

Stortingets utredningsseksjon

Til: (...)

Dato: 20.04.2023

Utreder: (...)

Oppdragsnr: 2023097

Modeller for nasjonale digitale skatter/digitale omsetningsavgifter

OPPDRAK

10 europeiske land har innført nasjonale digitale skatter/digitale omsetningsavgifter. Er det mulig å lage en oversikt over hvilke modeller som er valgt, og om det eventuelt finnes evalueringer/vurderinger i de respektive landene av disse skattene?

INNHold

1	Innledning og avgrensning av oppdraget	2
2	Den britiske avgiften på digitale tjenester	3
3	Den franske avgiften på digitale tjenester	5
4	Den italienske avgiften på digitale tjenester	6
5	Den spanske avgiften på digitale tjenester	6



1 Innledning og avgrensning av oppdraget

I [NOU 2022:20 Et helhetlig skattesystem](#) omtales «nasjonale digitale skatter/digitale omsetningsavgifter» som brutto avgifter på digitale tjenester.

Det legges i dette notatet til grunn at oppdraget dreier seg om å beskrive hvordan andre europeiske land bruker slike avgifter for å få økte skatteinntektene fra store multinasjonale digitale selskaper.

Det sees altså i denne besvarelsen bort fra land med ulike former for særavgifter på utvalgte digitale tjenester rettet inn mot alle typer av digitale selskaper som tilbyr slike tjenester. Eksempler på slike særavgifter kan være egne avgifter på strømming av filmer og musikk.

Storbritannia er et europeisk land med en nasjonal avgift på et bredt utvalg av ulike former for digitale tjenester knyttet til britiske brukere, men kun rettet inn mot store multinasjonale digitale selskaper.

Hovedfokus i dette notatet vil være på den britiske ordningen. Det skyldes bl.a. at det har vært lettest å finne oppdatert og detaljert informasjon på engelsk om den britiske avgiften. Opplysningene om Storbritannias modell for avgift på digitale tjenester bygger på informasjon hentet fra nettsidene [til den britiske regjeringen](#) og [den britiske riksrevisjonen](#).

Det er kompliserte regler knyttet til den britiske digitale avgiften og beskrivelsen i dette notatet er følgelig ikke uttømmende.

Den britiske modellen viser hvordan en nasjonal avgift på digitale tjenester rettet inn mot store multinasjonale selskaper/konsern kan gjennomføres, jf. likevel at ordningen er midlertidig i påvente av implementering av et nytt internasjonalt rammeverk for skattlegging av store multinasjonale selskaper/konsern.

For en nærmere beskrivelse av det internasjonale arbeidet med økt beskatningsrett for markedsland og minimumsbeskatning av multinasjonale selskaper, vises det til omtale under avsnitt «7.4.3 skattlegging av store flernasjonale konsern – topilarløsningen» på side 154 til 156 i [NOU 2022:20 Et helhetlig skattesystem](#).

Eksempler på andre land i Europa med lignende ordninger som Storbritannia er Frankrike, Italia og Spania. Beskrivelsene av avgiftene i disse landene er mindre omfattende enn omtalen av den britiske ordningen. Dette har sammenheng med at det ikke har lyktes å finne like mye oppdatert informasjon på engelsk om ordningene i disse landene.

Omtalen av systemene i disse landene bygger på artikler fra selskapene [BDO Global](#) og [Bird & Bird](#). Det tas forbehold om at denne informasjonen ikke nødvendigvis er helt oppdatert i forhold til situasjonen per april 2023.

Også Frankrike, Italia og Spania har [signalisert](#) at disse landenes respektive nasjonale avgifter på digitale tjenester vil bli avviklet. Dette skal skje når det nye internasjonale rammeverket for skattlegging av store multinasjonale konsern har blitt implementert.

Løftet om framtidig avvikling av avgiftene på digitale tjenester i Storbritannia, Frankrike, Italia og Spania, har gjort at USA til gjengjeld har lovet å avstå fra å innføre egne skatter/avgifter som ville ramme selskaper/næringer i disse landene.

Grunnen til at USA har truet med å innføre straffetiltak er at amerikanske myndigheter har oppfattet disse avgiftene som et målrettet angrep på (i praksis) amerikanske selskaper, og dermed også potensiell selskapskatt til USA.

Norge ville trolig også ha opplevd amerikanske skatte-/avgiftsmessige mottiltak mot norske selskaper/næringer, dersom Norge hadde innført en avgift tilsvarende f.eks. den britiske digitale avgiften.

Det er i ulike kilder¹ vist til at bl.a. Østerrike, Ungarn og Tyrkia har, eller planlegger å innføre avgifter på digitale tjenester, men det har vært vanskelig å finne mer utfyllende oppdatert informasjon om disse ordningene på engelsk. Disse landene vil derfor ikke bli nærmere omtalt nedenfor.

2 Den britiske avgiften på digitale tjenester

Storbritannia har en avgift på inntekter for store multinasjonale selskaper på digitale tjenester knyttet til britiske brukere. Med britiske brukere siktes det til brukere som har britisk IP-adresse.

Forslaget om slik avgift ble fremmet av den britiske regjeringen i 2018 og innført av det britiske parlamentet med virkning fra april 2020. Den britiske regjeringen har varslet at den vil evaluere avgiften i 2025.

Avgiften på digitale tjenester er midlertidig i påvente av at det skal komme en ny internasjonal avtale med endringer i rammeverket for skattlegging av overskuddene til store multinasjonale selskaper.

Den britiske regjeringen begrunnet innføringen av den midlertidige avgiften med at den britiske statens skatte- og avgiftsinntekter fra multinasjonale digitale selskaper per 2020, ikke stod i forhold til hvor mye disse selskapene etter regjeringens mening, tjente på å tilby digitale tjenester til britiske brukere.

Dette forholdet hadde etter den britiske regjeringens oppfatning, igjen sammenheng med at de eksisterende internasjonale reglene for fordeling av beskatningsrett til selskapsoverskudd, ikke var tilstrekkelig tilpasset markedet som slike multinasjonale digitale selskaper opererer i.

Avgiften kunne videre etter regjeringens mening, innføres uten at dette var i strid med eksisterende skatteavtaler mv. mellom Storbritannia og andre land, jf. likevel omtale under avsnitt 1 ovenfor om amerikanske mottiltak.

Eksempler på virksomhet som er gjort avgiftspliktig er tilgang til sosiale medier, tilgang til bruk av søkemotorer og tilgang til digitale markeds plasser for britiske brukere. Strømmetjenester,

¹ Se f.eks. <https://taxfoundation.org/digital-tax-europe-2020/>

kringkasting og salg av egne produkter på nettet er ikke omfattet av avgiftsplikt i den britiske ordningen.

For at et selskap/konsern² som tilbyr digitale tjenester skal bli avgiftspliktig til Storbritannia, må selskapet/konsernet ha globale inntekter på mer enn 500 millioner britiske pund, dvs. om lag 6,5 milliarder norske kroner. Dette kravet innebærer i praksis at det hovedsakelig er amerikanske selskaper/konsern som blir omfattet av den britiske avgiften.

I tillegg må de avgiftspliktige inntektene til selskapet/konsernet som kan knyttes til britiske brukere være på minst 25 millioner britiske pund, dvs. om lag 325 millioner norske kroner. Det er videre et bunnfradrag på 25 millioner britiske pund før det må betales avgift.

Når bunnfradraget overstiges, ilegges en avgift på 2 prosent av de overskytende inntektene,

Inntekter fra salg av nettreklame rettet inn mot britiske digitale brukere er et typisk eksempel på inntekter som kan bli avgiftspliktig til Storbritannia. Andre eksempler er inntekter fra salg av brukerdata om britiske digitale brukere, eller inntekter knyttet til formidling av kontakt med britiske digitale brukere ved kjøp/salg av ulike varer og tjenester.

Det er en egen unntaksbestemmelse som gjør det mulig for digitale tilbydere som har lav, ingen, eller negativ inntjening knyttet til britiske brukere, å få en lavere avgiftsbelastning enn det som følger av hovedregelen. Dette unntaket omtales ikke nærmere i denne besvarelsen,

Det er tilbydereren av tjenestene som er ansvarlig for at avgiften blir betalt til staten, dvs. det multinasjonale digitale selskapet/konsernet som den digitale tilbydereren er en del av.

For å kunne beregne hvor mye et selskap/konsern skal betale i avgift, må selskapet/konsernet bl.a. ha oversikt over omfanget av avgiftspliktige inntekter som kan knyttes til britiske brukere, samt fortjenestemarginen for inntektene knyttet til de britiske brukere.

Selskapene/konsernene som ble gjenstand for avgiften, har ikke tilpasset sin virksomhet for å unngå å betale avgiften, ifølge den britiske riksrevisjonen. Dette skyldes trolig at selskapene ikke ville risikere et omdømmetap knyttet til slik tilpasning.

Flere selskaper/konsern har imidlertid uttalt de ville øke prisene for sine berørte kunder for å dekke opp for den britiske avgiftsbelastningen.

Inntektene fra avgiften det første året beløp seg til 358 millioner britiske pund, dvs. om lag 4,6 milliarder norske kroner.

Avgiftsinntektene var 30 prosent høyere enn det opprinnelige provenyanslaget fra regjeringen. Dette hadde trolig bl.a. sammenheng med Covid-pandemien som førte til en betydelig økning i etterspørsel etter digitale tjenester.

² I den britiske ordningen brukes begrepet «business group» som betegner en samling av selskaper med samme «kontrollerende» eiere. Denne definisjonen vil trolig avvike noe fra det som etter norsk skatterett betegnes som konsern.

90 prosent av inntektene fra den britiske brutto avgiften på digitale tjenester ble innbetalt av fire selskaper/konsern. Britisk lovgivning tillater ikke skattemyndighetene å offentliggjøre hvilke selskaper/konsern dette dreier seg om. Amazon, eBay, Google og Apple har imidlertid selv opplyst om at de er blant selskapene/konsernene som har betalt slik avgift til Storbritannia.

Avgiften utgjorde 7 prosent av de samlede skatte- og avgiftsinntektene til Storbritannia fra de selskapene/konsernene som ble omfattet av avgiften. Inntektene fra den digitale avgiften var om lag på samme nivå som skatt på overskudd (selskapsskatt) til Storbritannia fra de samme selskapene.

Det var opprinnelig ikke fradragsrett for innbetalt digital avgift ved beregning av eventuell britisk selskapsskatt. Samme inntekt kunne altså bli skattlagt i Storbritannia både for britisk digital avgift og for eventuell overskuddsskatt (selskapsskatt).

Som en del av enigheten med USA om framtidig avvikling av ordningen med en britisk avgift på digitale tjenester, skal imidlertid selskaper/konsern som framover må betale denne avgiften kunne få fradrag i eventuell kommende selskapsskatt til Storbritannia.

3 Den franske avgiften på digitale tjenester

Frankrike har siden desember 2020 hatt en avgift på inntekter fra digitale tjenester knyttet til brukere lokalisert i Frankrike. Med lokalisering i Frankrike siktes det til at brukerne har fransk IP-adresse. Begrunnelsene for innføringen av den franske avgiften var de samme som begrunnelsene for innføringen av den britiske avgiften.

Eksempler på digitale tjenester som kan medføre avgiftsplikt er sosiale nettverk, søkemotorer, formidlingstjenester, fildelingstjenester og nettbasert salgsvirksomhet.

For at en tilbyder skal bli avgiftspliktig til Frankrike for inntekter fra digitale tjenester, må de årlige globale inntektene minst være på 750 millioner euro, dvs. om lag 9 milliarder kroner. I tillegg må inntekter knyttet til brukere lokalisert i Frankrike være på minst 25 millioner euro, dvs. om lag 275 millioner norske kroner.

Dersom vilkårene ovenfor er oppfylt, avgiftsbelegges inntekter knyttet til franske brukere med 3 prosent.

Franske myndigheter anslo ved innføringen av avgiften at denne ville gi inntekter på 358 millioner euro i 2021 og 518 millioner euro i 2022. Det tilsvarer henholdsvis om lag 4 og 6 milliarder norske kroner.

Det synes som om at dersom tilbyderen av digitale tjenester også er skattepliktig for selskapsoverskudd til Frankrike for avgiftspliktige inntekter, er avgiften fradragsberettiget ved beregning av fransk selskapsskatt.

Det har ikke lyktes å finne omtale på engelsk av eventuelle evalueringer av den franske ordningen.

Frankrike har lovet å avvike sin nasjonale avgift på digitale tjenester når nye internasjonale regler for skattlegging av store multinasjonale selskaper har blitt implementert, jf. også omtale under avsnitt 1.

4 Den italienske avgiften på digitale tjenester

Italia har fra og med 2020 hatt en avgift for store multinasjonale selskaper på inntekter fra digitale tjenester knyttet til italienske brukere. Med italienske brukere siktes det til at brukere har italiensk IP-adresse.

Begrunnelsene for innføringen av den italienske avgiften var de samme som begrunnelsene for innføringen av avgiften i Storbritannia.

For at et selskap/konsern skal bli omfattet av den italienske avgiften på digitale tjenester, må de globale inntektene for det digitale selskapet/konsernet være på minst 750 millioner euro per år, dvs. om lag 9 milliarder norske kroner. I tillegg må inntektene knyttet til italienske brukere av digitale tjenester være på minst 5,5 millioner euro per år, dvs. om lag 66 millioner norske kroner.

Inntekter fra nettreklame, tilrettelegging for digitale kommunikasjonstjenester, formidlingsvirksomhet og overføring av brukerdata, er eksempler på inntekter som kan bli avgiftspliktig til Italia.

Avgiftssatsen er på 3 prosent av inntekter knyttet til italienske brukere. Inntekter fra selskaper som er med i samme konsern som tilbyderer, er ikke avgiftspliktig inntekt for tilbyderer.

Det skal være mulig å få fradrag for avgiften på digitale tjenester i eventuell skatt på overskudd (selskapsskatt) til Italia, dersom selskaper/konsernet også er pliktig til å betale slik skatt.

Det har ikke lyktes å finne omtale på engelsk av eventuelle evalueringer av den italienske ordningen.

Den italienske avgiften skal fjernes når en internasjonal skatteavtale om skattlegging/fordeling av skatt fra multinasjonale selskaper har blitt implementert, jf. også omtale under avsnitt 1.

5 Den spanske avgiften på digitale tjenester

Spania har en avgift for store multinasjonale selskaper på inntekter fra digitale tjenester knyttet til spanske brukere. Med spanske brukere menes brukere med spansk IP-adresse. Innføringen av den spanske avgiften ble begrunnet på den samme måte som begrunnelsene for avgiftene i Storbritannia.

Eksempler på avgiftspliktige digitale tjenester er sosiale nettverk, søkemotorer og digital formidlingsvirksomhet.

For at en tilbyder av digitale tjenester skal bli avgiftspliktig til Spania, må tilbyderer ha globale inntekter på minst 750 millioner euro, dvs. om lag 9 milliarder norske kroner. I tillegg må

inntektene knyttet til italienske digitale brukere være på minst 3 millioner euro, dvs. 36 millioner norske kroner.

Avgiftssatsen er 3 prosent av avgiftspliktige inntekter knyttet til italienske brukere.

Dersom selskapet/konsernet er skattepliktig til Spania også for skatt på overskudd (selskapsskatt) for avgiftspliktige inntekter, kan avgiften på digitale tjenester være fradragsberettiget ved beregning av selskapsskatt.

Den spanske avgiften skal fjernes når en internasjonal skatteavtale om skattlegging/fordeling av skatt for multinasjonale selskaper har blitt implementert, jf. også omtale under avsnitt 1.