

KOMMISSIONENS BESLUT (EU) 2017/329**av den 4 november 2016****om åtgärden SA.39235 (2015/C) (f.d. 2015/NN) som vidtagits av Ungern avseende beskattning av reklamomsättning**

[delgivet med nr C(2016) 6929]

(Endast den ungerska texten är giltig)**(Text av betydelse för EES)**

EUROPEISKA KOMMISSIONEN HAR ANTAGIT DETTA BESLUT

med beaktande av fördraget om Europeiska unionens funktionssätt, särskilt artikel 108.2 första stycket,

med beaktande av avtalet om Europeiska ekonomiska samarbetsområdet, särskilt artikel 62.1 a,

efter att i enlighet med nämnda artiklar ha gett berörda parter tillfälle att yttra sig ⁽¹⁾ och med beaktande av dessa synpunkter, och

av följande skäl:

1. FÖRFARANDE

- (1) I juli 2014 fick kommissionen kännedom om att Ungern hade antagit en lagstiftningsakt på grundval av vilken omsättning från reklamverksamhet ska beskattas (nedan kallad *reklamskatt*). Genom en skrivelse av den 13 augusti 2014 skickade kommissionen en begäran om information till de ungerska myndigheterna, vilken de besvarade genom en skrivelse av den 2 oktober 2014. Genom en skrivelse av den 1 december 2014 fick de ungerska myndigheterna ytterligare ett antal frågor, vilka de besvarade genom att lämna in kompletterande uppgifter genom en skrivelse av den 16 december 2014.
- (2) Genom en skrivelse av den 2 februari 2015 fick de ungerska myndigheterna information om att kommissionen hade för avsikt att utfärda ett föreläggande om att avbryta stödutbetalningen i enlighet med artikel 11.1 i rådets förordning (EG) nr 659/1999 ⁽²⁾. Genom en skrivelse av den 17 februari 2015 lämnade de ungerska myndigheterna sina synpunkter på denna skrivelse.
- (3) Genom ett beslut av den 12 mars 2015 underrättade kommissionen Ungern om sitt beslut att inleda det förfarande som fastställs i artikel 108.2 i fördraget (nedan kallat *beslutet att inleda förfarandet*) och att utfärda ett föreläggande om att avbryta utbetalningen av ett stöd i enlighet med artikel 11.1 i förordning (EG) nr 659/1999 avseende denna åtgärd.
- (4) Beslutet att inleda förfarandet och föreläggandet om att avbryta stödutbetalningen offentliggjordes i *Europeiska unionens officiella tidning* ⁽³⁾. Kommissionen uppmanade berörda parter att inkomma med sina synpunkter avseende åtgärden.
- (5) Kommissionen mottog synpunkter från tre berörda parter. Kommissionen vidarebefordrade synpunkterna till de ungerska myndigheterna, som fick möjlighet att bemöta dem.
- (6) Den 21 april 2015 skickade de ungerska myndigheterna ett utkast till förslag till kommissionen om en ändring av reklamskatten. Den 8 maj 2015 begärde kommissionen information från Ungern avseende den planerade ändringen.

⁽¹⁾ EUT C 136, 24.4.2015, s. 7.⁽²⁾ Rådets förordning (EG) nr 659/1999 av den 22 mars 1999 om tillämpningsföreskrifter för artikel 108 i fördraget om Europeiska unionens funktionssätt (EGT L 83, 27.3.1999, s. 1), som upphävts och ersatts av rådets förordning (EU) 2015/1589 av den 13 juli 2015 om genomförandebestämmelser för artikel 108 i fördraget om Europeiska unionens funktionssätt (EUT L 248, 24.9.2015, s. 9).⁽³⁾ Se fotnot 1.

- (7) Den 4 juni 2015 ändrade Ungern reklamskatten, utan föregående anmälan till – eller godkännande av – kommissionen. Den 5 juli 2015 trädde ändringarna i kraft.
- (8) Genom en skrivelse av den 6 juli 2015 lämnade Ungern sina synpunkter på beslutet att inleda förfarandet och på de berörda parternas synpunkter, tillsammans med förtydliganden om ändringen av reklamskatten.

2. DETALJERAD BESKRIVNING AV REKLAMSKATTEN

2.1 SKATTENS OCH BESKATTNINGSUUNDERLAGETS TILLÄMPNINGSSOMRÅDE

- (9) Den 11 juni 2014 antog Ungern lag XXII av år 2014 om reklamskatt (nedan kallad *lagen*), med ytterligare ändringar den 4 juli och den 18 november 2014. Genom *lagen* infördes en ny särskild skatt på omsättning som härrör från publicering av reklamannonser i Ungern. *Lagen* gäller utöver befintliga företagsskatter, i synnerhet inkomstskatt. Enligt Ungern är syftet med *lagen* att främja principen om gemensam ansvarsfördelning.
- (10) Reklamskatten ska betalas på omsättning som härrör från publicering av reklamannonser i de medieutrymmen som anges i *lagen* (t.ex. i medietjänster, i pressmaterial, på reklambärare utomhus, på alla typer av fordon och fast egendom, i tryckt material och på internet). Skatten gäller för alla medieföretag, och den beskattningsbara personen är i princip utgivaren av reklamannonsen. Skattens territoriella tillämpningsområde är Ungern.
- (11) Beskattningsunderlaget på vilket skatten tillämpas är den omsättning som härrör från de reklamtjänster som utgivaren har tillhandahållit, utan avdrag för eventuella kostnader. Beskattningsunderlaget för närstående bolag aggregeras. Därför bestäms den gällande skattesatsen av den reklamomsättning som härrör från hela företagsgruppen i Ungern.
- (12) Det finns ett särskilt beskattningsunderlag för egenreklam, dvs. reklam som gäller utgivarens egna produkter, varor, tjänster, verksamheter, namn och egenskaper. I detta fall är det beskattningsunderlag på vilken skatten tillämpas de kostnader som uppstår direkt för utgivaren i samband med publiceringen av reklamannonsen.

2.2 PROGRESSIVA SKATTESATSER

- (13) Genom *lagen* fastställdes ett system med progressiva skattesatser som varierar från 0 % eller 1 % för bolag med liten eller medelhög reklamomsättning till 50 % för bolag med hög reklamomsättning enligt följande:
- För den del av omsättningen som understiger 0,5 miljarder ungerska forint: 0 %.
 - För den del av omsättningen som ligger mellan 0,5 miljarder och 5 miljarder ungerska forint: 1 %.
 - För den del av omsättningen som ligger mellan 5 miljarder och 10 miljarder ungerska forint: 10 %.
 - För den del av omsättningen som ligger mellan 10 miljarder och 15 miljarder ungerska forint: 20 %.
 - För den del av omsättningen som ligger mellan 15 miljarder och 20 miljarder ungerska forint: 30 %.
 - För den del av omsättningen som överstiger 20 miljarder ungerska forint: 50 %.
- (14) Den översta skatteklassen utökades från 40 % till 50 % från och med den 1 januari 2015 genom lag LXXIV av år 2014 om ändring av vissa skatter och därmed tillhörande lagstiftning och lag CXXII av år 2010 om det nationella skatte- och tullverket, genom vilka *lagen* ändrades.

2.3 AVDRAG AV FÖRLUSTER SOM ÖVERFÖRTS FRÅN 2014 ÅRS BESKATTNINGSUUNDERLAG

- (15) Enligt *lagen* ska bolagen kunna dra av 50 % från 2014 års beskattningsunderlag av förluster som överförts från tidigare år genom bolagsskatt och utdelningsskatt eller personlig inkomstskatt.

- (16) Genom en ändring av lagen den 4 juli 2014 begränsas detta avdrag till bolag som inte gick med vinst år 2013 (dvs. endast om vinstbeloppet före skatt för räkenskapsåret 2013 var noll eller negativt). Därför är bolag som förde över förluster från föregående år, men som gick med vinst år 2013, inte berättigade till avdraget. Enligt Ungern är syftet med ändringen att förhindra skatteflykt och kringgående av skatteskyldigheter.
- (17) Möjligheten att dra av förluster som överförts från tidigare räkenskapsår gäller endast den skatt som ska betalas för år 2014. Den gäller inte den skatt som ska betalas för år 2015 eller efterföljande år.

2.4 BERÄKNING AV SKATTESKULD OCH DEKLARATION

- (18) Enligt lagen ska skattebetalaren beräkna sin skatteskuld genom självbedömning och skicka in en deklARATION till skattemyndigheten senast den sista dagen i den femte månaden efter beskattningsåret.

2.5 BETALNING AV SKATTEN

- (19) I lagen föreskrivs att skattebetalaren ska beräkna och deklarerera sin skatteskuld och betala skatten senast den sista dagen i den femte månaden efter beskattningsåret.
- (20) För år 2014 skulle skatten betalas proportionellt från lagens ikraftträdande den 18 juli 2014 på grundval av reklamomsättningen år 2014. Skattebetalaren var tvungen att räkna ut och deklarerera ett förskott på skatten för år 2014 (på grundval av reklamomsättningen år 2013) senast den 20 augusti 2014, och betala skatten i två lika stora delar senast den 20 augusti 2014 och den 20 november 2014.
- (21) Enligt preliminära uppgifter som lämnats av de ungerska myndigheterna, fram till den 28 november 2014, uppbars totalt 2 640 100 000 ungerska forint (cirka 8 500 000 euro) i form av förskottsbetalning för år 2014. Ungefär 80 % av de totala skatteintäkter som uppbars i form av dessa förskottsbetalningar betalades av samma företagsgrupp.

2.6 ÄNDRINGARNA SOM INFÖRDES GENOM LAG LXII AV ÅR 2015 AV DEN 4 JUNI 2015

- (22) Genom lag LXII av år 2015 av den 4 juni 2015, efter det att beslutet att inleda förfarandet hade antagits, ändrade Ungern lagen om reklamskatt genom att ersätta den progressiva skalan med sex skattesatser från 0 % till 50 % med ett system med dubbla satser enligt följande:
- En skattesats på 0 % på den del av omsättningen som inte överstiger 100 miljoner ungerska forint.
 - En skattesats på 5,3 % på den omsättning som överstiger 100 miljoner ungerska forint.
- (23) Genom ändringen införs en frivillig retroaktiv tillämpning tillbaka till den tidpunkt då lagen trädde i kraft år 2014. Med andra ord kan skattebetalarna välja om de vill betala skatt för tidigare år enligt det nya systemet med dubbla satser eller den gamla progressiva skalan med sex skattesatser.
- (24) Bestämmelserna om avdrag från 2014 års beskattningsunderlag av förluster som överförts från tidigare år, som endast gäller bolag som inte gick med vinst år 2013, förblir oförändrade.

3. DET FORMELLA GRANSKNINGSFÖRFARANDET

3.1 SKÄL TILL ATT INLEDA DET FORMELLA GRANSKNINGSFÖRFARANDET

- (25) Kommissionen inledde det formella granskningsförfarandet eftersom den i detta skede ansåg att skattesatsernas progressivitet och bestämmelserna om avdrag för förluster som överförts från beskattningsunderlaget enligt föreskrifterna i lagen utgjorde statligt stöd.

- (26) Kommissionen ansåg att de progressiva skattesatserna gjorde åtskillnad mellan företag med höga reklamintäkter (och därmed större företag) och företag med låga reklamintäkter (och därmed mindre företag), vilket medförde en selektiv fördel för de senare på grund av deras storlek. Kommissionen tvivlade på att betalningsförmågan, vilken Ungern har hänvisat till, skulle kunna fungera som vägledande princip för omsättningskatter. Kommissionen ansåg därför preliminärt att reklamskattesatsernas progressiva karaktär i enlighet med lagen utgjorde statligt stöd, eftersom alla andra kriterier för en sådan bedömning tycktes vara uppfyllda.
- (27) Kommissionen ansåg också att de bestämmelser i lagen som gör det möjligt att dra av tidigare förluster som förts över i enlighet med lagen om bolagsskatt och utdelningsskatt eller lagen om personlig inkomstskatt och, i synnerhet, den begränsning till företag som inte gick med vinst år 2013, gör åtskillnad mellan företag som mot bakgrund av en omsättningsbaserad skatt är i en jämförbar situation. Den ansåg vidare att bestämmelserna verkar medföra en selektiv fördel för företag som inte gick med vinst år 2013 jämfört med företag som inte gick med vinst åren dessförinnan eller som aldrig hade gått med förlust. Kommissionen ansåg att denna särbehandling inte kunde motiveras av skattesystemets karaktär och logik, i synnerhet eftersom Ungern har hävdat att reklamskatten baseras på idén att blotta inkasseringen av reklamintäkter motiverar beskattning. Kommissionen ansåg därför att dessa bestämmelser utgjorde statligt stöd, eftersom alla andra kriterier för en sådan bedömning tycktes vara uppfyllda.
- (28) Åtgärderna föreföll inte vara förenliga med den inre marknaden.

3.2 SYNUNKTER FRÅN BERÖRDA PARTER

- (29) Kommissionen tog emot synpunkter från tre berörda parter.
- (30) *Hungarian Advertising Association* (Ungerska reklamförbundet) beskrev reklambranschens tillstånd i Ungern och uttryckte farhågor om reklamskatten som sådan. Förbundet anser att skatten lägger en extra börda på en bransch som redan har drabbats hårt av minskande intäkter. Det påpekar även att en reklamskatt för små medieföretag kan driva bort dessa företag från marknaden på grund av deras små vinstmarginaler.
- (31) TV2, ett privat TV-bolag baserat i Ungern, hade endast synpunkter på möjligheten att dra av tidigare förluster som förts över för affärsmässiga eller personliga skatteändamål. TV2 anser att bestämmelsen om avräkning av tidigare förluster inte är selektiv, eftersom det ligger inom ramen för en medlemsstats bedömningsutrymme att utforma en omsättningsbaserad skatt och samtidigt ta hänsyn till delar av en skatt som baseras på betalningsförmåga. Om kommissionen anser att det finns inslag av selektivitet i bestämmelserna om avdrag av tidigare förluster kan detta endast gälla den ytterligare begränsning till bolag som inte gick med vinst år 2013, och inte den allmänna bestämmelse som medger avdrag för tidigare förluster.
- (32) RTL instämmer i kommissionens bedömning avseende beslutet om att inleda ett förfarande. Företaget framförde synpunkten att reklamskatten skapar ytterligare två inslag av selektivitet: i) Skatten kommer att gynna offentliga TV-bolag framför kommersiella, eftersom de förstnämnda enligt uppgift främst finansieras genom statliga medel och därför påverkas av skatten i mindre utsträckning. ii) Skatten kommer att gynna ungerska TV-bolag framför internationella aktörer, eftersom ungerska TV-bolag enligt uppgift har lägre reklamintäkter än de större internationella aktörerna.

3.3 DE UNGERSKA MYNDIGHETERNAS STÅNDPUNKT

- (33) De ungerska myndigheterna bestrider att åtgärderna utgör stöd. I huvudsak hävdar de att betalningsförmågan inte bara återspeglas i ett företags lönsamhet, utan även i dess marknadsandel och därigenom dess omsättning. Ungern hävdar att progressiva skattesatser för en omsättningsbaserad skatt motiveras av betalningsförmågan och att det är den nationella behörigheten som ska definiera exakta skatteklasser. Ungern anser även att övergångsbestämmelsen för bolag som inte gick med vinst år 2013 är motiverad, eftersom skattebördan för dessa företag hade varit för hög utan denna åtgärd.

- (34) Ungern bestrider i synnerhet skattesystemets selektiva karaktär genom att hävda att det inte förekommer någon avvikelse från referenssystemet, eftersom referenssystemet när det gäller progressiva skatter utgörs av en kombination av beskattningsunderlaget och motsvarande skattesatser. Därför är bolag som är i samma rättsliga och faktiska situation (som har samma beskattningsunderlag) föremål för samma skattebelopp.

3.4 KOMMENTARER FRÅN UNGERN PÅ DE BERÖRDA PARTERNAS SYNPUNKTER

- (35) Ungern konstaterade att Hungarian Advertisement Association i sina synpunkter beskriver den ungerska reklammarknadens funktion på ett korrekt sätt och, framför allt, drar slutsatsen att mindre företag och nya aktörer har sämre förutsättningar än större företag med högre omsättning. Därför är de mindre aktörernas ställning på reklammarknaden inte jämförbar med förutsättningarna för de större utgivarna, vilka har förmågan att betala mer och borde ha en progressivt högre skattebörd.
- (36) Ungern håller med om synpunkterna från TV2 och påpekar att det följer av EU-domstolens dom i Gibraltar-målet att lönsamhet som beskattningskriterium utgör en allmän skatteåtgärd eftersom den är resultatet av ett slumpmässigt faktum.
- (37) Ungern håller inte med om de argument som framfördes av RTL av samma skäl som redan har förklarats i tidigare kommentarer. Ungern förklarar vidare att offentliga och kommersiella TV-bolag behandlas jämligt i lagen och att all publicering av reklam mot ersättning omfattas av samma skattskyldighet.

4. BEDÖMNING AV STÖDET

4.1 FÖREKOMST AV STATLIGT STÖD I DEN MENING SOM AVSES I ARTIKEL 107.1 I EUF-FÖRDRAGET

- (38) Artikel 107.1 i EUF-fördraget lyder enligt följande: Om inte annat föreskrivs i fördragen, är stöd som ges av en medlemsstat eller med hjälp av statliga medel, av vilket slag det än är, som snedvrider eller hotar att snedvrider konkurrensen genom att gynna vissa företag eller viss produktion, oförenligt med den inre marknaden i den utsträckning det påverkar handeln mellan medlemsstaterna.
- (39) Om en åtgärd ska räknas som stöd i den mening som avses i denna bestämmelse måste därför följande kumulativa villkor uppfyllas: i) Åtgärden måste kunna hänföras till staten och finansieras med hjälp av statliga medel. ii) Åtgärden måste innebära en fördel för mottagaren. iii) Fördelen måste vara selektiv. iv) Åtgärden måste snedvrider eller hota att snedvrider konkurrensen och påverka handeln mellan medlemsstaterna.

4.1.1 STATLIGA MEDEL OCH STATENS ANSVAR

- (40) För att utgöra statligt stöd måste en åtgärd kunna tillskrivas en medlemsstat och finansieras med hjälp av statliga medel.
- (41) Eftersom de omtvistade åtgärderna är resultatet av en lag som införts av det ungerska parlamentet kan de otvetydigt tillskrivas den ungerska staten.
- (42) Vad gäller åtgärdens finansiering med hjälp av statliga medel, där resultatet av åtgärden är att staten avstår från intäkter som den hade varit tvungen att samla in från ett företag under normala omständigheter, har även det villkoret uppfyllts⁽⁴⁾. I föreliggande fall avstår Ungern från medel som landet annars hade varit tvunget att uppbära från företaget med en lägre nivå av relevant omsättning (och därmed mindre företag) om de hade omfattats av samma skattenivå som företag med högre omsättning (och därmed större företag).

4.1.2 FÖRDEL

- (43) Enligt EU-domstolarnas rättspraxis omfattar begreppet stöd inte bara positiva förmåner, utan även åtgärder som, på olika sätt, minskar de kostnader som normalt ingår i ett företags budget⁽⁵⁾. En fördel kan beviljas genom olika typer av minskning av ett företags skattebörd och, i synnerhet, genom en minskning av den tillämpliga

⁽⁴⁾ Mål C-83/98 P, Frankrike mot Ladbroke Racing Ltd och kommissionen, EU:C:2000:248 och EU:C:1999:577, punkterna 48–51. På samma sätt kan en åtgärd som innebär att vissa företag får sänkt skatt eller kan skjuta upp inbetalningen av skatt som normalt ska betalas utgöra statligt stöd, se de förenade målen C-78/08 till C-80/08, Paint Graphos m.fl., punkt 46.

⁽⁵⁾ Mål C-143/99, Adria-Wien Pipeline, EU: C: 2001:598, punkt 38.

skattesatsen, beskattningsunderlaget eller det skattebelopp som ska betalas in ⁽⁶⁾. Även om en skattenedsättning inte omfattar någon positiv överföring av medel från staten ger den upphov till en fördel på grund av det faktum att den ger de berörda företagen en mer fördelaktig finansiell ställning och leder till en inkomstförlust för staten ⁽⁷⁾.

- (44) Genom lagen fastställs progressiva skattesatser som gäller för den årliga omsättning som härrör från publiceringen av reklamannonser i Ungern beroende på vilken skatteklass som gäller för ett företags omsättning. Den progressiva karaktären av dessa skattesatser medför att andelen skatt som påförs ett företags omsättning ökar progressivt beroende på antalet skatteklasser som omsättningen faller inom. Detta får till följd att företag med låg omsättning (mindre företag) beskattas med en väsentligt lägre genomsnittlig skattesats än företag med hög omsättning (större företag). Beskattningen med denna väsentligt lägre genomsnittliga skattesats minskar de kostnader som företag med låg omsättning måste bära jämfört med företag med hög omsättning, och den utgör därför en fördel som gynnar mindre företag framför större företag i den mening som avses i artikel 107.1 i fördraget.
- (45) På samma sätt utgör möjligheten som föreskrivs i lagen att dra av förluster som överförts för affärsmässiga eller personliga skatteändamål en fördel för de företag som inte gick med vinst år 2013, eftersom den minskar deras beskattningsunderlag och därigenom deras skattebörda jämfört med företag som inte kan dra nytta av avdragsreglerna.

4.1.3 SELEKTIVITET

- (46) En åtgärd är selektiv om den gynnar vissa företag eller produktionen av vissa varor i den mening som avses i artikel 107.1 i fördraget. När det gäller skattebestämmelserna har EU-domstolen fastslagit att en åtgärds selektivitet i princip kan bedömas med hjälp av en analys i tre steg ⁽⁸⁾. För det första ska det allmänna eller normala skattesystem som tillämpas i medlemsstaten identifieras: dvs. "referenssystemet". För det andra bör det fastställas huruvida en viss åtgärd utgör ett undantag från detta system i den mån den gör åtskillnad mellan ekonomiska aktörer som, mot bakgrund av systemets egentliga syften, är i en jämförbar faktisk och rättslig situation. Om åtgärden i fråga inte utgör något undantag från referenssystemet är den inte selektiv. Om den utgör ett undantag (och därför är selektiv vid första påseendet) måste det fastställas, i det tredje steget av analysen, huruvida åtgärden motiveras av karaktären eller den allmänna ordningen i referensskattesystemet ⁽⁹⁾. Om en åtgärd som förefaller vara selektiv vid första påseendet motiveras av karaktären eller den allmänna ordningen i systemet kommer den inte att anses vara selektiv, och den kommer därför att falla utanför tillämpningsområdet för artikel 107.1 i fördraget.

4.1.3.1 Referenssystemet

- (47) Referenssystemet utgör en ram gentemot vilken en åtgärds selektivitet kan bedömas.
- (48) I det aktuella fallet är referenssystemet tillämpningen av en särskild reklamskatt på omsättning som härrör från tillhandahållandet av reklamtjänster, dvs. hela den ersättning som erhålls av utgivaren för publiceringen av reklamannonser, utan avdrag för eventuella kostnader. Kommissionen anser inte att reklamskattens progressiva satsstruktur kan utgöra en del av detta referenssystem.
- (49) Som EU-domstolen har fastställt ⁽¹⁰⁾ är det inte alltid tillräckligt att begränsa analysen av selektiviteten till huruvida en åtgärd avviker från referenssystemet enligt medlemsstatens definition. Det är också nödvändigt att utvärdera huruvida gränserna för detta system har utformats av medlemsstaten på ett konsekvent sätt eller, tvärtom, på ett uppenbart godtyckligt eller partiskt sätt, för att gynna vissa företag framför andra. I stället för att

⁽⁶⁾ Se mål C-66/02, Italien mot kommissionen, EU: C: 2005:768, punkt 78; mål C-222/04, Cassa di Risparmio di Firenze m.fl., EU: C: 2006:8, punkt 132; mål C-522/13, Ministerio de Defensa och Navantia, EU: C: 2014:2262, punkterna 21 till 31. Se även punkt 9 i kommissionens meddelande om tillämpningen av reglerna om statligt stöd på åtgärder som omfattar direkt beskattning av företag (EGT C 384, 10.12.1998, s. 3).

⁽⁷⁾ De förenade målen C-393/04 och C-41/05, Air, Air Liquide Industries Belgium, EU: C: 2006:403 och EU: C: 2006:216, punkt 30 och mål C-387/92, Banco Exterior de España, EU: C: 1994:100, punkt 14.

⁽⁸⁾ Se till exempel mål C-279/08 P, kommissionen mot Nederländerna (NO.), EU:C:2011:551, mål C-143/99, Adria-Wien Pipeline, EU: C: 2001:598, de förenade målen C-78/08 till C-80/08, Paint Graphos m.fl., EU:C:2011:550 och EU:C:2010:411, mål C-308/01, GIL Insurance, EU:C:2004:252 och EU:C:2003:481.

⁽⁹⁾ Kommissionens meddelande om tillämpningen av reglerna om statligt stöd på åtgärder som omfattar direkt beskattning av företag.
⁽¹⁰⁾ De förenade målen C-106/09 P och C-107/09 P, kommissionen och Spanien mot Government of Gibraltar och Förenade kungariket, EU:C:2011:732.

fastställa allmänna regler som gäller alla företag och från vilka undantag görs för vissa företag kan medlemsstaten annars uppnå samma resultat, och förbigå reglerna för statligt stöd, genom att justera och kombinera sina regler på ett sådant sätt att enbart deras tillämpning leder till olika bördor för olika företag ⁽¹¹⁾. I detta avseende är det särskilt viktigt att påpeka att EU-domstolen konsekvent har framhållit att artikel 107.1 i EUF-fördraget inte skiljer mellan statliga åtgärder med hänvisning till deras orsaker eller syften, utan definierar dem i förhållande till deras effekter, och därigenom oberoende av vilka tekniker som används ⁽¹²⁾.

- (50) Den progressiva skattestruktur som införts genom lagen verkar vara medvetet utformad av Ungern för att gynna vissa företag framför andra. Inom ramen för den progressiva skattestruktur som införts genom lagen omfattas företag som publicerar reklamannonser av olika skattesatser som ökar progressivt från 0 % upp till 50 % beroende på vilka skatteklasser som gäller för företagens omsättning. Följaktligen gäller olika genomsnittliga skattesatser för företag som omfattas av reklamskatten beroende på storleken på deras omsättning.
- (51) Effekten av den progressiva skattestruktur som införts genom lagen är därför att olika företag omfattas av olika skattenivåer (uttryckt som en andel av deras totala årliga reklamomsättning) beroende på deras storlek, eftersom storleken på den reklamomsättning som uppnås av ett företag i viss utsträckning hänger ihop med företagets storlek.
- (52) Eftersom alla företag beskattas med olika skattesatser är det inte möjligt för kommissionen att identifiera någon enskild referenssats i reklamskatten. Ungern angav ingen specifik skattesats som referenssats eller "normal" skattesats och förklarade varken varför en högre skattesats är motiverad för företag med hög omsättning eller varför lägre skattesatser ska gälla för företag med lägre reklamomsättning.
- (53) Det angivna syftet med reklamskatten är att främja principen om gemensam ansvarsfördelning. Mot bakgrund av detta mål anser kommissionen att alla aktörer som omfattas av reklamskatten är i en jämförbar rättslig och faktisk situation. Följaktligen bör alla aktörer, om inte annat vederbörligen motiveras, behandlas på samma sätt och betala samma andel av sin omsättning, oavsett storleken på omsättningen. Kommissionen påpekar att följden av tillämpningen av en enda skattesats för alla aktörer är att företag med högre omsättning bidrar mer till statsbudgeten än de som har låg omsättning. Ungern har inte lagt fram några övertygande argument som motiverar åtskillnaden mellan dessa typer av företag genom att progressivt lägga en proportionellt högre skattebörd på de företag som har högre omsättning. Ungern har därför medvetet utformat reklamskatten på ett sådant sätt att den godtyckligt gynnar vissa företag, nämligen de som har lägre omsättning (och därmed mindre företag), och missgynnar andra, nämligen större företag ⁽¹³⁾.
- (54) Referenssystemet är därför avsiktligt selektivt på ett sätt som inte är motiverat mot bakgrund av syftet med reklamskatten, vilket är att främja principen om gemensam ansvarsfördelning och uppbära medel till statsbudgeten.
- (55) På samma sätt kan möjligheten att dra av tidigare förluster som har överförts från 2014 års beskattningsunderlag för affärsmässiga eller personliga skatteändamål inte anses vara en del av referenssystemet i detta fall av minst två orsaker. Å ena sidan baseras skatten på beskattningen av omsättning till skillnad från vinstbaserad skatt, vilket betyder att kostnader normalt sett inte är avdragsgilla från beskattningsunderlaget för en omsättningsskatt. I detta fall har de ungerska myndigheterna inte kunnat förklara hur denna möjlighet till avdrag för kostnader kan kopplas till omsättningsskattens syfte eller karaktär. Å andra sidan erbjuds möjligheten till avdrag endast för de företag som inte gick med vinst år 2013. Detta är inte någon allmän avdragsregel, och möjligheten till avdrag verkar vara godtycklig eller åtminstone inte tillräckligt konsekvent för att ingå i referenssystemet.
- (56) Enligt kommissionens uppfattning borde referenssystemet för beskattning av reklamomsättning vara en skatt på reklamomsättning som uppfyller reglerna för statligt stöd, dvs. där

— reklamomsättningar är föremål för samma (enskilda) skattesats, och

— ingen annan del bibehålls eller införs på ett sätt som ger vissa företag en selektiv fördel.

⁽¹¹⁾ Ibid, punkt 92.

⁽¹²⁾ Mål C-487/06 P, British Aggregates mot kommissionen, EU:C:2008:757, punkterna 85 och 89 och angiven rättspraxis samt mål C-279/08 P, kommissionen mot Nederländerna (NO₂), EU:C:2011:551, punkt 51.

⁽¹³⁾ De förenade målen C-106/09 P och C-107/09 P, kommissionen och Spanien mot Government of Gibraltar och Förenade kungariket, EU:C:2011:732.

4.1.3.2 *Undantag från referenssystemet*

- (57) Som ett andra steg är det nödvändigt att bestämma huruvida åtgärden utgör ett undantag från referenssystemet till förmån för vissa företag som är i en liknande faktisk och rättslig situation mot bakgrund av referenssystemets egentliga syften.
- (58) Progressiviteten i reklamskattens satsstruktur skapar en differentiering bland de företag som bedriver verksamhet med att publicera reklamannonser i Ungern på grundval av omfattningen av deras reklamverksamhet, vilken återspeglas i reklamomsättningen.
- (59) På grund av den progressiva karaktären hos de skattesatser som föreskrivs i lagen är företag med en omsättning som motsvarar en lägre skatteklass föremål för en avsevärt lägre beskattning än företag med en omsättning som motsvarar en högre skatteklass. Som en följd av detta omfattas företag med låg omsättning av både avsevärt lägre marginalskattesatser och avsevärt lägre genomsnittliga skattesatser jämfört med företag med hög omsättning, vilket innebär avsevärt lägre beskattning av samma verksamhet. Kommissionen konstaterar framför allt att beskattningen av omsättningen för företag med högre reklamomsättning som faller inom de översta skatteklasserna (30 %/40 %/50 %) är exceptionellt hög och därför leder till särbehandling i mycket väsentlig grad.
- (60) Dessutom visar de uppgifter om förskottsbetalningen av skatt som de ungerska myndigheterna lämnade den 17 februari 2015 att de skattesatser på 30 % och 40/50 % för reklamomsättning som motsvarar de två högsta skatteklasserna i praktiken endast tillämpades på ett enda företag år 2014 och att detta företag har betalat cirka 80 % av de totala intäkterna från förskottsbetalningar av skatt som den ungerska staten har uppburit. Dessa siffror visar tydligt effekterna av särbehandlingen av olika företag inom ramen för lagen och den selektiva karaktären hos de progressiva skattesatserna.
- (61) Därför anser kommissionen att den progressiva satsstruktur som införts genom lagen avviker från referenssystemet genom införandet av en reklamskatt för alla aktörer som är delaktiga i publiceringen av reklamannonser i Ungern till fördel för företag med lägre omsättning.
- (62) Kommissionen anser även att möjligheten för företag som inte gick med vinst år 2013 att dra av tidigare förluster som överförs från 2014 års beskattningsunderlag för affärsmässiga eller personliga skatteändamål avviker från referenssystemet, dvs. från den allmänna regeln att operatörerna ska beskattas på grundval av deras reklamomsättning. Skatten baseras på beskattningen av omsättningen till skillnad från en vinstbaserad skatt, vilket betyder att kostnaderna normalt sett inte är avdragsgilla från beskattningsunderlaget för en omsättningsskatt.
- (63) Framför allt innebär begränsningen av avdraget för förluster till företag som inte gick med vinst år 2013 en åtskillnad mellan, å ena sidan, företag som hade förluster som överförts till efterföljande räkenskapsår och inte gick med vinst år 2013 och, å andra sidan, företag som gick med vinst år 2013 men kunde ha haft förluster som överförts från tidigare räkenskapsår. Dessutom innebär bestämmelsen inte en begränsning av de förluster som kan avräknas mot reklamskatten till de som uppstått år 2013, utan gör det möjligt för ett företag som inte gick med vinst år 2013 att även använda förluster som överförts från tidigare räkenskapsår. Vidare anser kommissionen att möjligheten att dra av förluster som redan existerade vid den tidpunkt då lagen om reklamskatt antogs medför selektivitet eftersom godkännandet av ett sådant avdrag kan gynna vissa företag som har fört över stora förluster.
- (64) Kommissionen anser att de bestämmelser i lagen som gör det möjligt – enligt de villkor som fastställs i lagen – att dra av förluster som överförts från tidigare räkenskapsår gör åtskillnad mellan företag som är i en jämförbar rättslig och faktisk situation mot bakgrund av syftet med den ungerska reklamskatten.
- (65) Därför anser kommissionen av åtgärderna är selektiva vid första påseendet.

4.1.3.3 *Motivering av skattesystemets karaktär och allmänna struktur*

- (66) En åtgärd som avviker från referenssystemet är inte selektiv om den motiveras av systemets karaktär och allmänna struktur. Detta är fallet om åtgärden är ett resultat av inbyggda mekanismer som är nödvändiga för systemets funktion och effektivitet⁽¹⁴⁾. Det är medlemsstatens skyldighet att motivera detta.

⁽¹⁴⁾ Se till exempel de förenade målen C-78/08 till C-80/08, *Paint Graphos m.fl.*, EU:C:2011:550 och EU:C:2010:411, punkt 69.

Progressiviteten i skattesatserna

- (67) De ungerska myndigheterna har hävdad att omsättningen och storleken på företaget avspeglar företagets betalningsförmåga, vilket innebär att ett företag med hög reklamomsättning har en bättre betalningsförmåga än ett företag med lägre reklamomsättning. Kommissionen anser att den information som har lämnats av Ungern varken bekräftar att omsättningen för en grupp av företag är ett bra mått på dess betalningsförmåga eller att skattens progressivitet är motiverad av skattesystemets karaktär och allmänna struktur.
- (68) Det är en naturlig följd av omsättningsbaserade skatter (med en enda skattesats) att ju större omsättning ett företag har, desto mer skatt betalar det. Till skillnad från skatter som baseras på vinst⁽¹⁵⁾ är en omsättningsbaserad skatt emellertid inte avsedd att ta hänsyn till – och tar faktiskt inte hänsyn till – några av de kostnader som uppstått vid genereringen av omsättningen. I avsaknad av specifika uppgifter som bevisar motsatsen kan därför nivån på den omsättning som har genererats inte per automatik anses avspegla företagets betalningsförmåga. Ungern har inte kunnat bevisa att det påstådda sambandet mellan omsättning och betalningsförmåga faktiskt finns eller att ett sådant samband skulle avspeglas korrekt i skattesatsernas progressivitet (från 0 % till 50 % av omsättningen) i reklamskatten.
- (69) Kommissionen anser att progressiva satser för skatter på omsättning endast kan motiveras i exceptionella fall, det vill säga om det specifika syftet med skatten verkligen kräver progressiva skattesatser. Progressiva omsättningsskatter kan, till exempel, motiveras om de externa effekter som skapas av en verksamhet som skatten är tänkt att åtgärda också ökar progressivt – dvs. mer än proportionellt – med dess omsättning. Ungern har emellertid inte tillhandahållit någon motivering av skattens progressivitet baserat på de externa effekter som kan skapas vid reklamannonsering.

Avdrag av överförda förluster

- (70) När det gäller möjligheten att dra av förluster som förts över från tidigare räkenskapsår för företag som inte gick med vinst år 2013 kan sådana avdrag inte motiveras som en åtgärd för att förhindra skatteflykt och kringgående av skatteskuldigheter. Genom åtgärden införs en godtycklig uppdelning mellan två grupper av företag som är i en jämförbar rättslig och faktisk situation. Eftersom uppdelningen är godtycklig och inte överensstämmer med karaktären hos en omsättningsbaserad skatt, såsom beskrivs i skälen 62 och 63, kan den inte anses vara en konsekvent åtgärd mot missbruk som motiverar en särbehandling.

Slutsats om motiveringen

- (71) Som en följd av detta anser kommissionen att betalningsförmågan inte kan tjäna som en vägledande princip för den ungerska skatten på reklamomsättning. Följaktligen anser kommissionen inte att åtgärderna är motiverade av skattesystemets karaktär och allmänna uppbyggnad. Därför medför åtgärderna en selektiv fördel för reklamföretag med en lägre omsättningsnivå (och därigenom mindre företag), liksom för företag som inte gick med vinst år 2013 och kunde dra av förluster som förts över från 2014 års beskattningsunderlag.

4.1.4 MÖJLIG SNEDVRIDNING AV KONKURRENSEN OCH EFFEKTEN PÅ HANDELN INOM UNIONEN

- (72) Enligt artikel 107.1 i EUF-fördraget måste en åtgärd snedvrیدا eller hota att snedvrیدا konkurrensen och påverka handeln inom unionen för att utgöra statligt stöd.
- (73) Åtgärderna gäller alla företag vars omsättning härrör från publiceringen av reklamannonser i Ungern. Den ungerska reklammarknaden är öppen för konkurrens och kännetecknas av närvaron av aktörer från andra medlemsstater, vilket betyder att allt stöd som gynnar vissa reklamföretag kan påverka handeln inom unionen. Faktum är att åtgärderna har en inverkan på konkurrenssituationen för de företag som omfattas av skatten. Åtgärderna befriar företag med en lägre omsättning och företag som inte gick med vinst år 2013 från en skatt som de hade varit skyldiga att betala om de hade omfattats av samma reklamskatt som företag med en hög omsättning och/eller företag som gick med vinst år 2013. Det stöd som beviljas inom ramen för dessa åtgärder utgör därför driftstöd, såtillvida att det befriar dessa företag från en kostnad som de annars hade varit tvungna att

⁽¹⁵⁾ Se kommissionens meddelande om tillämpningen av reglerna om statligt stöd på åtgärder som omfattar direkt beskattning av företag, punkt 24. Uttalandet om omfördelningssyftet som kan motivera en progressiv skattesats gäller uttryckligen endast skatter på vinster eller (netto-)inkomst, och inte skatter på omsättning.

bära i sin dagliga förvaltning eller normala verksamhet. EU-domstolen har konsekvent framhållit att driftstöd snedvrider konkurrensen, ⁽¹⁶⁾ vilket innebär att allt stöd om beviljas till dessa företag kan anses snedvrیدا eller hota att snedvrیدا konkurrensen genom att stärka deras finansiella ställning på den ungerska reklammarknaden. Detta betyder att åtgärderna snedvrider eller hotar att snedvrیدا konkurrensen och påverkar handeln inom unionen.

4.1.5 SAMMANFATTNING

- (74) Eftersom alla de villkor som fastställs i artikel 107.1 i EUF-fördraget är uppfyllda drar kommissionen slutsatsen att den reklamskatt som omfattar en struktur med progressiva skattesatser och den begränsning av möjligheten att dra av förluster som överförs från 2014 års beskattningsunderlag till företag som inte gick med vinst år 2013 utgör statligt stöd i den mening som avses i denna bestämmelse.

4.2 STÖDETS FÖRENLIGHET MED DEN INRE MARKNADEN

- (75) Statligt stöd ska anses vara förenligt med den inre marknaden om det omfattas av någon av de kategorier som förtecknas i artikel 107.2 i EUF-fördraget ⁽¹⁷⁾, och det kan anses vara förenligt med den inre marknaden om kommissionen konstaterar att det omfattas av någon av de kategorier som förtecknas i artikel 107.3 i EUF-fördraget ⁽¹⁸⁾. Det är emellertid den medlemsstat som beviljar stödet som måste bevisa att det statliga stöd som har beviljats är förenligt med den inre marknaden i enlighet med artikel 107.2 eller 107.3 i EUF-fördraget ⁽¹⁹⁾.
- (76) Kommissionen konstaterar att de ungerska myndigheterna inte har lagt fram något argument som skulle kunna bevisa att åtgärderna är förenliga med den inre marknaden och att Ungern inte har framfört några synpunkter på de tvivel som uttrycktes i beslutet att inleda ett förfarande när det gäller åtgärdernas förenlighet. Kommissionen anser att inget av de undantag som föreskrivs i de ovannämnda bestämmelserna i EUF-fördraget är tillämpligt, eftersom åtgärderna inte verkar syfta till att uppnå något av de mål som förtecknas i dessa bestämmelser.
- (77) Åtgärderna kan följaktligen inte anses vara förenliga med den inre marknaden.

4.3 EFFEKTERNA AV 2015 ÅRS ÄNDRING AV REKLAMSKATTEN PÅ BEDÖMNINGEN AV STATLIGT STÖD

- (78) Den reklamskatt som infördes genom lag XXII av år 2014 – som beskrivs i beslutet att inleda förfarandet – upphörde att gälla från och med den dag då kommissionen fattade beslut om att inleda det formella granskningsförfarandet och utfärda ett föreläggande om att avbryta utbetalningen av ett stöd. Reklamskatten från år 2014 ändrades emellertid av de ungerska myndigheterna i juni 2015, utan föregående anmälan och/eller godkännande av kommissionen, och därför fortsatte skatten att vara tillämplig i sin ändrade version. Kommissionen anser att den ändrade versionen av reklamskatten utgår från samma principer som den ursprungliga skatten och – åtminstone till viss del – innehåller samma funktioner som beskrivs i beslutet att inleda förfarandet, vilket ledde till att kommissionen inledde ett formellt granskningsförfarande. Som en följd av detta anser kommissionen att den ändrade versionen av reklamskatten omfattas av beslutet att inleda förfarandet. I detta avsnitt gör kommissionen en bedömning av huruvida – och i vilken utsträckning – den ändrade versionen av skatten påverkar de tvivel som uttrycks i beslutet att inleda förfarandet när det gäller den ursprungliga reklamskatten.
- (79) Även om 2015 års ändring är avsedd att åtgärda några av de farhågor om statligt stöd som uttrycks av kommissionen i beslutet att inleda förfarandet behandlas inte alla aspekter fullständigt.

⁽¹⁶⁾ Mål C-172/03, Heiser, EU:C:2005:130, punkt 55. Se även mål C-494/06 P, kommissionen mot Italien och Wam, EU:C:2009:272, punkt 54 och angiven rättspraxis samt C-271/13 P, Rousse Industry mot kommissionen, EU:C:2014:175, punkt 44. De förenade målen C-71/09 P, C-73/09 P och C-76/09 P, Comitato "Venezia vuole vivere" m.fl. mot kommissionen, EU:C:2011:368, punkt 136. Se även mål C-156/98, Tyskland mot kommissionen, EU:C:2000:467, punkt 30 och angiven rättspraxis.

⁽¹⁷⁾ De undantag som föreskrivs i artikel 107.2 i EUF-fördraget gäller a) stöd av social karaktär som ges till enskilda konsumenter, b) stöd för att avhjälpa skador som orsakats av naturkatastrofer eller andra exceptionella händelser, och c) stöd som ges till vissa områden i Förbundsrepubliken Tyskland.

⁽¹⁸⁾ De undantag som föreskrivs i artikel 107.3 i EUF-fördraget gäller a) stöd för att främja utvecklingen i vissa regioner, b) stöd för vissa viktiga projekt av gemensamt europeiskt intresse eller för att avhjälpa en allvarlig störning i en medlemsstats ekonomi, c) stöd för att utveckla vissa näringsverksamheter eller vissa regioner, d) stöd för att främja kultur och bevara kulturarvet, och e) stöd om bestäms genom ett beslut av rådet.

⁽¹⁹⁾ Mål T-68/03, Olympiaki Aeroporia Ypiresies mot kommissionen, EU:T:2007:253, punkt 34.

- (80) För det första innebär den nya satsstrukturen fortfarande undantag för företag (grupper) med en omsättning under 100 miljoner ungerska forint, cirka 325 000 euro (skattesats på 0 %), medan andra företag måste betala 5,3 % för den del av omsättningen som överstiger 100 miljoner ungerska forint. I praktiken betyder detta att progressiviteten bibehålls i beskattningen av bolag med en reklamomsättning som överstiger tröskelvärdet.
- (81) Det nya tröskelvärdet under vilket skattesatsen på 0 % tillämpas (100 miljoner ungerska forint) är lägre än det tröskelvärdet för skattesatsen på 0 % som gällde i enlighet med den gamla lagstiftningen (500 miljoner ungerska forint). Detta leder emellertid till att ett skattebelopp på upp till cirka 17 000 euro per år ($5,3 \% \times 325\ 000$ euro) inte uppburits.
- (82) Kommissionen gav Ungern möjlighet att motivera tillämpningen av en skattesats på 0 % på reklamomsättning som understiger 100 miljoner ungerska forint med stöd av logiken i skattesystemet (t.ex. den administrativa bördan). Ungern presenterade emellertid inte några argument som visar att kostnaden för uppbörden av skatten (den administrativa bördan) uppväger de skattebelopp som uppbärs (upp till cirka 17 000 euro i skatt per år).
- (83) För det andra infördes en valfri retroaktiv tillämpning tillbaka till skattens ikraftträdande år 2014, vilket gör att skattebetalarna kan välja att beräkna sin skatt enligt det nya systemet eller det gamla för de gångna åren.
- (84) Detta betyder i praktiken att bolag som tidigare har omfattats av en skattesats på 0 % eller 1 % inte kommer att beskattas retroaktivt med skattesatsen på 5,3 %, eftersom det är osannolikt att de kommer att välja att betala mer skatt. Valfriheten i den retroaktiva effekten av den ändrade skatten gör därför att vissa bolag kan undkomma betalningen av skatt enligt det nya systemet, vilket ger en ekonomisk fördel för de som väljer att inte betala enligt skattesatsen på 5,3 %.
- (85) För det tredje är möjligheten att dra av tidigare förluster som förts över från 2014 års beskattningsunderlag fortfarande begränsad till bolag som inte gick med vinst år 2013. De farhågor om statligt stöd som uttrycks i beslutet att inleda ett förfarande bemöts därför inte genom det ändrade systemet, utan gäller fortfarande.
- (86) Som en följd av detta anser kommissionen att 2015 års ändringar av lagen om reklamskatt endast delvis löser de problem som angavs i beslutet att inleda ett förfarande angående 2014 års lag om reklamskatt. Den ändrade lagen innehåller i själva verket samma delar som kommissionen ansåg utgöra statligt stöd i det tidigare systemet. Även om antalet tillämpliga skattesatser och skatteklasser har minskat från 6 till 2, och även om den högsta skattesatsen har minskat väsentligt från 50 % till 5,3 %, är skatten fortfarande progressiv, dess progressivitet förblir omotiverad och avdraget för förluster som överförs från tidigare räkenskapsår gäller som tidigare. Denna bedömning är giltig för framtiden, men även för det förflutna, dvs. sedan den ändrade lagens ikraftträdande den 5 juli 2015, och möjligen med retroaktiv verkan tillbaka till lagens ikraftträdande år 2014.
- (87) Därför påverkar 2015 års ändringar av reklamskatten inte kommissionens slutsats att reklamskatten fortfarande innebär olagligt och oförenligt statligt stöd.

4.4 ÅTERBETALNING AV STÖD

- (88) Som redan nämnts i skäl 78 anser kommissionen att beslutet att inleda ett förfarande även omfattar det ändrade systemet. Därför gäller detta beslut den lag om reklamskatt som var gällande vid tidpunkten för beslutet att inleda ett förfarande, dvs. den 12 mars 2015, såväl som dess ändringar av den 5 juni 2015.
- (89) Ändringarna har inte anmälts till kommissionen som heller inte förklarat dem vara förenliga med den inre marknaden. Dessa åtgärder utgör statligt stöd i den mening som avses i artikel 107.1 i EUF-fördraget och nytt stöd i den mening som avses i artikel 1 c i förordning (EU) 2015/1589. Eftersom dessa åtgärder har genomförts i strid med det genomförandeförbud som föreskrivs i artikel 108.3 i EUF-fördraget utgör de även olagligt stöd i den mening som avses i artikel 1 f i förordning (EU) 2015/1589.
- (90) Följden av konstaterandet att åtgärderna utgör olagligt och oförenligt statligt stöd är att stödet måste återkrävas från mottagarna i enlighet med artikel 16 i förordning (EU) 2015/1589.
- (91) Vad gäller skattesatsens progressivitet innebär återkravet av stödet att Ungern måste behandla alla företag på samma sätt och som om de hade omfattats av en enda fast skattesats. Kommissionen anser som utgångspunkt att den enda fasta skattesatsen ska vara 5,3 %, enligt vad som bestämdes av Ungern i den ändrade versionen av

skatten, såvida inte Ungern, inom två månader från dagen för antagandet av detta beslut, beslutar att fastställa en annan nivå för den enda skattesatsen som kommer att gälla retroaktivt för alla företag över hela tillämpningsperioden för reklamskatten (både den ursprungliga och den ändrade versionen) eller att avskaffa reklamskatten retroaktivt från det datum då den trädde i kraft.

- (92) Vad gäller det stöd som har beviljats till företag som inte gick med vinst år 2013 genom avdraget av överförda förluster måste Ungern återkräva skillnaden mellan den skatt som ska betalas vid tillämpning av den fasta skattesatsen på hela reklamomsättningen för de bolag som omfattas av skatten, utan avdrag för förluster, och den skatt som faktiskt har betalats. Denna skillnad motsvarar den skatt som har undvikits efter avdraget.
- (93) Som nämnts i skäl 56 ska referenssystemet för beskattningen av reklamomsättning vara en skatt som innebär att
- alla reklamomsättningar omfattas av skatten (ingen valfrihet), utan avdrag för överförda förluster,
 - omsättningarna omfattas av samma (enskilda) skattesats, som i utgångsläget fastställs till 5,3 %,
 - ingen annan del bibehålls eller införs på ett sätt som ger vissa företag en selektiv fördel.
- (94) När det gäller återkrav betyder detta att det stödbelopp som har tagits emot av bolag med reklamomsättning under perioden mellan ikraftträdandet av reklamskatten år 2014 och det datum då lagen avskaffas eller ersätts med ett system som fullständigt överensstämmer med reglerna för statligt stöd ska beräknas som skillnaden mellan
- å ena sidan, det skattebelopp 1) som företaget skulle ha betalat vid tillämpning av ett referenssystem som fullständigt överensstämmer med reglerna för statligt stöd (med en enda skattesats, i utgångsläget 5,3 % av hela reklamomsättningen utan avdrag för överförda förluster), och
 - å andra sidan, det skattebelopp 2) som företaget var skyldigt att betala eller redan hade betalat.
- (95) Om skillnaden mellan skattebelopp 1) och skattebelopp 2) är positiv ska stödbeloppet återkrävas inklusive återkravsränta från och med det datum då skatten skulle betalas in.
- (96) Stödet behöver inte återkrävas om Ungern avskaffar skattesystemet med retroaktiv verkan från och med det datum då reklamskatten trädde i kraft år 2014. Detta hindrar inte att Ungern för framtida ändamål, t.ex. från och med år 2017, inför ett skattesystem som inte är progressivt och som inte gör åtskillnad mellan de ekonomiska aktörer som omfattas av skatten.

5. SAMMANFATTNING

- (97) Kommissionen konstaterar att Ungern har genomfört stödet i fråga på ett olagligt sätt och i strid med artikel 108.3 i EUF-fördraget.
- (98) Ungern måste antingen avskaffa det olagliga stödsystemet eller ersätta det med ett nytt system som överensstämmer med reglerna för statligt stöd.
- (99) Ungern måste återkräva stödet.
- (100) Kommissionen konstaterar emellertid att den skattemässiga fördelen, dvs. den skatt som har sparats in, till följd av tillämpningen av tröskelvärdet på 100 miljoner ungerska forint kan uppfylla kraven i kommissionens förordning (EU) nr 1407/2013⁽²⁰⁾ (nedan kallad *förordningen om stöd av mindre betydelse*). Taket för det belopp en företagsgrupp kan få är 200 000 euro per treårsperiod, inräknat allt stöd av mindre betydelse. För att uppfylla reglerna för stöd av mindre betydelse måste alla andra villkor som fastställs i förordningen om stöd av mindre betydelse vara uppfyllda. Om den fördel som följer av undantaget uppfyller reglerna för stöd av mindre betydelse ska den inte betraktas som olagligt och oförenligt statligt stöd, och ska inte återkrävas.

⁽²⁰⁾ Kommissionens förordning (EU) nr 1407/2013 av den 18 december 2013 om tillämpningen av artiklarna 107 och 108 i fördraget om Europeiska unionens funktionssätt på stöd av mindre betydelse (EUT L 352, 24.12.2013, s. 1).

(101) Detta beslut antas utan att det påverkar eventuella undersökningar av åtgärdernas efterlevnad av de grundläggande friheter som fastställs i EUF-fördraget, särskilt den etableringsfrihet som garanteras genom artikel 49 i fördraget.

HÄRIGENOM FÖRESKRIVS FÖLJANDE.

Artikel 1

Det statliga stöd som har beviljats enligt den ungerska lagen om reklamskatt – även efter de ändringar som genomfördes den 5 juni 2015 – genom tillämpning av en omsättningsskatt med progressiva skattesatser och möjligheten (för bolag som inte gick med vinst år 2013) att dra av förluster som förts över från 2014 års beskattningsunderlag, och som Ungern har genomfört på olagligt sätt och i strid med artikel 108.3 i fördraget om Europeiska unionens funktionssätt, är oförenligt med den inre marknaden.

Artikel 2

Individuellt stöd som beviljats inom ramen för det system som avses i artikel 1 utgör inte stöd om det, vid den tidpunkt då det beviljas, uppfyller de villkor som föreskrivs genom den förordning som antagits i enlighet med artikel 2 i rådets förordning (EG) nr 994/98 ⁽²¹⁾ eller rådets förordning (EU) 2015/1588 ⁽²²⁾, beroende på vilken som är tillämplig vid den tidpunkt då stödet beviljas.

Artikel 3

Individuellt stöd som beviljats inom ramen för det system som avses i artikel 1 och som, vid den tidpunkt då det beviljas, uppfyller de villkor som föreskrivs genom en förordning som antagits i enlighet med artikel 1 i förordning (EG) nr 994/98, som upphävts och ersatts av förordning (EU) 2015/1588, eller genom något annat godkänt stödssystem, är förenligt med den inre marknaden upp till de högsta tillåtna stödnivåer som gäller för den typen av stöd.

Artikel 4

1. Ungern ska återkräva det oförenliga stöd som har beviljats inom ramen för det system som avses i artikel 1 från stödmottagarna, vilket framgår av skälen 88–95.
2. De belopp som ska återkrävas ska innefatta ränta som löper från den dag då beloppen stod till stödmottagarens förfogande fram till den dag de faktiskt återbetalas.
3. Röntan ska beräknas som en sammansatt ränta i enlighet med kapitel V i kommissionens förordning (EG) nr 794/2004 ⁽²³⁾, i dess ändrade lydelse genom förordning (EG) nr 271/2008 ⁽²⁴⁾.
4. Ungern ska annullera alla utestående betalningar av stöd inom ramen för det system som avses i artikel 1 med verkan från den dag då detta beslut antas.

Artikel 5

1. Återbetalningen av det stöd som har beviljats inom ramen för det system som avses i artikel 1 ska genomföras omedelbart och effektivt.

⁽²¹⁾ Rådets förordning (EG) nr 994/98 av den 7 maj 1998 om tillämpningen av artiklarna 107 och 108 i fördraget om Europeiska unionens funktionssätt på vissa slag av övergripande statligt stöd (EGTL 142, 14.5.1998, s. 1)

⁽²²⁾ Rådets förordning (EU) 2015/1588 av den 13 juli 2015 om tillämpningen av artiklarna 107 och 108 i fördraget om Europeiska unionens funktionssätt på vissa slag av övergripande statligt stöd (EUT L 248, 24.9.2015, s. 1)

⁽²³⁾ Kommissionens förordning (EG) nr 794/2004 av den 21 april 2004 om genomförande av rådets förordning (EU) 2015/1589 om genomförandebestämmelser för artikel 108 i fördraget om Europeiska unionens funktionssätt (EUT L 140, 30.4.2004, s. 1)

⁽²⁴⁾ Kommissionens förordning (EG) nr 271/2008 av den 30 januari 2008 om ändring av förordning (EG) nr 794/2004 om genomförande av rådets förordning (EG) nr 659/1999 om tillämpningsföreskrifter för artikel 93 i EG-fördraget (EUT L 82, 25.3.2008, s. 1)

2. Ungern ska säkerställa att detta beslut genomförs inom fyra månader efter den dag då detta beslut delges.

Artikel 6

1. Inom två månader efter delgivningen av detta beslut ska Ungern lämna in följande uppgifter:
- En förteckning över mottagare av stöd inom ramen för det system som avses i artikel 1 och det totala stödbelopp som har tagits emot av var och en av dem inom ramen för systemet.
 - Det totala belopp (kapital och ränta) som ska återkrävas från var och en av stödmottagarna.
 - En detaljerad beskrivning av de åtgärder som redan har vidtagits och planerats för att uppfylla kraven i detta beslut.
 - Handlingar som visar att stödmottagarna har anmodats att betala tillbaka stödet.
2. Ungern ska informera kommissionen om hur de nationella åtgärder som har vidtagits för att genomföra detta beslut framskrider fram till dess att återbetalningen har slutförts av det stöd som har beviljats inom ramen för det system som avses i artikel 1. Ungern ska på kommissionens begäran omedelbart lämna uppgifter om de åtgärder som redan har vidtagits och planerats för att uppfylla kraven i detta beslut. Ungern ska även tillhandahålla detaljerad information avseende de stödbelopp och återkravsräntor som redan har återbetalats av stödmottagarna.

Artikel 7

Detta beslut riktar sig till Ungern.

Utfärdat i Bryssel den 4 november 2016.

På kommissionens vägnar
Margrethe VESTAGER
Ledamot av kommissionen
