

Stockholm den 4 maj 2026

R-2026/0276

Till Finansdepartementet

Fi2025/00109

Sveriges advokatsamfund har genom remiss den 3 februari 2026 beretts tillfälle att yttra sig över slutbetänkandet Utvidgad avdragsrätt för sponsring m.m. (SOU 2026:5).

Sammanfattning

Advokatsamfundet ställer sig positivt till att det införs en lagregel om utvidgad avdragsrätt för företag vad gäller utgifter för att förbättra och upprätthålla ett företags anseende. Advokatsamfundet bedömer också att lagstiftningsförslaget kommer att få avsedd effekt.

I övrigt har Advokatsamfundet endast vissa mindre synpunkter på lagstiftningens utformning, enligt vad som framgår nedan.

Synpunkter

Förslag till bestämmelsen 16 kap. 11 § inkomstskattelagen

Av föreslagen 16 kap. 11 § lydelse i första stycket framgår att utöver vad som anges i 1 § samma kapital ska utgifter för att förbättra och upprätthålla näringsverksamhetens anseende dras av.

Föreslagen bestämmelse är allmänt hållen och utöver de uttryckliga undantagen begränsas avdragsrätten på så sätt att utgifterna ska vara affärsmässigt motiverade. Det kommer enligt Advokatsamfundets bedömning finnas risk för gränsdragnings- och



tillämpningsproblem utifrån den föreslagna lydelsen av bestämmelsen, inte minst i ljuset av att ändamålet med bestämmelsen är att utöka avdragsrätt och affärsmässigheten ska bedömas i ett framåtriktat perspektiv över flera beskattningsår utan att kunna visa värdet av direkta motprestationer. Advokatsamfundet delar också bedömningen att det är troligt att en del av tillämpningssvårigheterna som idag finns vad gäller 16 kap. 1 § kommer minska. Oavsett det senare bör övervägas om lagtexten ska preciseras med kvalifikationer för att underlätta tillämpning av bestämmelsen vad avser gränsdragning mot gåvor, representation, personliga levnadskostnader och liknande utgifter.

Mot bakgrund av ovan bör övervägas om nu föreslagen lagtext bör kompletteras med uttryckligt villkor om att överenskommelsen som sponsringen grundas på (i) ska vara skriftlig, och (ii) att samarbetet ska förmedlas utåt genom att det synliggörs.

Företaget ska kunna göra sannolikt att utgiften syftar till att få en positiv effekt på anseendet, men någon konkret påverkan på anseendets värde i det enskilda fallet behöver inte visas. I slutbetänkandet nämns att begreppet anseende ska avgränsas i den praktiska rättstillämpningen. Enligt Advokatsamfundets uppfattning bör övervägas om även begreppet "anseende" bör preciseras, t.ex. genom att uttryckligt i lagtexten ange att sponsringen ska syfta till att förbättra och upprätthålla anseende vad avser att (i) behålla och utöka kund- samt leverantörsbas eller andra affärsmässiga relationer, (ii) underlätta kapitalanskaffning, och (iii) behålla samt attrahera arbetskraft.

SVERIGES ADVOKATSAMFUND

Mia Edwall Insulander