

# **Lov om afgift af husstandsomdelte reklamer (Reklameafgiftsloven)**

---

Foretræde for Folketingets Skatteudvalg  
28. November 2012

Jens Visholm      direktør COOP Danmark A/S  
Jesper Uggerhøj   direktør Irma A/S



# COOP Danmark A/S

---

Varehuse

**Kvickly**

78 butikker

65 Coop - 13 brugsforeninger

Discount

**fakta**

382 butikker

Heraf 13 Fakta Quick og 3 Fakta Q

Supermarkeder

**Super  
Brugsen**

255 butikker

113 Coop - 142 brugsforeninger

Minimarkeder

**Dagli' Brugsen**

377 butikker

137 Coop - 240 brugsforeninger

E-handel

**Irma**torvet.dk

Landsdækkende  
onlinesupermarked

**coop.dk**  
HELE DANMARKS WEBVAREHUS

Køb på nettet og få leveret  
hjem til døren eller hent gratis i  
medlemskæderne

**Irma**

82 butikker

Heraf 4 Irma city

# Fakta

---

- Reklameafgiften foreslås udformet som en afgift pr. kg husstandsomdelt reklametryksager.
- Afgiftsgrundlaget er alle husstandsomdelte reklametryksager, som har karakter af erhvervsmæssig aktivitet, og som omdeles uden betaling.
- Afgiften er foreslået til at være kr. 2,25/kg for blomstermærkede reklamer og kr. 3,00/kg for øvrige.
- I 2014 er afgiften foreslået til at stiger yderligere til kr. 3,75/kg for øvrige.

Konsekvens for COOP Danmark A/S



Meromkostning 2013 kr. 55 mio.

Meromkostning 2014 kr. 69 mio.

# COOP Danmarks synspunkter

---

- Reklameafgiften vil ikke reducere mængden af papiraffald som tilsigtet, idet reklameafgiften ikke vil påvirke den samlede produktion/cirkulation af husstandsomdelte reklametryksager. Produktion/cirkulation er styret af konkurrencebilledet i detailhandlen. Denne konkurrence holder forbrugerpriserne nede.
- Reklameafgiften vil ikke "tvinge" detailhandlen til at prioritere andre medier, som tilsigtet. De øgede omkostninger til husstandsomdelte reklametryksager (som konsekvens af reklameafgiften) vil blive taget fra andre medier bl.a. lokale medier. Det samlede markedsføringsbudget vil ikke stige.
- Omkostninger til husstandsomdelte reklametryksager udgør 2/3 dele af detailhandlens markedsføringsomkostninger. Detailhandlen er derfor naturligt motiverede til at reducere disse omkostninger, i det omfang det er muligt. To eksempler herpå er Irmas "Avisløs Amager" initiativ samt SuperBrugsens "Nej tak til reklamer" initiativ.
- Detailhandlens øgede omkostninger til husstandsomdelte reklametryksager (som konsekvens af reklameafgiften) kan hæve forbrugerpriserne.
- COOP Danmark A/S anbefaler en "Ja tak til reklamer" ordning idet implementering af denne ordning vil være den mest omkostningseffektive samt miljøvenlige løsning.



Super  
Brugsen

# NEJ TAK TIL REKLAMER

## -SKAL DENNE TILBUDSAVIS VÆRE DIN SIDSTE?

Vi har bestemt os for at gå videre ind i kampen med papirforbrug. Vi har derfor valgt miljøvenlig papirkvalitet, der er FSC-mærket og et mindre format på tilbudsvæben, og dermed også mindre trykarealer. Det gør vi, fordi vi har en vision om at være det mest ansvarlige sted at handle.

At være et godt eksempel til efterlignelse, som er bæltet af tilbudsvæben til at strække dem. Men er du en af dem, der gerne vil modtage vores fremsider, skal du bare sætte dig til at se og rykke på gode tilbud. Så på side 2 hvordan gør du det? "Bekend Nej tak!"



2 X 450 G

45,-

DANMARKS  
BILLIGSTE

### JA TAK TIL ET GODT TILBUD

-til dig, der stadig sætter pris på miljøvenlighed

Tilbudene gælder fra Tirsdag den 25. maj til lørdag d. 2. juni 2012.  
Se åbningstider for din SuperBrugsen på [superbrugsen.dk](http://superbrugsen.dk)