentliggöra denna reklam.

Självständig periodisk publikation som har karaktär av dagspress är i dag, enligt 24 § RSL, berättigad till återbetalning av så stor del av den erlagda skatten för ett beskattningsår som svarar mot en skattepliktig omsättning om högst 50 miljoner kronor för helt år. För självständig periodisk publikation som har karaktär av populärpress eller fackpress är beloppet i dag högst 10 miljoner kronor för helt år. Det föreslås att en ändring görs i 24 § RSL så att samtliga självständiga periodiska publikationer, som inte är annonsblad, katalog eller program, även gratisutdelade, från och med den 1 januari 2007 blir berättigade till samma högre grundavdrag, 50 miljoner kronor, som sedan den 1 januari 2006 gäller för självständig periodisk publikation som har karaktär av dagspress och som inte tillhandahålls gratis eller till ett pris som avsevärt understiger vad som är skäligt. Någon ändring av vad som avses med "självständig" periodisk publikation görs inte utan det som uttalats i prop. 1971:28, se avsnitt 4.1, gäller fortfarande.

*Gratistidningarnas Förening* har anfört att med tanke på att reklamtrycksaker, TV, Radio och Internet är befriade från reklamskatten är det enligt föreningen tveksamt om konstruktionen är acceptabel i förhållande till EU:s regler om statliga stöd. Regeringen delar inte uppfattningen att reklamskatten strider mot EG:s statsstödsregler. EU-kommissionen har, i beslut från den 7 mars 2005, funnit att "Även om det inte råder någon tvekan om att det finns ett samband mellan marknaderna för reklamutrymme i pressen och marknaden för reklamutrymme i andra medier, framgår det ändå att avsaknaden av skatt på reklamutrymmen i andra medier än pressen inte med hänsyn till systemets art och funktion kan kvalificeras som en skattebefrielse som kan medföra en förlust av statliga medel. Tvärtom framgår det av uppgifter från de svenska myndigheterna att skatteintäkterna i fråga inte är avsedd att finansiera de andra mediernas verksamhet. Under dessa omständigheter utgör den aktuella skatten inte ett statligt stöd i den mening som avses i artikel 87.1 i fördraget."

Förslagen föranleder ändringar i 1, 12 och 24 §§ RSL samt upphävande av anvisningarna till 24 § RSL.

## 5.2 Ikraftträdande

<p><b>Regeringens förslag:</b> Ändringarna i lagen (1972:266) om skatt på annonser och reklam ska träda i kraft den 1 januari 2008 och tillämpas retroaktivt från och med den 1 januari 2007.</p>
---

**Promemorians förslag:** Överensstämmer med regeringens förslag.

**Remissinstanserna:** *Lokaltidningen Mitti Stockholm AB* anför att redan den 1 januari 2006 sänktes reklamskatten från 4 till 3 procent för allmänna nyhetstidningar. Då syftet med de föreslagna ändringarna är att uppnå en likformig beskattning av samtliga periodiska publikationer, även gratisutdelade, som har karaktär av nyhetstidningar, populärpress eller fackpress, har bolaget svårt att förstå varför inte den nu föreslagna sänkningen kan ske fr.o.m. den 1 januari 2006. Den sänkningen innebar ju att ett ”nytt” statsunderstöd skapades och stred därför mot EG-rätten. Detta ”nya” stöd gällde lika mycket under år 2006 som nu under år 2007. *Sveriges Annonörer* anser att frågan om retroaktiv tillämpning skapar särskilda problem då det innebär att annonsörerna burit kostnader för en skatt som återbetalas till tidningarna. Kostnaden har redan burits av annonsörerna och att tidningarna skulle betala tillbaka motsvarande pengar bedöms som otroligt. De pengar som staten kan spara genom att låta ändringarna gå igenom från och med 1 januari 2008 skulle kunna användas för att ta ytterligare steg mot ett totalt avskaffande direkt.

**Skälen för regeringens förslag:** När beskattningen den 1 januari 2006 sänktes för periodiska publikationer som har karaktär av dagspress som inte är gratisutdelad gjordes inte motsvarande skattesänkning för andra periodiska publikationer, även gratisutdelade, som inte är annonsblad, katalog eller program. Regeringens uppfattning är att samtliga dessa periodiska publikationer bör ha samma beskattning. Av statsfinansiella skäl föreslås dock inte att den nu föreslagna skattesänkningen ska gälla retroaktivt från den 1 januari 2006 utan från den 1 januari 2007. Regeringen anser fortfarande att det är viktigt att den resterande reklamskatten så snart som möjligt kan avskaffas, men finner att det inte nu föreligger förutsättningar för finansiering av detta. Regeringen delar inte *Lokaltidningen Mitti Stockholm AB*:s uppfattning att den sänkning av reklamskatten som trädde i kraft den 1 januari 2006 skulle strida mot EU:s regler om statsstöd. *Sveriges Annonörer* har anfört att frågan om retroaktiv tillämpning innebär att annonsörerna har burit kostnaderna för en skatt som återbetalas. De affärsmässiga förhållandena mellan annonsörerna och tidningsföretagen är emellertid inte en fråga för regeringen att uttala sig om.

Det bör påpekas att Skatteverket och Tullverket inte är skyldiga att gå igenom tidigare skattebeslut avseende 2007 för eventuella åtgärder med anledning av att bestämmelsen tillämpas redan från den 1 januari 2007. Det är alltså den skattskyldige som måste agera genom att begära omprövning av redan fattade beskattningsbeslut för att en ändring ska komma till stånd.

## 6 Offentligfinansiella och andra effekter

Beräkningen av den offentligfinansiella effekten baseras på datamaterial från Skatteverket för 2005. Med nuvarande regelverk beskattas fack- och populärpresspublikationer med 8 procent reklamskatt och har rätt till ett grundavdrag på 10 miljoner kronor. Beskattningen av dessa periodiska publikationer med rätt till grundavdrag på 50 miljoner kronor samt



samma skattesats på 3 procent som motsvarar den för dagstidningar medför ett skattebortfall som uppgår till cirka 27 miljoner kronor för 2007.

Att vissa gratisutdelade publikationer får rätt till grundavdrag på 50 miljoner kronor samt en skattesats på 3 procent medför ett skattebortfall som uppgår till cirka 65 miljoner kronor för 2007. Eftersom antalet publikationer som kommer att omfattas av de nya reglerna troligtvis är något underskattat, uppskattas att skattebortfallet är högre än 65 miljoner kronor men maximalt 75 miljoner kronor.

Skattebortfallet för de förslag som lämnas i denna lagrådsremiss beräknas uppgå till cirka 100 miljoner kronor.

Skatteverket anför i sitt remissyttrande att initialt innebär förslaget en stor arbetsbelastning för verket, främst på grund av retroaktiviteten i lagändringen. Det kommer att behöva göras ett stort antal omprövningar, återbetalningar, omklassningar av publikationer, informationsutskick etc. Detta beräknas kunna hanteras inom ramen för Skatteverkets resurser. Lagändringarna medför bl.a. behov av systemutveckling av IT-stödet samt förändring av deklarationsblankett, inklusive upplysningsblad.

De föreslagna ändringarna innebär enligt regeringens bedömning inte någon ökning av arbetsbördan för Skatteverket, Tullverket och domstolarna som inte kan tas om hand med befintliga resurser. Även Skatteverkets kostnader med anledning av de nya reglerna får hanteras inom nuvarande budgetramar.

Hur mycket förslaget påverkar andra medier, t.ex. allmänna nyhetstidningar som inte är gratisutdelade, varierar mellan olika geografiska områden, bl.a. beroende på graden av konkurrens mellan gratistidningar och andra medier.

## 7 Författningskommentar

### Förslaget till lag om ändring i lagen (1972:266) om skatt på annonser och reklam

#### 1 §

*Andra stycket punkten 5* har tagits bort eftersom begreppet allmän nyhetstidning inte längre används i lagen.

En redaktionell ändring har gjorts i *punkten 4*.

Den nuvarande *punkten 6* i *andra stycket* betecknas härefter 5.

En *ny punkt 6* införs. I denna ges en definition av vad som i RSL ska anses som annonsblad. Begreppet behandlas i avsnitt 5.1.

Definitioner av vad som avses med katalog och program finns i två nya punkter, *punkt 7* och *8*. Begreppen behandlas i avsnitt 5.1.

#### 12 §

I bestämmelsen anges att skatten för annons i periodisk publikation tas ut med 3 procent av beskattningsvärdet och annars med 8 procent av beskattningsvärdet.

I *andra stycket*, som är nytt, anges att för annons i annonsblad, katalog eller program tas skatten ut med 8 procent även om publikationen är periodisk.

#### 24 §

I bestämmelsen har en ändring gjorts så att samtliga självständiga periodiska publikationer, även gratisutdelade, som inte är annonsblad, katalog eller program, får samma grundavdrag, 50 miljoner kronor. Av *andra stycket*, som är nytt, framgår att skattskyldig som ger ut annonsblad, katalog eller program inte är berättigad till återbetalning av reklamskatt för sådan trycksak. Vidare har vissa redaktionella ändringar gjorts i bestämmelsen.

#### *Anvisningarna till 13 §*

En redaktionell ändring har gjorts i bestämmelsens *andra stycke*.

Vid de ändringar i lagen som trädde i kraft den 1 januari 1999 (prop.1997/98:150, SFS 1998:597) upphävdes bl.a. 13 § *andra stycket* och det tidigare tredje stycket blev *andra stycket*. Av förbiseende kom inte hänvisningen till den paragrafen i *sista stycket* att följdändras. Detta rättas nu till.

#### *Anvisningarna till 24 §*

Anvisningarna har tagits bort och därigenom har kravet på att den periodiska publikationen ska vara betald för att kunna få återbetalning tagits bort.

Förslag till lag om ändring i lagen (1972:266) om skatt på annonser och reklam

Härigenom föreskrivs i fråga om lagen (1972:266) om skatt på annonser och reklam

*dels att § 1, 12 och 24 §§ skall ha följande lydelse,*

*dels att anvisningarna till 13 och 24 §§ skall ha följande lydelse.*

*Nuvarande lydelse*

*Föreslagen lydelse*

1 §<sup>6</sup>

Skatt (reklamskatt) erlagges enligt denna lag till staten för annons, som är avsedd att offentliggöras inom landet, och för reklam, som är avsedd att spridas inom landet i annan form än annons.

I denna lag förstås med

1. trycksak, avtryck som framställts i flera lika exemplar i tryckpress eller genom screenförfarande,

2. reklam, meddelande som har till syfte att åstadkomma eller främja avsättning i kommersiell verksamhet av vara, fastighet, nyttighet, rättighet eller tjänst,

3. annons, särskilt utrymme som upplåtits i trycksak för återgivning av text eller bild för annan än utgivaren och sådant utrymme i trycksaken som tagits i anspråk av utgivaren för egen reklam,

4. periodisk publikation, publikation som enligt utgivningsplan skall komma ut med normalt minst fyra nummer om året och som inte är att anse som reklamtrycksak,

5. *allmän nyhetstidning, periodisk publikation av dagspresskaraktär som normalt kommer ut med minst ett nummer varje vecka och som ej utgör annonsblad,*

6. reklamtrycksak, trycksak som framställts huvudsakligen i syfte att offentliggöra reklam.

5. reklamtrycksak, trycksak som framställts huvudsakligen i syfte att offentliggöra reklam,

6. *annonsblad, trycksak utan redaktionellt innehåll eller med obetydligt redaktionellt innehåll och som innehåller annonser.*

12 §<sup>7</sup>

Skatten för annons i *allmän nyhetstidning* tas ut med 3 procent av beskattningsvärdet och annars

Skatten för annons i *periodisk publikation som har karaktär av nyhetstidning, populärpress eller*

<sup>6</sup> Senaste lydelse 1977.1050.

<sup>7</sup> Senaste lydelse 2005.957.

med 8 procent av beskattningsvärdet.

*fackpress* tas ut med 3 procent av beskattningsvärdet och annars med 8 procent av beskattningsvärdet.

Bilaga 1

#### 24 §<sup>8</sup>

Till skattskyldig, som redovisat reklamskatt för annonser i självständig periodisk publikation, som har karaktär av *dagspress*, populärpress eller fackpress, återbetalar beskattningsmyndigheten så stor del av den erlagda skatten för ett beskattningsår som svarar mot en skattepliktig omsättning om, *såvitt gäller dagspress*, högst 50 miljoner kronor för helt år *och, såvitt gäller annan press*, högst 10 miljoner kronor för helt år. Återbetalningen sker efter utgången av varje halvt beskattningsår. För första halvåret av ett beskattningsår får återbetalat belopp ej överstiga skatten på en omsättning om hälften av *de nämnda beloppen*. Är ett beskattningsår längre eller kortare än tolv månader skall de angivna *gränserna* räknas upp eller ned i motsvarande mån.

Till skattskyldig, som redovisat reklamskatt för annonser i självständig periodisk publikation, som har karaktär av *nyhetstidning*, populärpress eller fackpress, återbetalar beskattningsmyndigheten så stor del av den erlagda skatten för ett beskattningsår som svarar mot en skattepliktig omsättning om högst 50 miljoner kronor för helt år. Återbetalningen sker efter utgången av varje halvt beskattningsår. För första halvåret av ett beskattningsår får återbetalat belopp ej överstiga skatten på en omsättning om hälften av *det nämnda beloppet*. Är ett beskattningsår längre eller kortare än tolv månader skall den angivna *gränsen* räknas upp eller ned i motsvarande mån.

Föreligger rätt till återbetalning enligt första stycket får beskattningsmyndigheten, om den skattepliktiga omsättningen kan förväntas med säkerhet icke överstiga det högsta belopp för helt år som anges i första stycket, medge befrielse från skyldighet att inbetala reklamskatt.

Om synnerliga skäl föreligger, kan beskattningsmyndigheten återbetala skatt tidigare än som anges i första stycket.

#### Anvisningar

till 13 §<sup>9</sup>

Med vederlag avses det avtalade priset, däri inräknat avtalade pristillägg enligt faktura eller annan handling.

Från vederlag får ej avräknas s.k. villkorlig rabatt som utgår vid betalning i efterhand inom viss tid. Utställes växel eller annat skuldebrev för betalningen, utgöres beskattningsvärdet av belopp enligt sådan handling med tillägg av vederlag som därutöver kommit den skatt-

<sup>8</sup> Senaste lydelse 2005:957.

<sup>9</sup> Senaste lydelse 1999:1241.

skyldige till godo. Avdrag får ej göras för diskonto vid diskontering av sådant skuldebrev. Bilaga 1

Utgår gemensamt vederlag för prestationer som skall inräknas i beskattningsvärdet och för andra prestationer, bestäms beskattningsvärdet efter uppdelning av vederlaget efter skälig grund.

Skäligt värde enligt 13 § <i>tredje</i> stycket bestämmes enligt ortens pris enligt samma grunder som föreskrives för marknadsvärde i 61 kap. inkomstskattelagen (1999:1229).	Skäligt värde enligt 13 § <i>andra</i> stycket bestämmes enligt ortens pris enligt samma grunder som föreskrives för marknadsvärde i 61 kap. inkomstskattelagen (1999:1229).
---	--

till 24 §<sup>10</sup>

Skattskyldig, som ger ut annonsblad, program, katalog eller liknande trycksak är inte berättigad till återbetalning av reklamskatt för sådan trycksak.

*Periodisk publikation som innehåller annonser och som till övervägande del tillhandahålles gratis eller till pris som avsevärt understiger vad som är skäligt anses som annonsblad.*

1. Denna lag träder i kraft den 1 januari 2008.
2. Bestämmelserna tillämpas dock för tid från och med den 1 januari 2007.
3. Äldre bestämmelser gäller fortfarande för förhållanden som hänförs till tiden före den 1 januari 2007.

<sup>10</sup> Senaste lydelse 1974:416.

## Förteckning över remissinstanserna beträffande promemorian Sänkt reklamskatt för vissa periodiska publikationer

Kammarrätten i Sundsvall, Länsrätten i Dalarnas län, Kommerskollegium, Tullverket, Skatteverket, Presstödsnämnden, Statens Kulturråd, Konkurrensverket, Aftonbladet Förlag AB, Gratistidningarnas Förening, Göteborgs-Postens Nya AB, Lokaltidningen Mitti Stockholm AB, Stockholm City i Sverige AB, Svenska Journalistförbundet, Svenskt Näringsliv, Sveriges Annonörer, Sveriges Marknadsförbund, Sveriges Reklamförbund, Sveriges Tidskrifter, Tidnings AB Metro och Tidningsutgivarna.

Aftonbladet Förlag AB, Göteborgs-Postens Nya AB, Stockholm City i Sverige AB och Sveriges Reklamförbund har inte inkommit med yttrande.