



Til

Folketinget - Skatteudvalget

L 50 - Forslag til lov om afgift af husstandsomdelte reklamer (reklameafgiftsloven).

Hermed sendes kommentarer til materiale fra Verdens Skove, Det Økologiske Råd, Greenpeace, Danmarks Naturfredningsforening og WWF Verdensnaturfonden (bilag 54).

Holger K. Nielsen

/Lene Skov Henningsen

Verdens Skove, Det Økologiske Råd, Greenpeace, Danmarks Naturfredningsforening og WWF Verdensnaturfonden har skrevet til Skatteudvalget og til Folketingets Miljøudvalg.

Verdens Skove, Det Økologiske Råd, Greenpeace, Danmarks Naturfredningsforening og WWF Verdensnaturfonden mener ikke, at det er et tilstrækkeligt krav at differentiere reklameafgiften alene efter miljømærket Blomsten, hvis det reelt ønskes at fremme anvendelsen af papir, som er miljørigtigt produceret. Ved vurdering af miljørigtigheden af en reklametryksag er det relevant at se på alle led i fremstillingsprocessen.

Organisationerne fremfører, at det ved fremstillingen af reklametryksager er således relevant at se på følgende to led:

- 1) **Oprindelsen af den anvendte papirmasse:** Stammer papiret fra en skov, som er bæredygtigt forvaltet? Tages der hensyn til natur og mennesker i skove, eller ødelægges skoven, når træet høstes?
- 2) **Papirfremstillingen og trykningen:** Hvilke kemikalier anvendes? Hvor meget energi bruges? Hvor meget CO₂ udledes?

Organisationerne bemærker, at Blomsten skal sikre en miljøvenlig fremstilling af papir fra træmasse, da Blomsten stiller krav til anvendelsen af kemikalier, udledninger af CO₂, affaldshåndtering og energiforbrug under produktionen (2012/481/EU), men finder ikke, at kriterierne i Blomsten er tilstrækkelige i forhold til oprindelsen af det træ, som bruges til papirfremstillingen.

Organisationerne mener, at krav til skovforvaltningen er helt essentielt, hvis man reelt vil sikre en bæredygtig fremstilling af papir, da netop papirindustrien gennem de sidste år er blevet kritiseret for at være skyld i omfattende skovrydninger med store sociale, natur- og klimamæssige konsekvenser til følge. De globale skovrydninger medfører, at fattige mennesker mister deres livsgrundlag, leder til omfattende tab af biodiversitet og er skyld i op til 20 pct. af de menneskeskabte CO₂-udledninger.

Derfor mener organisationerne at FSC-mærket bør inddrages for at komplimentere Blomsten.

Kommentar:

Indledningsvis skal det fremhæves, at afgiften på husstandsomdelte reklamer ikke er en afgift på papir.

Formålet med afgift på husstandsomdelte reklamer er at nedbringe affaldsmængderne fra de husstandsomdelte reklamer.

Differentieringen efter miljømærket Blomsten skal tilskynde til, at anvendelse af tryksager i reklameøjemed sker med omtanke for tryksagens miljøpåvirkning. Yderligere kriterier til differentiering af afgiftssatsen efter papiranvendelse vil komplicere afgiften og gøre afgiften på husstandsomdelte reklamer væsentlig tungere at administrere.

I Danmark er der i dag to officielt anerkendte miljømærker (Blomsten og Svanen), hvor miljømærket Blomsten foreslås anvendt til differentiering af afgiften. Blomsten har hjemmel i en EU-forordning og er derfor direkte gældende i samtlige EU-lande. Kriterierne for Blomst-mærkede tryksager fremgår af EU-Kommissionens afgørelse af 16. august 2012. Tilsvarende gælder ikke Svanen.

Der henvises i øvrigt til besvarelsen af L 50 – spørgsmål 42.