

ØSTRE LANDSRET

DOM

afsagt den 4. juli 2019



Sag BS-24573/2018-OLR

(19. afdeling)

Adecco A/S

(advokat Arne Møllin Ottosen)

mod

Skatteministeriet

(advokat Steffen Sværke)

Landsdommerne Nikolaj Aarø-Hansen, Lone Kern-Jespersen og Dorte Nørby (kst.) har deltaget i sagens afgørelse.

Indhold

1. Påstande	3
2. Sagsfremstilling.....	4
2.1. Introduktion	4
2.2. Licensaftalen og Adeccos transfer pricing-dokumentation.....	5
2.3 SKATs afgørelse.....	35
2.4. Sagens behandling ved Landskatteretten.....	59
2.5 Bevisførelse om vikarmarkedets nationale karakter og om konkurrencen på dette marked	69
2.6 Øvrige oplysninger om markedet og Adecco SAs varemærke	74
3. Procedure.....	80
3.1. Adecco A/S.....	80
3.1.1. Royaltybetalingerne er fradragsberettigede driftsudgifter	80
3.1.2. Skatteministeriet har bevisbyrden for, at royaltybetaling i det påståede omfang ikke er på armslængdevilkår, jf. ligningslovens § 2.....	82

3.1.3. Skattemyndighederne var ikke berettigede til skønsmæssigt at ansætte værdien af royaltyaftalen.....	82
3.1.4. Skatteministeriets skønsmæssige fastsættelse af værdien af royaltyaftalen skal tilsidesættes.....	83
3.1.5. CUP-metoden skal anvendes, og Adeccos nye referenceaftaler kan og skal anvendes ved en CUP-analyse efter ligningslovens § 2	84
3.1.6. Adeccos påstand om royaltybetaling på 1,5 % hhv. 2 % er på armlængdevilkår	85
3.1.7. Skatteministeriet har ikke løftet bevisbyrden for, at Adeccos fastsættelse af royaltysatsen kan tilsidesættes	86
3.1.8. Der er ikke grundlag for beskatning af et skatteretligt konstrueret markedsføringshonorar	87
3.1.9. Adecco er ikke afskåret fra at få medhold i den principale påstand .	88
3.2. Skatteministeriet	88
3.2.1. Royaltybetalingerne er ikke fradragsberettigede driftsudgifter.....	89
3.2.2. Skattemyndighederne var berettigede til at ansætte royaltytransaktionerne skønsmæssigt	91
3.2.3. Adeccos nye sammenligningsaftaler kan ikke anvendes i en CUP-analyse efter ligningslovens § 2	93
3.2.4. Skatteministeriets skønsmæssige fastsættelse af værdien af royaltyaftalen kan ikke tilsidesættes, og det kan således ikke lægges til grund, at en royaltybetaling på 1,5 % hhv. 2 % skulle være på armlængdevilkår	94
3.2.5. Selskabets evt. fradragsret elimineres af manglende indtægtsførelse af markedsføringshonorar	94
3.2.6. Adecco kan under alle omstændigheder ikke få medhold i den principale påstand	96
4. Landsrettens begrundelse og resultat.....	96
4.1. Indledning.....	96
4.2. Adecco A/S' betaling af royalties til Adecco SA	96
4.3. Om grundlaget for landsrettens vurdering	97
4.4. Særligt om betaling for brugsret til varemærket Adecco	97
4.4.1. Betydningen af særlige forhold på vikarmarkedet.....	98
4.4.2. Godtgør transfer pricing-dokumentationen m.v. en værdi for indkomsterhvervelsen?.....	98

4.4.3. Betydningen af selskabets underskud	99
4.4.4. Betydningen af selskabets egne markedsføringsudgifter.....	100
4.5. Særligt om værdien af selskabets adgang til det globale netværk ("referred in"-kunder).....	101
4.6. Særligt om værdien af selskabets adgang til ANMB-modellen mv.	101
4.7. Landsrettens samlede vurdering og konklusion	102

Sagen er anlagt ved Retten på Frederiksberg den 8. februar 2018. Ved kendelse af 6. juli 2018 er sagen henvist til behandling ved landsretten efter retsplejelovens § 226, stk. 1.

Sagen drejer sig om, hvorvidt sagsøgeren, Adecco A/S (Adecco), har fradragsret for royaltybetalinger foretaget til selskabets udenlandske ultimative moderselskab for retten til at anvende en række immaterielle rettigheder. Landsskatteretten traf den 10. november 2017 afgørelse vedrørende den klage, som Adecco havde indgivet over SKATs afgørelse af 29. januar 2013, hvorved SKAT forhøjede selskabets skattepligtige indkomst for indkomstårene 2006, 2007, 2008 og 2009 med beløb svarende til de fulde royaltybetalinger i de pågældende år.

1. Påstande

Adecco har nedlagt følgende påstand:

SKATs forhøjelse af den skattepligtige indkomst for indkomståret 2006 nedsættes med 15.444.310 kr. (svarende til en forhøjelse af den skattepligtige indkomst med 2.496.690 kr.) eller et af retten fastsat mindre beløb.

SKATs forhøjelse af den skattepligtige indkomst for indkomståret 2007 nedsættes med 19.313.640 kr. (svarende til en forhøjelse af den skattepligtige indkomst med 6.659.360 kr.) eller et af retten fastsat mindre beløb.

SKATs forhøjelse af den skattepligtige indkomst for indkomståret 2008 nedsættes med 17.692.300 kr. (svarende til en forhøjelse af den skattepligtige indkomst med 7.731.700 kr.) eller et af retten fastsat mindre beløb.

SKATs forhøjelse af den skattepligtige indkomst for indkomståret 2009 nedsættes med 9.220.120 kr. (svarende til en forhøjelse af den skattepligtige indkomst med 4.043.880 kr.) eller et af retten fastsat mindre beløb.

Subsidiært har Adecco nedlagt påstand om, at ansættelsen af den skattepligtige indkomst for indkomstårene 2006, 2007, 2008 og 2009 hjemvises til fornyet behandling ved SKAT (Skattestyrelsen).

Skatteministeriet har påstået frifindelse.

2. Sagsfremstilling

2.1. Introduktion

Det danske selskab Adecco er datterselskab til Adecco Norge AS, der ultimativt ejes af Adecco SA, som har hovedkontor i Schweiz. Adecco SA er en af verdens største vikar- og bemandingsvirksomheder med virksomhed i mere end 60 lande. Adecco SA ejer de immaterielle aktiver i koncernen og gør gennem licensaftaler og franchiseaftaler disse tilgængelige for datterselskaber og andre licens-tagende selskaber.

Det fremgår af sagen, at Adecco siden 1997 har drevet virksomhed under Adecco-varemærket, og at selskabet siden 1997 har betalt varemærkeroyalties til Adecco SA for benyttelse af Adecco-navnet i Danmark.

I perioden fra 1. januar 2003 til 30. juni 2006 betalte Adecco varemærkeroyalties med 1,5 % af sin omsætning til Adecco SA. Aftalen omfattede retten til at anvende varemærket "Adecco" i Danmark, knowhow om vikarbranchen og adgangen til det internationale Adecco-netværk. Med virkning fra 1. juli 2006 blev aftalen revideret, da Adecco herudover fik adgang til Adecco New Business Model (ANBM). Adecco betalte herefter varemærkeroyalties med 2 % af omsætningen fra selskabets industrisegment (omfattende hovedsageligt vikarer fra almindeligt kontor- og industriarbejder) og med 4 % af omsætningen fra det professionelle segment (omfattende hovedsageligt vikarer med længerevarende uddannelser såsom ingeniører, økonomer, jurister og læger). I de omhandlede indkomstår 2006-2009 betalte Adecco varemærkeroyalties til Adecco SA med i alt 83.860.000 kr.

Adecco SA havde en tilsvarende licensaftale med andre koncernselskaber, herunder selskaber i Norge og Sverige, og ligningssagen blev indledt, da skattemyndighederne i Norge, Sverige og Danmark gennemførte en simultanrevision af Adecco-koncernens selskaber i de respektive lande. Selskaberne i Norge og Sverige betalte samme royaltysats som Adecco i Danmark.

Den norske skattemyndighed, Skattekontoret, fastsatte ved afgørelse af 12. november 2012 skønsmæssigt fradraget for royaltymbetalinger fra Adecco Norge AS

til Adecco SA i indkomstårene 2007-2010 til 2 % for både industrisegment og det professionelle segment. Skattekontoret lagde navnlig vægt på, at den af koncernen udarbejdede transfer pricing-analyse ikke opfyldte kravene til sammenlignelighed, samt at royaltybetalingerne var for høje og ikke fastsat i overensstemmelse med armslængdeprincippet. Ved den svenske skattemyndighed, Skatteverkets, afgørelse af 19. december 2012, blev fradraget for royaltybetalinger fra det svenske selskab Adecco IT & Engineering AB til Adecco SA i indkomståret 2007 tilsvarende skønsmæssigt fastsat til 2 %. Afgørelserne fra den norske og svenske skattemyndighed blev ikke påklaget.

SKAT (nu Skattestyrelsen) foretog ved afgørelse af 29. januar 2013 en skønsmæssig ansættelse af royaltysatsen betalt af Adecco til Adecco SA i indkomstårene 2006-2009 og nedsatte den til 0 %. Landsskatteretten stadfæstede ved afgørelse af 10. november 2017 SKATs afgørelse.

Der er under sagen spørgsmål om, hvorvidt Adeccos betaling af royaltybetaling er en fradragsberettiget udgift. Hvis det er tilfældet, er det dernæst spørgsmålet, om Adeccos transfer pricing-dokumentation opfylder lovgivningens krav, eller om dokumentationen lider af sådanne mangler, at SKAT har været berettiget til skønsmæssigt at ansætte royaltysatsen, og om Adecco har udført markedsføringsydelser for Adecco SA uden vederlag eller kompensation, således at en fradragsværdi modsvares af manglende indtægtsførelse heraf.

I det følgende beskrives i afsnit 2.2 licensaftalen og Adeccos transfer pricing-dokumentation, i afsnit 2.3 SKATs afgørelse, i afsnit 2.4 sagens behandling ved Landsskatteretten, samt i afsnit 2.5 bevisførelse om vikarmarkedets nationale karakter og om konkurrencen på dette marked og i afsnit 2.6 øvrige oplysninger om markedet og Adecco SAs varemærke.

2.2. Licensaftalen og Adeccos transfer pricing-dokumentation

Af licensaftalen, der er gældende mellem Adecco SA, der i aftalen benævnes "ASA", og Adecco pr. 1. juli 2006, fremgår bl.a. følgende:

"I. WHEREAS, ASA possesses all legal and economic rights to the marks and logos listed in the schedule attached to this Agreement as Exhibit 1. These will be referred to herein as the "Licensed Trade-marks".

II. WHEREAS, ASA has developed an extensive know how of the staffing industry as well as an international network in this arena which will be made available to the Client under the terms of this agreement.

III. WHEREAS, ASA has developed and possesses all legal and economic rights in respect of the new business concept (Adecco SA New Business Model 2006 – “ANBM 2006” that will have a direct and beneficial impact on the value of the Licensed Trademark when implemented in the Client’s market and continues to develop new concepts in relation to the labor market which will be made available to the Client under the terms of this agreement.

IV. WHEREAS, Client expects to derive significant benefits in terms of sales, margin and attractiveness to clients and candidates from using Licensed Trademarks given the market recognition and good reputation in the marketplace of before mentioned Licensed Trademarks.

V. WHEREAS, the benefit that the Client expects to derive, in respect of its commercial activities, from the use of the Licensed Trademarks in the Client’s local market will be greatly enhanced by the successful implementation of ANBM 2006 as well as access to ASA’s know-how, international network, and information resources in respect of the staffing industry.

VI. WHEREAS, Client therefore desires to be licensed by ASA to use and utilize the Licensed Trademarks in Denmark as a trademark for the staffing services provided by it or its affiliated companies as well as a part of its or an affiliate’s company name as well as benefit from ANBM 2006, and utilize the know how and international network developed by ASA and ASA is willing to grant such right on the terms and conditions hereafter provided.

NOW, THEREFORE, IN CONSIDERATION OF THESE PREMISES AND OF THE MUTUAL COVENANTS HEREIN CONTAINED, THE PARTIES HAVE AGREED AND DO HEREBY CONFIRM THAT THEY HAVE AGREED AS FOLLOWS:

ARTICLE 1 OBJECT

The object of this agreement (hereinafter "the Agreement") is the granting by ASA to the Client of the right to use the Licensed Trademarks, know how and international network intangibles as as well as the ANBM 2006 (hereinafter included within the definition of "know-how" for the purposes of this agreement in accordance with the terms and conditions set forth in this Agreement.

ARTICLE 2 TERRITORY

The scope of the license granted under this Agreement shall be limited to the territory of Denmark.

ARTICLE 3 RIGHTS AND OBLIGATIONS OF THE CLIENT

3.1 The Client has the exclusive right and the obligation to use the Licensed Trademarks as trademark (only) for and in connection with staffing services and to benefit from the use of the know how and international network intangibles owned by ASA. Further, Client has the right (but not the obligation) to use the Licensed Trademarks as part of its company name and, in combination with the country level domain name of Denmark, as internet domain name.

...

3.3.2 The Client undertakes not to register the Licensed Trademarks either in its own name or third parties' name for any goods or services nor to apply during the course of and after termination of the License Agreement for registration of trademarks which are identical with Licensed Trademarks or contain any of the Licensed Trademarks or which are confusingly similar therewith.

...

3.3.4 Client acknowledges that ASA is the owner of the Licensed Trademarks and agrees that nothing in this Agreement shall give Client, the Affiliated Companies or its sub-licensees any right, title or interest in the Licensed Trademarks other than the right to use the Licensed Trademarks in accordance with the provisions of this Agreement or to the legal or beneficial ownership of any element of goodwill arising from use of the Trademark, rights, know how or other asset made available to Client under this license. Client undertakes to refrain and to procure the Affiliated Companies and other sub-licensees to refrain from doing any act inconsistent with such ownership.

...

ARTICLE 4 RIGHTS AND OBLIGATIONS OF ASA

...

4.2 ASA has the obligation to continually maintain and/or enhance the global reputation and value of the Licensed Trademarks. All costs associated with this obligation shall be borne by ASA. The Client can propose to ASA any marketing investment's it deems of global value to the Licensed Trademarks. If ASA agrees on the benefit of these expenses to the global enhancement of the brand name, it will agree to pay an appropriate portion of the thus incurred costs. In this regard, global development and design of global value enhancement initiatives will be paid by ASA, only local implementation expenses should be borne by Client.

...

ARTICLE 6 PAYMENT

6.1 In consideration for the rights granted in this Agreement, the Client shall pay to ASA a license fee equal to:

2% of the net sales of the Office and Industrial business lines of the Client – and of Sub-licensee's if any - made with or under the Licensed Trademarks.

4% of the net sales of the Information Technology (IT), Engineering & Technical (E&T), Finance & Legal (F&L), Human Capital Solutions (HCS), Sales, Marketing & Events (S, M&E) and Medical & Science (M&S) business lines of the Client – and of Sub-licensee's if any – made with or under the Licensed Trademarks.

...

ARTICLE 8 EFFECTIVE DATE, DURATION

8.1 This agreement supersedes any other agreement between the parties with respect to the use of the Licensed Trademarks.

8.2 This agreement is effective on July 1, 2006 and is effective for an unlimited period of time. Either party may terminate this agreement by observing a notice period of 3 months.

8.3 If either party is wound up or placed in receivership or voluntary or involuntary bankruptcy or shall file an application for suspension of payments, the other party shall have the right to terminate this Agreement by giving written notice to that effect to the first party, and this Agreement shall terminate on the date of mailing of such notice.

8.4 Upon the termination of this Agreement Client shall cease to make any further use of the Licensed Trademarks, change its company name so that it no longer includes any of the Licensed Trademarks, assign any domain name consisting of any of the Licensed Trademark to ASA, remove the Licensed Trademarks from all buildings, vehicles etc., destroy all printed materials bearing any of the License Trademarks and cooperate with ASA in cancelling any registration of this Agreement in the trademark registers or elsewhere.

8.5 Upon termination of this Agreement, any sublicense granted by Client ceases to exist and Client shall procure that its Affiliated Companies and other sub-licensees stop using the Licensed Trademarks and do all other acts referred to in Article 8.4 herein above. The same shall apply in case Client disposes of or otherwise loses control over one of its Affiliated Companies.

8.6 In case of termination, Client agrees that all Goodwill connected with the Trademark, the know how and international network intangibles owned by ASA arising from the use by Client of those assets under

“this agreement belong absolutely to ASA. Client agrees and accepts that Client is not entitled to any kind of compensation for the goodwill connected to the Licensed Trademarks Client, its Affiliated Companies or its other sub-licensees may have created during the term of this Agreement”

Adecco indsendte efter anmodning fra SKAT selskabets transfer pricing-dokumentation for indkomstårene 2006-2009. Det fremgår heraf, at fastsættelsen af royaltysatserne på 2 % og 4 % efter selskabets opfattelse var sket på armslængdevilkår, og at der til dokumentation herfor var anvendt comparable uncontrolled prices (CUPs). Det fremgår endvidere af transfer pricing-dokumentationen, at selskabet ikke havde fundet sammenlignelige licensaftaler. Til erstatning anvendtes franchiseaftaler indgået mellem Adecco Inc og eksterne parter i USA samt franchiseaftaler mellem eksterne parter i USA. Angående franchiseaftalerne mellem Adecco Inc og eksterne parter i USA var der i dokumentationen korrigeret for den del af den samlede franchise fee, der vedrørte serviceydelser, der også blev leveret af Adecco Inc til franchisetagerne. På denne baggrund blev værdien af varemærker for franchisetagerne i perioden 2006-2009 beregnet. Angående franchiseaftalerne mellem eksterne parter i USA havde selskabet ligeledes korrigeret for yderligere services i franchiseaftalerne. Herefter var resultatet angivet opdelt i forskellige royaltysatser på baggrund af personalekategori virksomhedstype. På baggrund af analysen konkluderede Adecco, at den betalte royaltysats på 2 % vedrørende industrisegmentet og 4 % vedrørende det professionelle segment lå inden for intervallet, og at prisfastsættelsen af royaltysatsen dermed var foregået på armslængde.

Transfer pricing-rapporterne for indkomstårene 2006-2009 er i det væsentlige identiske, hvorfor beskrivelsen heraf i det følgende tager udgangspunkt i 2006-rapporten. Der er enighed om, at rapporterne er udarbejdet til brug for Adecco-koncernen globalt, og at Adecco i Danmark alene nævnes i enkelte afsnit svarende til afsnit 1.1, 3.5, 4.3 og 8, som gengivet nedenfor i rapporten fra 2006. Rapporten for indkomståret 2007 beskriver dog også Adeccos omstrukturering, ekspansion og tab dette år. Adeccos transfer pricing-rapport 2006 indeholder en indholdsfortegnelse inddelt med følgende hovedafsnit: 1. Introduction, 2. Industry Analysis, 3. Company Analysis, 4. Intercompany License Agreement, 5. Functional Analysis, 6. Summary of Local Transfer Pricing Regulations, 7. Economic Analysis og 8. Conclusion. Rapporten indeholder indledningsvis en række definitioner. Det fremgår heraf, at “Group affiliates” er defineret som de lokale Adecco-selskaber. Af rapporten fremgår bl.a.:

“Executive Summary

Purpose and Scope

This transfer pricing report has been undertaken in order to determine the arm's length nature of the license fee (hereinafter referred to as "royalty fee") that Adecco Denmark paid to Adecco SA (hereinafter referred to as "ASA") during the fiscal year ended 31 December 2006 for rights to use various trademarks and trade names, extensive know-how, international network intangibles, and new business concept (Adecco New Business Model, "ANBM"). These will be referred to hereinafter as the "Licensed Trademarks".

This report constitutes a transfer pricing documentation prepared in accordance with the OECD Transfer Pricing Guidelines for Multinational Enterprises and Tax Administrations ("OECD Guidelines") which forms the basis of the transfer pricing rules and documentation requirements in a number of countries throughout the world.

Conclusion

Given the rapid transformation within the staffing industry such as the change in the demand and supply structure of the business, the change in technological innovation, the increased deregulation of the staffing market, and the increased competition and price sensitivity as discussed in the industry analysis section, a strong trademark is vital in order for a company to remain competitive and achieve growth, success, and profitability.

Adecco has taken a number of steps, applying various marketing techniques and corporate strategies, to successfully manage its business and increase its visibility via its trademark, and hence increase sales and profitability. Applying effective and competitive strategy (e.g. service differentiation and/or cost leadership) allows Adecco to concentrate its resources on the greatest opportunities to enhance and sustain its competitive advantage. Adecco's recent marketing techniques and corporate strategies have helped the Adecco Group to be recognised as a quality and highly dependable staffing company, and henceforth the leader of the staffing industry.

ASA is responsible for developing, maintaining, and bearing the costs and risks of the Licensed Trademarks. Based on the functional analysis performed, ASA can be described as the legal and economic owner (also known as the Licensor) of the Licensed Trademarks, while the Group affiliates can be described as the Licensees with rights to use the Licensed Trademarks.

The Comparable Uncontrolled Price (CUP) method was identified as the most reliable transfer pricing methodology to evaluate the arm's length nature of the intercompany transactions under review.

Based on the internal CUP analysis, the adjusted interquartile range for placement of Office and Industrial personnel was between 1.24% to

2.64%, with a median of 2.16%. ASA charges the Group affiliates a royalty of 2.0% of its net sales in the Office and Industrial Business Lines. As the Group affiliates provide temporary staffing and permanent placement services only in the Office and Industrial Business Lines, and since this result is within the interquartile range, it is consistent with the arm's length standard.

Additionally, based on the external CUP analysis, the interquartile range for temporary placement of Office and Industrial personnel was between 2.03% to 3.70%, with a median of 2.40%. If this is combined with the permanent placement business, the interquartile range widens, namely, 1.83% to 4.00%, and the median stays the same at 2.40%. As Adecco's royalty fee of 2.0% for the Office and Industrial Business Lines falls within this range, it is broadly consistent with typical royalty levels within Adecco's industry sector, and therefore, it is consistent with the arm's length standard.

According to the external CUP analysis, the interquartile range for temporary placement of Professional business personnel spans from 1.84% to 4.53% (5.86% if the maximum of fees in the comparable agreements are applicable) and the median is 3.28% for the lower end of the fees defined in the agreements (3.70% for the higher end). Combined with permanent placement, the interquartile range is from 2.10% to 4.00% with a median of 4.00% for the lower end of the fees defined in the agreements, and from 2.68% to 5.86% with a median of 4.00% for the higher end. As Adecco's royalty fee of 4% for the Professional Business Lines falls within this range, it is broadly consistent with typical royalty levels within Adecco's industry sector, and therefore, it is consistent with the arm's length standard.

Based upon these analyses, we believe that the most appropriate transfer pricing methods have been selected and applied in a reasonable manner, and they support the arm's length nature of intercompany royalty fee payments from Adecco Denmark to ASA for rights to use the Licensed Trademarks during fiscal year ended 31 December 2006.

...

1. Introduction

1.1 Objective

This report focuses on the arm's length character of the intercompany fees charged by Adecco SA ("ASA") to the following Group affiliate(s) in Denmark (hereinafter referred to as "Adecco Denmark") during the fiscal year ended 31 December 2006 for the rights to use various trademarks and trade names, extensive know-how, international network intangibles, and new business concept (Adecco New Business Model, "ANBM"). These will be referred to hereinafter as the "Licensed Trademarks":

- Adecco A/S

In consideration for the rights granted, as stipulated in the License Agreement (hereinafter referred to as “the Agreement”), Adecco Denmark shall pay to ASA a royalty fee equal to:

- 2.0% of the net sales of the Office and Industrial Business Lines of the Group affiliates – and of sub-licensee’s, if any – made with or under the Licensed Trademarks; and
- 4.0% of the net sales of the Professional Business Lines (consisting of Engineering & Technical, Finance & Legal, Human Capital Solutions, Information Technology, Medical & Science, and Sales, Marketing & Events businesses) of the Group affiliates – and of sub-licensee’s, if any – made with or under the Licensed Trademarks.

The objectives of this report are: (i) to analyse the arrangement between ASA and Adecco Denmark operating under the Licensed Trademarks; (ii) to establish a methodology and reach a conclusion concerning the transfer pricing method which provides a reliable measure of the arm’s length result of the intercompany transaction; and (iii) to document the information and analysis that supports the reasonableness of that conclusion.

This report constitutes a transfer pricing documentation prepared in accordance with the local transfer pricing regulations and the OECD Transfer Pricing Guidelines for Multinational Enterprises and Tax Administrations (“OECD Guidelines”) which forms the basis of the transfer pricing rules and documentation requirements in a number of countries throughout the world.

1.2 Project Scope

This report analyses the following intercompany transaction:

- Royalty fee for rights to use the Licensed Trademarks.

The only intercompany transactions analysed in this report are those described above. Any other intercompany transactions are outside the scope of this report.

...

2 Industry Analysis

2.1 Introduction

...

The industry analysis is an important factor in explaining the rationale behind the establishment of transfer prices and to prove that they are conducted at arm's length. The preparation of an industry analysis is recommended by the OECD Guidelines as a document useful in determining transfer prices.

...

2.4 Market Size

Market developments have been driven by events taking place in the two major regional markets, namely Europe and the US. The market is incredibly sensitive to alterations in the business cycle and general economic conditions. Going forward, the employment services market is set to experience a healthy amount of growth. One driver is the trend for countries to relinquish state control over the placement of permanent employees, which will provide additional opportunities for private sector players in the employment services market.

...

2.5 Market Players

...

Adecco – Adecco is the world leader in human resource solutions, with a comprehensive service offering that includes temporary & contract staffing, outsourcing, permanent recruitment, outplacement and career services, training and consulting. With 6,700 offices in 70 countries and territories, the company is well positioned to service its client base, be this for large global clients or small local business partners. Adecco is headquartered in Zurich, Switzerland.

...

2.6 Development and Trend of the Staffing Industry

...

- *Brand Recognition*

Branding has become important for clients, especially in the case of larger clients. Companies with strong trademarks have a competitive advantage in building alliances with clients, including multinational corporations. The scope and quality of a network became a critical competitive edge in seeking to compete for staffing business.

Additionally candidates are also attracted to companies with strong trademarks since they understand that these staffing companies would likely have positions with larger clients. A strong trademark also signifies to the candidates a staffing company with better quality standards and procedures. Companies with strong trademarks will in effect lower the cost of recruiting qualified candidates since less investment for candidate recruiting is required.

...

2.7 Critical Success Factors

...

- *Marketing to Clients*

A successful staffing company benefits from repeat business from large clients. One of the key elements of generating repeat business is providing high-quality staffing services. To evidence the quality of services it provides, a staffing company may seek third-party certification such as the international quality standard ISO 9001 or ISO 9002.

Another key strategy of generating repeat business is building a business alliance with corporations that have offices at multiple locations. Since the early 1990s, an increasing number of large clients have begun to consolidate their staffing help requirements with a few staffing companies through national and multinational, nonexclusive contracts and exclusive contracts that allow for the use of subcontractors. These contracts identify the leading staffing companies as preferred service providers. Staffing companies that have established national and multinational networks have a competitive advantage in building alliances with multi-location corporations.

...

2.8 Summary of Industry Analysis

...

- Staffing companies are also expanding their businesses by building a global platform through acquisitions and the development of companies with good reputation, thus enabling them to benefit from the synergy of know-how and global networking capabilities.
- Branding and a strong consistent global business model are critical when dealing with large clients, firstly to deliver high quality

services, and secondly to generate repeat business, and thus reduce sales and marketing costs.

...

3 Company Analysis

...

3.5 Adecco Denmark

Adecco Denmark is in the business of providing personnel services to business institutions, under the "Adecco" brand name. Additionally, the usage of the other intangibles, such as know-how and international network intangibles are also made available to Adecco Denmark. All these intangibles, collectively known as the Licensed Trademarks, are properties of ASA and they are effectively licensed to Adecco Denmark.

The primary function of Adecco Denmark is the development and operation of local business. In order to be successful in a highly competitive market, the Group affiliates must focus on their core competencies, i.e. the provision of highest level of staffing and personnel services to clients within the local market at competitive prices.

...

4. Intercompany License Agreement

4.1 Overview

ASA possesses all legal and economic rights to the various trademarks and trade names, know-how intangibles, international network intangibles and the new business concept (Adecco New Business Model, "ANBM"). These will be referred to hereinafter as the "Licensed Trademarks".

In 2006, the rights to use the Licensed Trademarks were granted by ASA to the Group affiliates based on two separate license agreements:

1st half of 2006: License Agreement effective 1 January 2003

In consideration for the rights granted in this Agreement, the Group affiliates shall pay to ASA a royalty fee equal to 1.5% of the net sales under Adecco brand name.

2nd half of 2006: License Agreement effective 1 July 2006

Upon the implementation of the ANBM, ASA terminated the existing License Agreement effective as 30 June 2006. Under the ANBM, ASA is committed to increase its focus on "Adecco" as a master brand through

increased investment in the trademark and trade name licensed to the Group affiliates. Upon termination of the existing License Agreement, ASA and the Group affiliates entered into new License Agreements effective 1 July 2006.

In consideration for the rights granted in this Agreement, the Group affiliates shall pay to ASA a royalty fee equal to 2.0% (Office and Industrial Business Lines) and 4.0% (Professional Business Lines) of the net sales respectively.

4.2 General Terms and Conditions of the Agreement

1st half of 2006: License Agreement effective 1 January 2003

ASA and the Group affiliates have entered into separate agreements in which rights that are owned by ASA are made available to the Group affiliates that use the Licensed Trademarks in its respective regular business operations. The License Agreement has the following standard terms and conditions, amongst other things:

- ASA possesses all legal and economic rights to the marks and logos listed in the schedule attached to the License Agreement;
- ASA has developed an extensive know-how of the staffing industry as well as an international network in this arena;
- The Group affiliates expect to derive significant benefits in terms of sales, margin and attractiveness to clients and candidates from using these Licensed Trademarks given the market recognition and good reputation in the marketplace;
- The Group affiliates expect that the information, know-how and international network of ASA can greatly assist and improve its commercial activities;
- The Group affiliates therefore desires to be licensed by ASA to use and utilise the Licensed Trademarks in the respective territory as a trademark for the staffing services provided by it or its affiliated companies as well as a part of its or an affiliate's company name as well as to utilise the know-how and international network developed by ASA and ASA is willing to grant such rights on the terms and conditions provided.

2nd half of 2006: License Agreement effective 1 July 2006

ASA and the Group affiliates have entered into separate agreements in which rights that are owned by ASA are made available to the affiliates that use these in its regular business operating under the Office and Industrial and Professional Business Lines. The current License Agree-

ment has the following standard terms and conditions, amongst other things:

- ASA possesses all legal and economic rights to the marks and logos listed in the schedule attached to the License Agreement;
- ASA has developed an extensive know-how of the staffing industry as well as an international network in this arena;
- ASA has developed and possesses all legal and economic rights in respect of a new business concept (ANBM) that will have a direct and beneficial impact on the value of the Licensed Trademarks;
- The Group affiliates expects to derive significant benefits in terms of sales, margin and attractiveness to clients and candidates from using these Licensed Trademarks given the market recognition and good reputation in the marketplace;
- The benefits that the Group affiliates expects to derive, in respect of its commercial activities, from the use of the Licensed Trademarks will greatly enhance by the successful implementation of ANBM as well as access to ASA's know-how, international network, and information resources in respect of the staffing industry;
- The Group affiliates therefore desires to be licensed by ASA to use and utilise the Licensed Trademarks in the respective territory as a trademark for the staffing services provided by it or its affiliated companies as well as a part of its or an affiliate's company name as well as benefit from ANBM, and utilise the know-how and international network developed by ASA and ASA is willing to grant such rights on the terms and conditions provided.

4.3 License Agreement for the Licensed Trademarks

As mentioned earlier, ASA possesses all legal and economic rights to the Licensed Trademarks. The rights for using the Licensed Trademarks was granted by ASA to Adecco Denmark based on the following:

- *1st half of 2006*: License Agreement effective 1 January 2003 (Appendix 1). In consideration for the rights granted in this Agreement, Adecco Denmark shall pay to ASA a royalty fee equal to 1.5% of the Adecco net sales; and
- *2nd half of 2006*: License Agreement effective 1 July 2006 (Appendix 2). In consideration for the rights granted in this Agreement, Adecco Denmark shall pay to ASA a royalty fee equal to 2.0%

(Office and Industrial Business Lines) and 4.0% (Professional Business Lines) of the net sales respectively.

Pursuant to this agreement, ASA provides Adecco Denmark the rights to use the Licensed Trademarks in connection with staffing services, the rights to use the Licensed Trademarks as part of its company name, and in combination with the country level domain name, as well as internet domain name.

5. Functional Analysis

5.1 Introduction

One of the key purposes of having a detailed functional analysis is to reflect the functions performed by the respective parties relevant to this report. This analysis seeks to identify and to compare the economically significant activities and responsibilities undertaken, namely to show the economic significance of those functions in terms of their frequency, nature, and value. Performing this analysis would allow the identification of the economic and legal ownership of the Licensed Trademarks.

The OECD Guidelines recommend that a detailed functional analysis describing the terms of the intercompany transactions being analysed are kept as part of the documentation to support transfer prices. To meet this requirement, this section summarises the Licensed Trademarks being provided to the Group affiliates, as well as the benefits received as a result of licensing the intellectual property from the licensor.

5.2 Functional Analysis

The main intangibles provided by ASA to the Group affiliates are:

- Trademarks and trade names - a reputable brand name under which to do business;
- Know-how intangibles - a methodology for running a successful business;
- International network intangibles; and
- New business concept, i.e. Adecco New Business Model (ANBM).

5.2.1 Trademark and Trade Name Intangibles

...

Based on the terms and conditions of the License Agreement, ASA being the licensor of the Licensed Trademarks, has the obligation to perform the following:

- Maintain the Licensed Trademarks' rights, including the enforcement and defence of the Licensed Trademarks;
- Maintain and/or enhance the global reputation and value of the Licensed Trademarks; and
- Abstain to grant any other party any of the rights for the respective territory where the Group affiliates are located.

...

Overview of Functions Performed

...

The common types of activities performed by ASA in relation to the Licensed Trademarks are as follows:

- Developing and managing branding strategies;
- Developing and communicating the corporate and brand image of Adecco;
- Establishing mechanisms/databases concerning branding, performing brand recognition surveys and improving brand awareness globally;
- Communication to the outside world (clients, candidates, etc.);
- Positioning the brand, developing communication strategies and solving disputes (protecting the reputation globally);
- Setting guidelines on communication and setting corporate control on these guidelines;
- Providing brochures catalogues, presentations, etc.; and
- Developing ideas and entering into events and sponsorships to enhance global brand name recognition.

...

Use of Trademarks in Labour Demand-Side of the Staffing Industry

...

The Adecco Group has used sponsorship as a strategy to advertise and develop the Adecco brand. The sponsorships of high profile events have all been focused on raising the Adecco image throughout the globe. The use of sport sponsorship, for example, as a selling point has

led to other positive associations relevant to the employment market, such as teamwork, flexibility, discipline, dedication and the achievement of goals. Additionally, it has helped fulfil the aim of giving Adecco a youthful, dynamic and contemporary image.

As mentioned earlier, the category of sponsorship and partnership is merely dedicated to the development and maintenance of the Adecco image. Here are some examples of the big sponsorship and partnership events initiated by Adecco:

- *World Business Forums* – which are produced by The HSM Group, are organised throughout Europe, the United States and South America. The two-day conferences draw thousands of senior executives to a series of addresses by renowned thought leaders from the worlds of business, politics and government. The two-day schedule also includes social and networking events. Speakers in 2006 include US President Bill Clinton, Rudy Giuliani, Jack Welsh, Former Secretary of State Colin Powell, Chris Patten and Tom Peters, among others. Adecco is a main partner of this event for the period 2006-2008 and contributes on a number of levels from branding and advertising to speaker platforms and associated seminars.



- *World Human Resource Congress* – held every two years, this event attracted over 2000 HR professionals from around the globe, making it one of the most important human resource events of its kind. Held in Singapore in May 2006, Adecco demonstrated its knowledge leadership position by presenting papers on the ageing workforce and temporary staffing legislation. Adecco was a Gold Sponsor of the event.



- *The London Business School (LBS)* – is a world leader in management and business education. Each year the School graduates more than 800 students: MBAs, Masters in Finance, Sloan Fellows and PhD students from over 70 countries. The School's full-time and Executive MBA programmes are counted among the

world's best according to the Financial Times and Business Week Business Education surveys. Adecco's partnership with LBS began in 2003 and is ongoing. As well as funding the Adecco Chair "the Adecco Professor of Business & Society" in partnership with LBS Adecco publishes papers and hosts events on leading industry issues and trends.



- *The America's Cup* – The series, taking place every 3-4 years. Adecco assists the America's Cup management team with the organisation of its volunteer programme for each of the Cup's regatta, for example in Valencia, as well supporting various promotional activities.



- *The Davis Cup* – is the biggest annual team sports event in the world, attracting an annual TV audience of around 600 million. Adecco has partnered with the International Tennis Federation to support the event since 2002 and 2006 is the 107th year of the Davis Cup. Adecco is the official recruitment partner for the Davis Cup, responsible for sourcing paid employees and volunteers, helping ensure the smooth running of the events in 55 countries. Through the global media coverage that accumulates through the year, the Davis Cup delivers a substantial amount of promotion for the Adecco brand.



- *FIBA* – is the world governing body for basketball with 212 associated member countries in 5 continents and an estimated 400 million players around the world. Adecco is an Official partner of FIBA for the period 2004-2007. In addition to on court branding at major venues, Adecco is utilising its career management capa-

bilities to assist basketball professionals make the transition into work outside of the game as their sports career comes to a close.

...

Characteristics and Advantages of the Adecco Brand

...

Although Adecco seeks to promote a global brand, it does allow the Group affiliates some autonomy. For example, Adecco companies in individual countries may choose to sponsor their own sporting events, independent of any central decisions.

...

The Adecco brand name is legally registered and economically owned by ASA. Consequently, ASA incurs all the costs of maintaining the Licensed Trademarks rights and of their legal protection against infringement.

The Group affiliates sign the Agreements with ASA which allow them rights to use the Licensed Trademarks. ASA is then committed to provide support to the Group affiliates, amongst other things, in the following areas:

- Development of ASA's strategy (emphasis on services with better paid temporary work forces);
- Development and enhancement of group corporate identity program;
- Development of permanent placement program;
- Arrangement of multinational client introduction;
- Identification of niches in the market, creating new markets;
- Arrangement of pooling of international advertising, promotion, concepts and ideas;
- Arrangement of access to worldwide advertising and publicity programs of the Group affiliates;
- Securing benefit to the local company from various promotion programs;
- Provision of access to various material including legislation and events relevant to the temporary help business; and
- Development of new recruitment methods and technologies.

...

5.2.2 Know-How Intangibles

...

Best Practice in Pricing and Purchasing

A realistic and transparent approach to pricing is a core competency of any service provider, providing a basis for business profitability and sound Client relationships. In 2003, to strengthen a best practice approach to pricing across its network, Adecco Staffing began a Global Pricing initiative in its top 8 markets, which account for 80% of revenues.

Pricing Work Groups, comprised of key managers, were formed in each market with the goals of developing and cascading best practice pricing tools and guidelines. This initiative underpinned margin improvement in 5 out of 8 markets in 2003.

Breakthroughs were also made with the successful introduction of the Adecco Purchasing Programme and the subsequent roll out across the Group. Professional purchasing standards, governing the establishment and management of supplier relationships, underpin the programme that has realised significant savings on a global basis.

...

Benefits Related to Know-How Intangibles (via sharing of knowledge and best practices)

Due to the size of the Adecco, the Group affiliates will derive sufficient benefit from the activities performed by the Group (e.g. knowledge sharing, global purchasing and uniformity of services provision and standardised work procedures) due to:

- A high number of Adecco managers participate in the programs of Adecco Universities;
- The economies of scale relating to global purchasing benefits realised in the Group affiliates' countries; and
- The fact that uniformity of service provision and standardised work procedures is especially appreciated in dealings with global clients.

5.2.3 International Network Intangibles

As stated in the License Agreement, apart from having rights to use the Adecco Group's trademarks and access to know-how, Adecco also provides the Group affiliates rights to the International Network intangibles and the accompanying benefits in terms of global contracts.

...

Global Clients

Overview

...

- Involvement in in-bound sales – being part of a global network provides Adecco with opportunities. As part of a bidding process for a client in one country, it is requested to extend the bid to other regions like, North America, Latin America, Europe, etc.

...

Benefits from Access to the International Network

The most valued international service provided to clients is international accounts management – a single point of contact capable of coordinating and implementing client wishes in all countries. Clients also appreciate a coordinated process and coordinated communication leading to speedy and efficient decision making. Many clients also value coordinated service offerings (e.g. international commitments, international process escalation, coordinated pricing policy). The appearance of the Adecco Group as a coordinated entity with the commitment to implement client wishes is important to clients. The existing procedures also assist to ensure that the Group affiliates are clear with the clients wishes, which are only communicated centrally.

The importance of the process for the success of Group affiliates' businesses is also dependent on the depth of the client relationship, which can vary greatly, the coordination encourages client satisfaction and increased sales in compliant countries.

Additionally, being part of a global network benefits Group affiliates to market its business internationally as most clients value and prefer a service provider affiliated with a global network. Without the presence of a global network, a particular Group affiliate would have been less able to compete for business in this large and growing segment. Thus, it enlarged the potential client market for the Group affiliates beyond what it otherwise would have been capable of.

Clients primarily see a benefit from having a global relationship with Adecco. The benefits to clients of a global relationship are:

- Better price and service negotiating position for the client;
- Supplier base consolidation and therefore only work with suppliers who can serve them in all of the countries in which they operate; and
- The ability to have a single point of contact with coordinated service rather than multiple relationships.

Further, contracts with big multinational clients were also typically large, and hence, these contracts provided the Group affiliates with a more stable and predictable business. The predictable demand created by these contracts therefore allows the Group affiliates to enlarge its respective branch network beyond the size it would have otherwise imagined. As noted above, the larger the branch network, the more competitive the staffing company is expected to be.

...

5.3 Risk Analysis

In this section, the risks borne by ASA related to the Licensed Trademarks are described.

Market Risk

Market risk is the risk that the value of future income streams is subject to external market prices or market rates, in particular in the following situations:

- adverse sales conditions due to increased competition in the marketplace;
- adverse demand conditions within the market; and
- inability to develop markets or position products to service targeted customers.

...

Market risk in association with the Licensed Trademarks is mainly borne by ASA as the sales revenue stream may not be sufficient to cover the costs and expenses invested in the development and maintenance of the Licensed Trademarks. Therefore, a decrease in revenues would directly affect ASA.

...

ASA bears the foreign exchange risk since the royalty fee paid by the Group affiliates is paid in local currency.

5.4 Summary of Functional Analysis

Based on the functional analysis performed, ASA (also known as the Licensor) can be described as the legal and economic owner of the Licensed Trademarks, while the Group affiliates can be described as the Licensees with rights to use the Licensed Trademarks.

ASA is responsible for developing, maintaining, and bearing the costs of the Licensed Trademarks. Based on the functional review of ASA's activities related to the Agreement, it can be concluded that the enhancement of the Licensed Trademarks provided to the Group affiliates have been beneficial to the success and performance of the companies concerned.

As described above, these intangibles are very valuable to the Group affiliates as it provides rights to use the Licensed Trademarks and accompanying benefits. The increased benefits derived from the rights to use these intangibles by the Group affiliates should therefore allow ASA the right to charge royalty fees accordingly.

...

6 Summary of Local Transfer Pricing Regulations

6.1 General Description

Based on the 1995 OECD Guidelines on transfer pricing, Denmark enacted several changes to its transfer pricing legislation in 1998.

The Danish Parliament passed a comprehensive set of rules on documentation requirements and tax returns. The Danish Parliament subsequently passed a bill, which establishes the necessary statutory authority in the legislation for the arm's length principle. In December 2002, the Danish tax authorities issued a guideline on transfer pricing documentation requirements.

...

6.4 Transfer Pricing Documentation Requirements

As set out above, Sec. 3B of the Tax Control Act prescribes that Danish taxable entities exercising control or being controlled as defined in Sec. 3B must provide information in the tax return as to the nature and extent of transactions with the above-mentioned persons and entities and further have a documentation obligation (i.e. a duty to prepare written documentation regarding how prices and other terms have been determined).

Information in the tax return is provided by filing Form 05.021 (Danish) or 05.022 (English).

The tax authorities (SKAT) are authorised to issue binding rules - and not merely recommendations - on the content of transfer documentation. The binding rules must comply with the OECD Transfer Pricing Guidelines. Furthermore, the Danish Tax Council must approve the binding rules.

On 24 January 2006 this authorisation was utilised by SKAT to issue a statutory order on “the documentation of the determination of prices in controlled transactions”.

On 2 February 2006, SKAT also published a new guidance regarding transfer pricing documentation (the Guide) describing in detail SKAT's interpretation of the requirements as to the content of transfer pricing documentation as set out in the Order.

...

7 Economic Analysis

7.1 Evaluation of the Transfer Pricing Methods

Introduction

...

The OECD Guidelines state that the objective is to select the method “that is apt to provide the best estimation of an arm’s length price”. Notwithstanding this overall objective, the OECD Guidelines effectively establish a hierarchy in which methods should be considered. They state, in paragraph 2.5, in relation to the CUP method that:

“The most direct way to establish whether the conditions made or imposed between associated enterprises are arm’s length is to compare the prices charged in controlled transactions undertaken between those enterprises with prices charged in comparable transactions undertaken between independent enterprises”.

It is acknowledged that there are situations in which there is inadequate data for the CUP method to be applied reliably. In such cases it is appropriate to apply one of the other methods, but the OECD Guidelines indicate that one of the other traditional transaction methods is preferable to a transactional profit method.

...

Traditional Transaction Methods

Comparable Uncontrolled Price Method (CUP)

The CUP method is the most preferred method under the OECD guidelines, if it can be reliably applied.

The CUP method compares the price for services or the transfer of goods provided in a controlled transaction to the price for services provided in a comparable uncontrolled transaction in comparable circumstances. Under the OECD Guidelines, the results from applying the CUP generally will be the most direct and reliable measure of an arm's length price for the controlled transaction if an uncontrolled transaction has no material differences with the controlled transaction that would affect price or if there are only minor differences that have a definite and reasonably ascertainable effect on price and for which adjustments can be made.

The CUP method is a particularly reliable method in cases where an independent entity sells the same product or service as the one sold between two related entities or where the tested party sells the same product or service to its related party and a third party buyer. The former case is defined as an external CUP and the latter is defined as an internal CUP.

...

7.2 Choosing the Appropriate Transfer Pricing Method

...

Transactional Net Margin Method

The TNMM tests the arm's-length character of transfer prices in a controlled transaction by comparing the operating profits earned by one of the parties entities engaged in controlled transactions to the operating profits earned by uncontrolled parties engaged in similar business activities. The TNMM measures the total return derived from the controlled taxpayer's most narrowly defined business activity for which reliable data incorporating the controlled transaction under review is available, and therefore comparability under the TNMM is primarily dependent upon the similarity of capital invested and risks assumed by the controlled and uncontrolled parties with respect to such activities. Under the TNMM, comparables need to be broadly similar and significant product diversity and some functional diversity between the controlled and uncontrolled parties is acceptable.

As the CUP method is a more preferable method than the TNMM for determining arm's length transfer prices, the TNMM was not applied for this study.

...

7.3 Determination of Arm's Length Royalty

In order to understand the arm's length nature of the intercompany license arrangement between ASA and the Group affiliates with regard to the use of the Licensed Trademarks, the CUP method was selected as the most appropriate transfer pricing method, as the same or comparable intangibles were licensed to independent parties within the Adecco Group.

As mentioned before, in application of the CUP method, four sources of potential CUP information were investigated:

7.3.1 Search for Comparable License Agreements

License Agreements of ASA with Third Parties (Internal CUP)

A license agreement between ASA and an unrelated party would generally be considered the most comparable CUP to determine an arm's length royalty payment between the Group affiliates and ASA for the use of the Licensed Trademarks.

However, no similar license agreements between ASA and an unrelated party were identified.

Third Party License Agreements (External CUP)

Independent license agreements between two unrelated parties may also provide relevant information on the issue of the arm's length royalty payment between the Group affiliates and ASA for the use of the Licensed Trademarks. However, the intellectual property being licensed would differ from the intangibles of the Licensed Trademarks. A keyword search was conducted using Lexis-Nexis and EDGAR for license agreements in the staffing industry.

Additionally, a search was conducted using RoyaltyStat, which contains a database of royalty rates and license agreements compiled from the U.S. Securities and Exchange Commission. This involved reviewing short text descriptions provided by the RoyaltyStat website for those licensing transactions categorised within relevant Standard Industrial Classification codes ("SIC codes").

Based on the two searches above, no similar third party license agreements were identified.

7.3.2 Search for Comparable Franchise Agreements

In the absence of identifying reliable information for comparable licensing transactions, an alternative approach needs to be considered. Franchising transactions is considered to be a potential source of alternative comparable data.

Franchising is a method of collaboration between two independent physical or legal persons by means of which one, the franchisor, grants to the other, the franchisee, in exchange for economic consideration, the right to manufacture, use, sell or operate a product or service and a commercial name together with the necessary technology and other know-how to develop this business. Although a license for the use of intangibles is an important part of any franchise, in a typical franchise arrangement, the franchisor also provides the franchisee with ongoing support, advice and services in relation to the operation of its business. As such, the franchisor performs a more active role than that of a pure licensor.

The arrangements under which the Group affiliates are granted the right to use ASA's proprietary trademarks, logos, know-how and business concept are labelled within Adecco's legal documentation as relating to a licensing, rather than franchising transaction. However, under these arrangements, ASA provides to the Group affiliates certain services that are similar to those provided within a typical franchise arrangement. For example, ASA is required to:

- Continually maintain and/or enhance the global reputation and value of the Licensed Trademarks and bear the costs associated with these activities;
- Continue to develop the Adecco business concept and make these developments available to the Group affiliates; and
- Make available to the Group affiliates its extensive know-how of the staffing industry and its international network.

Given the above characteristics of the arrangements between ASA and the Group affiliates, it is reasonable to analyse the arm's length nature of the pricing of these transactions with reference to franchise transactions, assuming it is possible to adjust the franchise rates charged in comparable transactions for those services that ASA does not provide to the Group affiliates.

Internal CUP with Adjustments for Office and Industrial Business Lines

Adecco, Inc., the holding company for Adecco Group's subsidiaries in the U.S., has 39 franchise agreements with 29 franchise owners that operate within the Office and Industrial Business Lines. These franchise agreements specify a fee for the right extended to the franchisees to use the "Adecco" trademark and for the services provided by Adecco, Inc. through its subsidiary ADO Staffing, Inc. For temporary staffing, six of the franchisees pay the maximum of 6.0% of their net sales or 25.0-35.0% of their gross margins.

...

The main difference between the ASA's license agreement and Adecco, Inc.'s franchise agreements in the U.S. with unrelated third parties is that Adecco, Inc., through its subsidiary ADO Staffing, Inc., provides additional services to its franchisees that ASA does not provide to the Group affiliates.

Therefore, part of the fees paid by Adecco franchisees to Adecco, Inc. is for the value of all the services provided by ADO Staffing, Inc. and the rest is simply the value of the "Adecco" intangibles. In this case, if one can calculate the exact value of services in terms of the franchisees' net sales, the remaining portion will serve as a reliable benchmark to test the arm's length nature of the royalty fees paid by the Group affiliates to ASA for the use of Licensed Trademarks.

...

The results of this analysis show that value of the services provided to the franchises by Adecco is equal to 2.05% of the total franchise sales. Therefore, taking out 2.05% of the sales from each franchise's franchise fee payment to Adecco, Inc. should yield the value of the Licensed Trademarks for each franchise.

Accordingly, the interquartile range for the value of the Licensed Trademarks to the Office and Industrial franchises is 1.24% to 2.64%, with a median of 2.16%. ASA charges a royalty of 2.0% of net sales for the use of the "Adecco" trademark to the Office and Industrial Business Lines. As the franchisees provide temporary staffing and permanent placement services within the Office and Industrial Business Lines, this result is consistent with the arm's length standard. The results of this analysis are presented in the table below.

...

External CUP with Adjustments for Office and Industrial and Professional Business Lines

...

Results of External CUP for Office and Industrial and Professional Business Lines

Based on these results, the following conclusions can be drawn relating to the intercompany royalties charged to the Group affiliates:

- In relation to the **2.0% royalty applicable to Office and Industrial Business Lines**: The interquartile range for temporary placement of Office and Industrial staff is found as 2.03% to 3.70%, and the median is 2.40%. If this is combined with the

permanent placement business, the interquartile range widens, namely, 1.83% to 4.00%, and the median stays the same at 2.40%. As Adecco's royalty fee of 2% for the Office and Industrial Business Lines falls within this range, it is broadly consistent with typical royalty levels within Adecco's industry sector, and therefore, it is consistent with the arm's length standard.

- In relation to the **4.0% royalty applicable to Professional Business**: The interquartile range for temporary placement of professional business staff spans from 1.84% to 4.53% (5.86% if the maximum of fees in the comparable agreements are applicable) and the median is 3.28% for the lower end of the fees defined in the agreements (3.70% for the higher end). Combined with permanent placement, the interquartile range is from 2.10% to 4.00% with a median of 4.00% for the lower end of the fees defined in the agreements, and from 2.68% to 5.86% with a median of 4.00% for the higher end. As Adecco's royalty fee of 4% for the Professional Business Lines as well as the "Ajilon" and "Lee Hecht Harrison" trademarks falls within this range, it is broadly consistent with typical royalty levels within Adecco's industry sector, and therefore, it is also consistent with the arm's length standard.

...

7.4 Summary of Economic Analysis

...

ASA does not license use of the Licensed Trademarks to independent parties. Furthermore, the Group affiliates do not license similar intangibles from unrelated third parties. For the analysis, two sources of CUPs provided reliable information that could be used.

Based on the internal CUP analysis, the adjusted interquartile range for placement of Office and Industrial personnel was between 1.24% to 2.64%, with a median of 2.16%. ASA charges the Group affiliates a royalty of 2.0% of its net sales in the Office and Industrial Business Lines. As the Group affiliates provide temporary staffing and permanent placement services only in the Office and Industrial Business Lines, and since this result is within the interquartile range, it is consistent with the arm's length standard.

Additionally, based on the external CUP analysis, the interquartile range for temporary placement of Office and Industrial personnel was between 2.03% to 3.70%, with a median of 2.40%. If this is combined with the permanent placement business, the interquartile range widens, namely, 1.83% to 4.00%, and the median stays the same at 2.40%. As Adecco's royalty fee of 2.0% for the Office and Industrial Business Lines falls within this range, it is broadly consistent with typical royalty levels

within Adecco's industry sector, and therefore, it is consistent with the arm's length standard.

According to the external CUP analysis, the interquartile range for temporary placement of Professional business personnel spans from 1.84% to 4.53% (5.86% if the maximum of fees in the comparable agreements are applicable) and the median is 3.28% for the lower end of the fees defined in the agreements (3.70% for the higher end). Combined with permanent placement, the interquartile range is from 2.10% to 4.00% with a median of 4.00% for the lower end of the fees defined in the agreements, and from 2.68% to 5.86% with a median of 4.00% for the higher end. As Adecco's royalty fee of 4% for the Professional Business Lines falls within this range, it is broadly consistent with typical royalty levels within Adecco's industry sector, and therefore, it is consistent with the arm's length standard.

Based upon these analyses, we believe that the most appropriate transfer pricing methods have been selected and applied in a reasonable manner, and they support the arm's length nature of intercompany royalty fee payments of Adecco Denmark to ASA for use of the Licensed Trademarks during fiscal year ended 31 December 2006.

...

8 Conclusion

The purpose of this transfer pricing study is to determine the arm's length nature of royalty fee that Adecco Denmark paid to ASA for the use of the Licensed Trademarks during the fiscal year ended 31 December 2006 in accordance with the OECD Guidelines which forms the basis of the transfer pricing rules and documentation requirements in a number of countries throughout the world.

The CUP method was determined to be the most appropriate approach to determine whether the payment of royalty fee was arm's length.

Based on the internal CUP analysis, the adjusted interquartile range for placement of Office and Industrial personnel was between 1.24% to 2.64%, with a median of 2.16%. ASA charges the Group affiliates a royalty of 2.0% of its net sales in the Office and Industrial Business Lines. As the Group affiliates provide temporary staffing and permanent placement services only in the Office and Industrial Business Lines, and since this result is within the interquartile range, it is consistent with the arm's length standard.

Additionally, based on the external CUP analysis, the interquartile range for temporary placement of Office and Industrial personnel was between 2.03% to 3.70%, with a median of 2.40%. If this is combined with the permanent placement business, the interquartile range widens, namely, 1.83% to 4.00%, and the median stays the same at 2.40%. As

Adecco's royalty fee of 2.0% for the Office and Industrial Business Lines falls within this range, it is broadly consistent with typical royalty levels within Adecco's industry sector, and therefore, it is consistent with the arm's length standard.

According to the external CUP analysis, the interquartile range for temporary placement of Professional business personnel spans from 1.84% to 4.53% (5.86% if the maximum of fees in the comparable agreements are applicable) and the median is 3.28% for the lower end of the fees defined in the agreements (3.70% for the higher end). Combined with permanent placement, the interquartile range is from 2.10% to 4.00% with a median of 4.00% for the lower end of the fees defined in the agreements, and from 2.68% to 5.86% with a median of 4.00% for the higher end. As Adecco's royalty fee of 4% for the Professional Business Lines falls within this range, it is broadly consistent with typical royalty levels within Adecco's industry sector, and therefore, it is consistent with the arm's length standard.

Based upon these analyses, we believe that the most appropriate transfer pricing methods have been selected and applied in a reasonable manner, and they support the arm's length nature of intercompany royalty fee payments from Adecco Denmark to ASA for rights to use the Licensed Trademarks during fiscal year ended 31 December 2006."

I transfer pricing-rapporten for indkomståret 2007 var ved afkrydsning skematisk anført:

"...
Appendix D – Functional analysis

Analysis of relevant functions associated with the intercompany transfer of trademark rights

Functions	Adecco SA	Adecco A/S	Comments
Administrative activities	x		Adecco SA performs all administrative work associated with the licensing of trademark rights.
Communication	x		Adecco SA develops communication and positioning strategies for the brand.
Development and maintainance	x		Adecco SA develops ideas and enters into events and sponsorships to enhance global brand name recognition.
Marketing and branding	x		Various marketing specialists, including the central global marketing and business development team, are engaged in order to structure and coordinate the marketing and branding efforts of the Adecco Trademark. Adecco SA also provides brochures, catalogues and presentations. Adecco SA is responsible for the protection of trademark rights.
Protection of trademark rights	x		
Credit and collection	x		Adecco SA collects all trademark royalties.
Risks	Adecco SA	Adecco A/S	Comments

		(X)	In case the Group affiliates perform poorly and generate minimal revenue despite the presence of intangibles, then the royalty fee due to Adecco SA will be minimal too, since the remuneration for the intangibles provided by Adecco SA is a function of the sales revenue generated by the Group affiliates. Market risk in association with the licensed trademarks is mainly borne by Adecco SA, as the sales revenue stream may not be sufficient to cover the costs and expenses invested in the development and maintenance of the licensed trademarks. Therefore, a decrease in revenues would directly affect Adecco SA.
Business risk		x	
Infringement risk			Adecco SA bears all costs associated with infringement of the trademark rights.
Foreign exchange risk		x	Adecco SA bears the foreign exchange risk, since the royalty fee paid by the Group affiliates is paid in local currency.
Credit risk		x	Adecco SA bears all credit risk.
Assets	Adecco SA	Adecco A/S	Comments
IP-rights	x		Adecco SA is the owner of the trademark rights.
Characterisation of the affiliate	Licensor	Licensee	

...”

2.3 SKATs afgørelse

SKAT ændrede ved afgørelse af 29. januar 2013 Adeccos skattepligtige indkomst for indkomstårene 2006-2009 med i alt 82.603.000 kr. Om begrundelsen for ændringen fremgår af afgørelsen bl.a.:

”SKATs transfer pricing analyse:

Det fremgår af ligningslovens § 2 stk. 1, at koncernforbundne selskaber ved opgørelse af den skattepligtige indkomst skal anvende priser og vilkår for handelsmæssige eller økonomiske transaktioner i overensstemmelse med, hvad der kunne være opnået, hvis transaktionerne var afsluttet mellem uafhængige parter.

SKAT anser det ikke for at være i overensstemmelse med ligningslovens § 2, at Adecco A/S i perioden 2006 til 2009 skal betale en royalty til ASA for retten til at anvende varemærket Adecco, ”know-how intangibles” og ”international network intangibles”, i henhold til licensaftalen.

En uafhængig 3. mand vil, jf. OECD Guidelines 6.14, ikke anerkende at betale royalty i en situation, hvor der er misforhold mellem betalingen og værdien af modydelsen i licenstagernes virksomhed. Adecco A/S har i perioden 2006 til 2009 ikke opnået en profit ved anvendelse af de licensbelagte immaterielle aktiver. Endvidere vil en uafhængig 3. mand ikke acceptere en forhøjelse af royaltysatsen som følge af implementeringen af ANBM pr. 1/7 2006, da de særlige forhold og markedsvilkår i

Danmark gjorde, at der ikke kunne genereres højere margins, som forudsat af ASA for koncernen generelt.

Adecco A/S har ydermere for egen regning og risiko afholdt betydelige salgs- og markedsføringsomkostninger. Salgs- og markedsføringsomkostningerne kan anses for at være ekstraordinære, fordi omkostningerne vurderes at stå i et misforhold til den forventede fremtidige indtjening. I denne vurdering er der henset til den indgåede licensaftale, hvor der af artikel 8.2 fremgår, at opsigelsesperioden er på blot 3 måneder, samt til artikel 8.6, hvor der fremgår, at licenstageren Adecco A/S ikke får en kompensation for goodwill opbygget i aftaleperioden.

Adecco A/S har derved opbygget og vedligeholdt Adecco-varemærket samt opbygget "brand value" på det danske marked. Selskabet har altså bidraget med værditilvæksten på immaterielle aktiver, de ikke selv ejer. En uafhængig 3. mand ville, efter SKATs opfattelse, ikke afholde sådanne udgifter uden en form for kompensation eller nedslag i royaltybetalingen, jf. OECD Guidelines 6.36 – 6.38.

Hvis Adecco A/S ikke var forbundet med varemærkeejerne, ville Adecco A/S, efter SKATs opfattelse, have overvejet andre alternativer såsom at opgive, genforhandle eller indgå andre mere profitable licensaftaler, jf. OECD Guidelines 1.34-1.35. En genforhandling er netop en mulighed i denne situation, da licensaftalens artikel 8.2 fastslår, at aftalen for begge parter kan opsiges med tre måneders varsel.

Koncernforbindelsen har bevirket, at Adecco A/S har opretholdt ugunstige aftaler, ikke forhandlet bedre vilkår og ikke opsøgt bedre alternativer.

Derudover finder SKAT, at de kroniske underskud, som selskabet har realiseret, tillige skyldes varetagelse af koncernens interesse i at være repræsenteret på det danske marked. For at koncernen kan servicere de globale kunder, der er væsentlig for koncernens strategi, er det vigtigt at være repræsenteret i Danmark for at være i stand til at tilbyde kontrakter i alle de lande, hvor kunden har afdelinger. En sådan varetagelse af koncernens interesse ville en uafhængig 3. mand kræve honorering for, og selskabet skal derfor også vederlægges i overensstemmelse hermed, specielt når der henses til, at andelen af globale kunder i Danmark er væsentlig lavere end bl.a. de andre nordiske lande.

...

Selskabets sammenlignelighedsanalyse (CUP metoden):

SKAT anlægger ikke blot en anderledes holdning til TP-dokumentationens sammenlignelighedsanalyse, som selskabet fremfører i sin indsigelse. SKAT påpeger derimod flere mangler i sammenlignelighedsanalysen som begrundelse for SKATs tilsidesættelse af selskabets CUP-metode. Det gælder for både selskabets interne franchisetagere samt de eksterne franchisetagere.

For det første er der for stor usikkerhed omkring selve grundlaget for beregningen af værdien af de yderligere ydelser, som franchisetagerne modtager fra ADO Staffing Inc.

For det andet finder SKAT, at der mangler flere væsentlige justeringer, for at de interne franchiseaftaler kan anses for at være sammenlignelige. Det er specielt den manglende justering for forskellen i markederne mellem Danmark og USA, herunder konkurrencesituationen, markedets størrelse samt lønniveauet.

For det tredje er der konkrete fejl og mangler vedrørende både fravalg og ikke-fravalg af de interne og eksterne franchisetagere.

At SKAT har en skønsadgang skyldes ikke alene tilsidesættelsen af selskabets CUP-metode, men væsentlig som nævnt ovenfor den manglende beskrivelse af de 5 sammenlignelighedsfaktorer, jf. bekendtgørelsens § 5, stk. 4.

Armslængdefastsættelse af den koncerninterne royalty:

SKAT har ovenfor nøje redegjort for hvorfor, der er grundlag for en korrektion af selskabets indkomst.

SKAT finder, at en uafhængig 3. mand, uanset resultatet af en CUP, ikke ville acceptere at betale royalty, henset til underskuddene, den manglende kompensation eller nedslag i royaltybetalingen for opbygning af varemærket og markedsføringsaktivitet samt for at være til stede på det danske marked for at kunne servicere globale kunder.

Der er således tale om, at SKAT finder, at

1. royaltyfradraget ikke er fastsat i overensstemmelse med armslængde, jf. ligningslovens § 2 og OECD Guidelines 6.14, samt
2. Adecco A/S skal have en kompensation i perioden 2006 til 2009, jf. ligningslovens § 2 og OECD Guidelines 6.36 – 6.38

Adecco A/S har på grund af den mangelfulde TP-dokumentation ikke dokumenteret, at royaltybetalingerne har været rimeligt modsvaret af ydelser fra licensgiveren. De ydelser, som licensgiveren stiller til rådighed, har, jf. de realiserede resultater, ikke været så værdifulde, og der er dermed risiko for, at værdien er lavere end de faktiske afholdte udgifter af Adecco A/S til opbygning af varemærket samt servicering af de globale kunder.

SKAT har på baggrund af ovennævnte skønsmæssigt fastsat Adecco A/S' betaling for royalty til ASA samt den manglende kompensation eller nedslag i royaltybetalingen fra ASA til Adecco A/S for opbygning af varemærke, markedsføringsaktivitet samt tilstedeværelse, til i alt 0 kr.

Ved udøvelsen af skønnet har SKAT henset til, at den samlede indtjening, der genereres i den kontrollerede transaktion, allokeres mellem ASA og Adecco A/S, på en måde der reflekterer de funktioner, påtagne risici og aktiver som hver part har bidraget med.

Sandsynlighedstjek:

SKAT har ved en af de anerkendte metoder i OECD Guidelines underbygget SKATs skøn. SKATs sandsynlighedstjek er foretaget efter "den transaktionsbestemte nettoavancemethode" (TNMM).

Ved nedsættelse af den samlede betaling til 0 kr. er der tale om en forsigtig justering, hvilket underbygges af det af SKAT foretagne sandsynlighedstjek.

Resultaterne af SKATs analyse af, hvilken indtjening en uafhængig part ville have haft i forhold til de investerede omkostninger (EBIT/OPEX), viser, at det fundne armslængdeinterval (interkvartile interval) i årrækken 2006-2009 strækker sig fra 3,88 til 8,32 %. Adecco A/S har i samme periode en gennemsnitlig EBIT/OPEX-margin på -16,4 %. Efter SKATs regulering af royalty er marginen stadig negativ, nu med en gennemsnitlig EBIT/OPEX-margin på -6,8 %."

Af SKATs sagsfremstilling til afgørelsen fremgår bl.a.:

" 2.2. Beskrivelse af de økonomiske resultater

2.2.1. Økonomiske resultater for Adecco koncernen

Adecco koncernen har i perioden 2001 – 2009 haft følgende driftsresultater (tallene er fra databasen Amadeus, konsoliderede tal):

Tabel 1

Mio. DKK	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001
Nettoomsætning	110.635	146.842	157.571	152.220	136.551	128.386	122.280	126.698	135.649
Resultat af primær drift	486	5.502	7.875	6.084	4.581	3.947	3.800	3.311	363
EBIT %	0,44	3,75	5,00	4,00	3,35	3,07	3,11	2,61	0,27

2.2.2. Økonomiske resultater for Adecco A/S, Danmark

Adecco A/S har for 2001 – 2009 realiseret følgende resultater:

Tabel 2

DKK '000	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001
Nettoomsætning	461.006	884.615	965.682	807.066	623.489	560.838	489.647	444.035	478.245
Resultat af primær drift	-60.914	-58.797	-22.388	808	8.448	7.137	-4.693	-65.740	-34.177
EBIT %	-13,21	-6,65	-2,32	0,10	1,35	1,27	-0,96	-14,81	-7,15

2.2.3. Økonomiske resultater for Adecco SA, Schweiz

Adecco SA, der er den juridiske ejer af varemærket m.v. har i årene 2001 – 2009 haft følgende indtjening:

Tabel 3

MCHF	Statements of operations ACC S.A.								
	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001
Operating income									
Royalties and license fees	409	590	636	551	410	393	390	357	427
Dividends from subsidiaries	47	44	46	37	1.249	122	689	119	89
Gain on sale of investments	73	-	6	1	28	25	55	13	35
Release of provision on loans		43	44	11	16		33		
Interest income from subsidiaries	45	96	93	67	51	117	90	173	270
Interest income from third parties	15								
Other income	124	19	134	117	27	132	16	14	4
Financial income	304								
Total operating income	1.017	792	959	784	1.781	789	1.273	676	825
Operating expenses									
Interest expense to subsidiaries	168	73	71	49	34	28	6	70	90
Interest expense to third parties	3	19	3	2	4	13	14	14	41
Provisions on loans and investments	90					13		193	11
Taxes	52	17	72	59	34	39	33	25	27
Financial expense	30	465	11	2	64	10	20	18	72
Other expenses	103	97	168	177	459	211	119	58	78
Total operating expenses	446	671	325	289	595	314	192	378	319
Net income for the year	571	121	634	495	1.186	475	1.081	298	506

Ebit margin i ASA kan ud fra ovennævnte resultater beregnes til følgende:

Tabel 4

År	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001
EBIT margin	74,82%	83,56%	73,58%	67,88%	-11,95%	46,31%	69,49%	83,75%	81,73%

2.2.4. Sammenligning af de økonomiske resultater

Tabel 5

	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001
Adecco koncernen	0,44%	3,75%	5,00%	4,00%	3,35%	3,07%	3,11%	2,61%	0,27%
ASA, Schweiz	74,82%	83,56%	73,58%	67,88%	-11,95%	46,31%	69,49%	83,75%	81,73%
Adecco A/S, Danmark	-13,21%	-6,65%	-2,32%	0,10%	1,35%	1,27%	-0,96%	-14,81%	-7,15%

...

Selskabets forklaringer på underskud

2.3.1.1. Underskud for 2006 og 2007

I 2005 - 2006 var Adecco A/S det førende selskab inden for vikarbranchen i Danmark. I 2005 besluttede ledelsen i Danmark at udnytte mulighederne i det voksende marked ved at investere kraftigt. Selskabet indførte i 2006 en "Jordbær strategi", der betød at de ville være repræsenteret i 50 byer rundt omkring i Danmark. Jordbærstrategien var en dansk beslutning, der kun blev gennemført i Danmark. Samtidig blev en række "specialist områder" Medical & Science, Finance & Legal, IT, Construction og Outplacement styrket som følge af implementeringen af koncernens strategi - ANBM.

Kontorer op til en vis størrelse betjente alene "General Staffing", men var der kunder til vikarer inden for "Professionel Staffing", leverede man også det. I de større byer var der kontorer, der beskæftigede ansatte indenfor Medical & Science, som udgjorde 80-90 % af omsætningen indenfor "Professionel Business Lines". Adecco A/S forsøgte at komme ind på markedet inden for de øvrige Professionel Business Lines", dog uden held, hvilket skyldes de danske ansættelsesvilkår/ arbejdsmarkedsforhold.

Udvikling i et givet geografisk område foregår sædvanligvis først gennem "General Staffing". Når Adecco Danmark er implementeret i et bestemt geografisk område, vil selskabet normalt overveje at ændre kontoret til en specifik "Business Line", hvis den vurderer, at markedet giver tilstrækkelige muligheder herfor.

Udvidelsen blev for stor og skete i for højt et tempo, hvilket resulterede i, at Adecco A/S ikke havde fået ansat de rigtige personer til at lede de forskellige kontorer. Selskabet ansatte mange nye folk, og de havde en forventning om, at der var nok arbejde til alle. Der blev endvidere brugt forholdsmæssig meget tid på fejlrettelser.

Ekspansionsstrategien bestod i rekruttering og uddannelse af fastansatte medarbejdere til at drive og lede nye kontorer. 2005 til 2007 kan betragtes som en "investeringsperiode", hvor mange af de nye medarbejdere var i en uddannelsesfase, og de nyåbnede kontorer var stadig i en opstartsfasen. Væksten blev ikke så stor som forventet og derfor stod stigningen i omsætning i 2006-2007 ikke i rimeligt forhold til stigningen i driftsomkostningerne, hvilket medførte en lav driftsmargin. Bl.a. fordi det krævede 2-3 års oplæring af opå en "dygtig" medarbejder.

Ved udgangen af 2007 og begyndelsen af 2008 var selskabet repræsenteret i ca. 30 byer og havde aktiviteter inden for 5 "specialist områder". Fokus var stort set alene på vækst for at erobre en så stor markedsandel

som mulig og som følge deraf havde rentabiliteten og interne processer været svage. Der blev lavet analyser af lønsomheden, men som en del af vækststrategien blev underskud accepteret.

Det fremgår af TP-dokumentation for 2007, at Adecco A/S investerede kraftigt i nye kontorer i de 2 første kvartaler af 2007 for at udbygge sin markedsandel og sikre sin position som det førende vikarbureau på det danske marked. I 2007 blev der etableret 5-6 nye kontorer, der nødvendiggjorde betydelige omkostninger og yderligere medarbejdere. Derudover blev flere business lines udvidet i 2007, blandt andet Engineering & Technical (Construction) og Information Technology, hvor der blev afholdt omkostninger til opstart og udvidelse af disse områder. Disse business lines genererede ikke den forventede omsætning og Construction området var dybt påvirket af sammenbruddet på det danske ejendomsmarked i 2007.

Som et led i den geografiske udvidelse indgik selskabet en række kontrakter vedrørende leje af lokaler. Selskabet havde på dette tidspunkt over 300 ansatte, der organisatorisk var opdelt både geografisk og på funktioner.

Selskabets omsætning voksede kraftigt frem til første kvartal af 2007. I 3. kvartal 2007 begyndte de første tegn på resignation at vise sig og efterspørgslen efter vikarer faldt, så selskabet besluttede at iværksætte nedskæringer. Dette medførte lukninger af de nyetablerede kontorer, før de havde genereret nogen af de forventede stigninger i omsætningen.

2.3.1.2. Underskud for 2008 og 2009

Resultaterne i 2008 og 2009 er påvirkede af omstrukturingsomkostninger, der hovedsagelig relaterer sig til personalereduktioner og lukning af kontorer.

Ca. 20 kontorer blev lukket ned i 2008 og 2009. Ved udgangen af 2009 er der 10 kontorer tilbage. I de fleste tilfælde var der indgået langvarige lejekontrakter, hvilket har medført store tab, da lokalerne blev fraflyttet inden lejeperiodens udløb.

En anden stor omkostning i forbindelse med nedskæringerne har været lokaler til husning af udenlandske vikarer, hovedsagelig indenfor Construction.

Omsætningen faldt kraftigt i perioden 2008-2009 fra ca. 70-80 mio. DKK pr måned til 30-35 mio. DKK pr. måned. Faldet i omsætningen skyldes dels det generelle fald i markedet, men også de ovenfor nævnte geografiske nedskæringer.

Faldet i markedet har bevirket at Adecco A/S fra januar 2008 til december 2009 har skåret i organisationen og i antallet af Business Lines til nu

kun 3 afdelinger. "Medical & Science" og "General Staffing". Under "General Staffing" er en afdeling med de øvrige "gamle" business lines samlet til "rekruttering". Effekten af nedskæringerne kan blandt andet ses af, at omsætningsnedgangen procentvis har været mindre end nedgangen i antallet af medarbejdere. Selskabet har nu en optimal fordeling mellem stab og drift på 20/80, hvor den før lå på ca. 30/70.

Antallet af ansatte er blevet reduceret så der ved udgangen af 2008 var lidt over 200 ansatte. Yderlige 50 blev afskediget i januar 2009. Disse afskedigelser har kostet selskabet op til 9 mdr. løn i opsigelsesperioden.

Herudover blev den administrerende direktør udskiftet i oktober 2009.

Frem til 2010, har Adecco Danmark ikke udviklet nogen væsentlig aktivitet i de "Professional Business Lines" (undtagen Medical & Science), hovedsagelig på grund af det lille marked i Danmark for vikarer.

2.3.1.3. Selskabets samlede vurdering af underskud over perioden 2006 - 2009

Selskabet har udarbejdet en tabel, der viser udviklingen i det samlede antal kontorer og det samlede antal medarbejdere (delt mellem front office personale og back office-personale). Funktionen af back-office var at støtte den administrative funktion af kontorerne i Danmark alene.

Tabel 6

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Number of branches	15	23	23	25	36	48	42	13	7
Number of FTE in branches	140	121	108	136	199	239	168	73	61
Total FTEs	179	156	145	173	246	317	254	109	97

Denne stigning i antallet af kontorer førte til en enorm stigning i lokale omkostninger, personaleomkostninger og back-office omkostninger.

Den økonomiske krise forhindrede Adecco A/S i at generere tilstrækkeligt salg til at dække de omkostninger, der var en del af jordbærstrategien. Nedenstående tabel viser udviklingen af SG&A-omkostninger for perioden 2004 til 2010:

Tabel 7

DKK '000	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Sales	560,838	623,489	807,066	965,682	884,615	461,006	369,443
Variation (%)		11.17%	29.44%	19.65%	-8.39%	-47.89%	-19.86%
Total SG&A Expenses	98,946	111,544	150,042	201,991	205,972	123,776	80,733
Variation (%)		12.73%	34.51%	34.62%	1.97%	-39.91%	-34.77%
Premises expenses	6,254	6,376	9,246	14,632	20,804	17,526	9,288
Variation (%)		1.96%	45.01%	58.24%	42.18%	-15.75%	-47.01%
Office & Administrative expenses	7,699	9,086	11,683	14,622	12,703	7,821	5,395
Variation (%)		18.01%	28.58%	25.16%	-13.12%	-38.44%	-31.01%
Compensation expenses	60,555	69,441	98,199	129,864	139,083	92,144	59,525
Variation (%)		14.67%	41.41%	32.25%	7.10%	-33.75%	-35.40%

Den fejlslagne strategi, og de omkostninger der var forbundet med at have alt for mange ansatte i Danmark, skyldtes efter selskabets opfattelse dårlig ledelse i Danmark. Der er efterfølgende sket stor udskiftning i ledelsen, og strukturen i selskabet er ændret væsentligt.

Selskabet har udarbejdet en oversigt, hvor de justerer resultaterne med de negative påvirkninger af de ændrede strategier m.v.

Tabellen viser, hvilken indtjening Adecco A/S ville have opnået, såfremt selskabet havde opretholdt den samme effektivitet i perioden 2006 – 2010, som selskabet havde i 2004 og 2005. Adecco A/S har beregnet de gennemsnitlige omkostninger i 2004-2005 i forhold til omsætningen for hver kategori af omkostninger, der har været påvirket og anvendt samme forhold i de efterfølgende år.

Tabel 8

DKK '000	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2004 - 2005 average Pro forma ratios
Sales	560,838	623,489	807,066	965,682	884,615	461,006	369,443	
Premises expenses	6,254	6,376	9,246	14,632	20,804	17,526	9,288	
<i>Premises expenses to sales</i>	1.12%	1.02%	1.15%	1.52%	2.35%	3.80%	2.51%	1.07%
Office & Administrative expenses	7,699	9,086	11,683	14,622	12,703	7,821	5,395	
<i>Office & administrative expenses to sales</i>	1.37%	1.46%	1.45%	1.51%	1.44%	1.70%	1.46%	1.42%
Compensation expenses	60,555	69,441	98,199	129,864	139,083	92,144	59,525	
<i>Compensation to sales</i>	10.80%	11.14%	12.17%	13.45%	15.72%	19.99%	16.11%	10.97%
Adjusted premises expenses (1.07% of sales)	6,254	6,376	8,627	10,322	9,456	4,928	3,949	
Adjusted Office & Administrative expenses (1.47% of sales)	7,699	9,086	11,420	13,665	12,518	6,523	5,228	
Adjusted Compensation expenses (7.42% of sales)	60,555	69,441	88,513	105,909	97,018	50,560	40,518	
Actual EBIT	7,137	8,448	808	(22,388)	(58,797)	(60,914)	(20,128)	
Pro forma EBIT	7,137	8,448	11,376	6,834	-5,198	-5,435	4,385	
Pro forma operatin margin	1.27%	1.35%	1.41%	0.71%	-0.59%	-1.18%	1.19%	

Den øgede vækst i hele Europa burde kunne generere større omsætning med det samme antal af ansatte. I Danmark var der for mange ansatte og deres effektivitet var for lav, idet de ikke havde de nødvendige kvalifikationer.

De dårlige resultater skyldtes efter selskabets vurdering for ca. 50 % finanskrisen, medens de øvrige 50 % skyldes interne forhold. Der er sket ændringer i selskabets strategi (både i Danmark og på koncernniveau). Hvor selskabet tidligere fokuserede på markedsandele er fokus nu på lønsomhed/omkostninger.

Når selskabet nu byder på f.eks. globale kontrakter sker det ud fra en lønsomhedsbetragtning. Lønsomhed i kontrakterne er forskellig fra land til land på grund af forskellig omkostningsstruktur i de enkelte lande blandt andet med hensyn til antallet af overenskomster, lønniveau m.v.

...

3.3. Koncernstrategi

Oplysninger om koncernstrategi i afsnit 3.3.1. – 3.3.3. er koncernens oplysninger om strategi og fordele m.v.

3.3.1. Overordnet koncernstrategi

Den 1/7-06 ændres royaltysatsen som følge af implementeringen af Adecco' New Business Model (ANBM), således royaltysatsen går fra 1,5 % på hele nettoomsætningen til en differentieret sats på 2 % for "Blue Collar" og 4 % for "White Collar".

Under Adecco Old Business Model (AOMB) drev koncernen vikarvirksomhed, hvor fokus hovedsagelig var rettet mod nationale og internationale kunder indenfor "Office and Industrial Staffing" området. Koncernen opererede under mange forskellige varemærker, der kunne opdeles i 3 forretningsområder frem til medio 2006. Koncernen fokuserede på de 3 brands – se ovenfor under pkt. 3.2.2. "Beskrivelse af royaltybetalingerne fra 2003 – 2005", Adecco, Ajilon og Lee Hecht Harrison.

Salg til multinationale selskaber skete fra "the Staffing Service Division (Adecco)" og som regel foregik salget gennem en central (indkøbs-) afdeling hos kunden.

Salget foregik gennem 3 hovedkanaler, de lokale datterselskaber, the International Sales team, og internettet.

Markedsføring bestod i traditionelle markedsføringskampagner med annoncering, sponsorater osv. Sponsorater var hovedsagelig rettet mod sportsbegivenheder og henvendte sig primært til yngre kandidater.

Ved ANBM 2006, der var baggrunden for ændringen af royaltysatsen i 2006, blev fokus rettet mod følgende

- Gå fra et "Generel Staffing" selskab til et "Generel og Professional Staffing" selskab. Denne udvikling skete gennem en ny virksomhedssegmentering med to overordnede forretningsområder (Office & Industri) og 6 "Professional Business Lines".
- Re-branding strategi under Adecco brandet (i modsætning til flere brands med fragmenterede investeringer). Hele virksomheden blev samlet under et varemærke – Adecco - under sloganet "Better Work, Better Life"
- Konsolidering af back-office på landeniveau. Samlingen til et varemærke gjorde at back offices i de enkelte lande kunne samles til et og dermed spare omkostninger og kompleksiteten.

Koncernen forventer, at der vil blive genereret højere margins i de enkelte datterselskaber, som følge af,

- en stigning dækningsgraden som følge af skift til "Professional Staffing",
- omkostningsbesparelse pga. ændring i "back offices" strukturen og
- bedre cashflow pga. nye pris- og betalingsvilkår.

Forventningerne blev indarbejdet i den licensaftale der gælder fra 1/7 2006.

...

3.3.2. Markedsføring

ASAs ansvar er at udvikle immaterielle markedsføringsaktiver, der giver værdi for datterselskaberne på verdensplan.

Koncernen har anvendt en strategi om sponsorering inden for sportsverdenen for at markedsføre og udvikle Adecco varemærket. Som tidligere beskrevet under pkt. 3.3.1. "Overordnet koncernstrategi" er dette ikke nyt, og de fleste af de begivenheder (støttet af Adecco), der henvises til i TP-dokumentationerne, vedrører perioder helt tilbage til 2002.

Lokale selskaber, herunder Adecco Danmark, er ansvarlig for hele den lokale udvikling. Denne fordeling er, efter Adecco' opfattelse, magen til forholdene hos tredjemand, når ejeren af et værdifuldt immaterielt aktiv licenserer dette til en anden part, der bærer risikoen for driften af dette immaterielle aktiv og drager fordel af forbedring af sådanne immaterielle aktiver.

De lokale datterselskaber kan vælge at sponsorere sportsbegivenheder lokalt. Adecco A/S har den 7/2 2007 indgået en samarbejdsaftale med Team Danmark over 2 år om at være hovedsponsor. Ifølge aftalen betaler Adecco A/S i 2007, 850.000 kr. og i 2008, 900.000 kr. til Team Danmark

3.3.3. Globale kunder

Globale kunder er ekstremt vigtige indenfor vikarbranchen og en stor del af koncernens omsætning er med globale kunder. Globale kunder er kunder, der er implementeret worldwide.

Globale kunder har altid været en del af strategien i Adecco. Det var ikke nyt ved indførelse af ANBM.

Jf. TP-dokumentationen for 2008 ønsker Adecco at bibeholde eller få følgende globale virksomheder som kunder, IBM, Barclays, Citigroup og Amex.

Det "*international network*" henviser til den globale tilstedeværelse og evne til at markedsføre virksomheden internationalt under koordine-

ring af ASA og brug af varemærket i Adecco koncernen. De internationale salgsteam's aktiviteter organiseres og styres af ASA, der koordinerer salgsbesøg til internationale kunder, vedligeholder globale relationer og udvikler globale paraplykontrakter på vegne af alle Adecco' datterselskaber.

Adecco har et International Sales Support Team bestående af ledende medarbejdere, der bistår ved etablering af salg til globale kunder. Disse teams er placeret rundt om i verden tæt på de store kunder.

Indgåelsen af og proceduren bag aftaler med globale kunder foretages af "lead country" (lead er placeret i det land, der har den overordnede kontakten med kunden). Kontrakten forhandles overordnet med ASAs "International Sales Team", hvorefter der forhandles lokalt for hvert enkelt deltagende land. Adecco A/S gennemgår den globale kontrakts betingelser m.v. og giver derefter tilbud for den danske del af kontrakten. Kunden får derefter en kontrakt omfattende de involverede lande. Kunden kan acceptere kontrakten i sin helhed eller kun for udvalgte lande. De enkelte datterselskaber kan vælge at sige nej til kontrakterne, hvilket også er sket for Danmarks vedkommende. Omkostningerne vedrørende "International Sales Team" er dækket af royaltybetalingerne. Danmark er ikke Lead på nogen kontrakter.

...

Koncernen havde i 2007 ca. 120 globale kunder.

I Danmark udgør de globale kunder ikke en stor del af den samlede omsætning, som det er tilfældet for den øvrige del af koncernen. De globale kunder udgør i Adecco A/S samt i de øvrige nordiske lande følgende:

Tabel 15

År	2009			2008			2007		
	Oms.	Oms. Total	I %	Oms.	Oms. Total	I %	Oms.	Oms. Total	I %
in €	Globale		af oms.	Globale		af oms.	Globale		af oms.
Danmark	5.198.724	61.657.701	8,43%	12.863.994	120.274.101	10,70%	8.292.808	129.251.418	6,42%
Finland	5.205.539	28.569.542	18,22%	12.808.870	51.582.000	24,83%	16.322.033		
Norge	29.443.347	280.047.114	10,51%	35.714.421	336.106.895	10,63%	41.333.376	386.336.251	10,70%
Sverige	56.626.081	156.293.984	36,23%	97.070.759	218.433.072	44,44%	82.322.103	252.903.257	32,55%

Som det fremgår af tabellen, er Adecco A/S det land i Norden, der har den laveste andel af globale kunder.

3.4. TP-dokumentationen

3.4.1. Sammenlignelighedsanalysen

3.4.1.1. Funktions- og risikoanalysen

...

Selskabet oplyste på mødet den 20/3 2012, efter forespørgsel fra SKAT, følgende omkring funktioner og risici vedrørende Adecco Danmark A/S:

“In performing its recruitment and sales functions, Adecco Denmark benefits in particular from the Adecco brand awareness among clients and customers, the international network, strategic recommendations and innovative work procedures.

The primary function of Adecco Denmark is the development and operation of local business. In order to be successful in a highly competitive market, Adecco A/S must focus on their core competencies, i.e. the provision of highest level of staffing and personnel services to clients within the local market at competitive prices. Acting as an entrepreneur, Adecco Denmark benefits from and support the risks associated with the market, client and candidate retention, sales development, etc.

In relation to sales functions, Adecco Denmark is responsible for determining its organization, implementing client prospection, negotiating prices and sales conditions, setting up branches, managing human resources, etc. In relation to the recruitment function, Adecco Denmark is responsible for planning the staffing demand, screening and selecting candidates, managing the relationships with candidates, providing career management services, etc.”

...

Selskabet får stillet forskellige økonomiske og juridiske værktøjer (tools) til rådighed, især på salgsdelen i form af forskellige koncepter. Flere af de systemer, der udbydes fra ASA skal tilrettes til danske forhold. Dette arbejde udføres i IT-Nordic og betales via Nordic IT service fee. De enkelte lande i koncernen har et stort antal af egne udviklede platforme, der ikke kan anvende, af andre, hovedsageligt på grund af de meget store forskelle i arbejdsmarkedet. De systemer der udbydes fra ASA er hovedsagelig økonomisystemer – back office-systemer og HR.

Ud over de værktøjer, der stilles til rådighed fra ASA, har Adecco A/S investeret i egne/eksterne systemer. Det drejer sig om blandt andet *Navigation* (bogføringssystem), der anvendes til den daglige bogføring m.v.

Master Person Analysis- Testværktøj til test af ansøgere til faste stillinger (både interne i Adecco og hos kunder). Der er tale om et dansk udviklet system, hvorfor mange danske selskaber foretrækker dette system.
OPQ32 - Ligeledes et testværktøj i lighed med *Master Person Analysis*. Adecco A/S er mere og mere gået over til at anvende dette i stedet. Der er tale om et internationalt udviklet system, der er billigere end MPA.
Kontrakter - Selskabet har et eget system til sagsstyring af kontrakter (bortset fra globale kunder).

...

3.4.1.2. Selskabets valg af metode

...

På møde den 20/3 2012 oplyste selskabet yderligere vedrørende brugen af CUP:

Vedrørende selskabets brug af amerikanske interne og eksterne franchisetagere som sammenlignelige var det Adecco A/S' opfattelse, at det var det bedste benchmark, de kunne opnå. Der fandtes ikke andre, og efter deres opfattelse var det ikke muligt at finde sammenlignelige i Danmark, pga. selskabernes forskellige risikoprofil. Adecco A/S havde en højere risikoprofil end øvrige mulige sammenlignelige, bl.a. fordi de øvrige virksomheders marked ofte var lille og begrænset til en by. Det var derfor ikke muligt at sammenligne på en TNMM.

Adecco har valgt CUP-metoden som den bedste sammenlignelige metode for royalties, der betales af Adecco A/S. Med hensyn til TNMM, mener virksomheden, at en sådan transfer pricing-metode kan anvendes til rutinemæssige funktioner, der udføres af enheder med begrænsede risici. Da Adecco Danmark er en risikovillig virksomhed, kan dens interne afregningspriser ikke testes ved en sammenligning med de marginer, der optjent af andre virksomheder.

Ved anvendelsen CUP-metoden, finder Adecco, at den interne CUP analyse var den mest relevante, da den fokuserer på de samme immaterielle aktiver. Den eksterne CUP var baseret på tilgængelige aftaler på det amerikanske marked og bekræftede, at royaltystrukturen var i overensstemmelse med armslængdeprincippet.

...

5. SKATs bemærkninger og begrundelse

...

Det er SKATs opfattelse, at den royalty, som Adecco A/S betaler til ASA ikke er i overensstemmelse med armslængdeprincippet i LL § 2 stk. 1.

...

5.1. SKATs bemærkninger til selskabets anvendelse af CUP

...

5.1.2. SKATs vurdering af Adecco A/S' sammenligningsanalyser

...

5.1.2.1 Markedsforhold

Den føderale lovgivning i USA giver ikke ret til betalt ferie, bortset fra visse "government contractors" og "subcontractors". Ifølge en undersøgelse fra 2007, har en ud af fire amerikanere ikke nogen ferie med løn. Den gennemsnitlige medarbejder i den private sektor har kun omkring ni dages betalt ferie og omkring 6 betalte helligdagsferie om året. Aftaler om ferie er generelt baseret på aftaler mellem arbejdsgiver og medarbejderen.

Der findes heller ingen regler omkring betalt løn under sygdom, bortset fra nogle amerikanske byer, der har indført regulering af betalte sygedag (San Francisco og Washington DC).

Dog skal arbejdsgiver betale Social Security og Medicare, worker's compensation og unemployment insurance. Disse omfatter pensioner og forskellige typer af sygeforsikringer. Arbejdsgiveren betaler halvdel og den anden halvdel trækkes af medarbejderens løn.

Lønniveauet i Danmark er højt sammenlignet med andre lande. Samtidig tjener en fuldtidsansat sygeplejerske i Danmark en løn, der er 15% højere end den gennemsnitlige dansker. I Finland, Norge og Storbritannien ligger sygeplejerskernes løn under gennemsnittet.

Den enkelte vikar blev ansat i Adecco A/S på samme overenskomst som de ansatte ude hos kunden. Årsagen til at f.eks. plejepersonale (sygeplejersker og SOSU-medarbejdere) fik en højere løn hos Adecco end ude på f.eks. sygehusene var, at de selv skulle stå for indbetalingerne til pensionsordninger.

Ovennævnte medfører, at beregningsgrundlaget for opgørelse af royaltymbetalingen er højere end beregningsgrundlaget for de sammenlignelige virksomheder.

5.1.2.2. Bemærkninger til selskabets konklusion vedrørende intern cup

I TP-dokumentationen fremgår det, at de interne franchisetagere betaler et franchisefee for "the Adecco brand name and the associated networking

and marketing intangibles”, som svarer til den royalty Adecco A/S betaler til ASA. En forudsætning for, at franchiseaftalerne kan anses for sammenlignelige med Adecco A/S' licensaftale er, at det er muligt at justere for de yderligere ydelser, som franchisetagerne modtager. Ud over de justeringer der er foretaget af Adecco, finder SKAT, at der skal foretages yderligere justeringer, for at de interne franchiseaftaler kan anses for at være sammenlignelige.

Justeringer af den interne CUP

Fire franchisetagere (5 aftaler ud af 37 aftaler i 2007) tegnede ikke den tillægsaftale i 2002, der ændrede vilkårene for beregningen af franchisefee. I henhold til tillægsaftalen betaler franchisetagerne ikke længere det højeste beløb af 6% af omsætningen eller 25-35 % af bruttoavancen, men alene en procentdel af bruttoavancen. Franchisetagerne havde alt at vinde ved at tegne tillægsaftalen, eftersom beregningen efter den tidligere aftale resulterede i en fee som altid var den højeste værdi af de to beregningsmetoder.

SKAT finder ikke, at en uafhængig part ville afstå fra at underskrive en tillægsaftale, der giver mulighed for en lavere fee. Dette er ikke en rationel økonomisk adfærd. SKAT finder derfor, at franchisefee, der ikke beregnes i henhold til tillægsaftalen, ikke er sammenlignelig.

Franchisefee er i de fleste aftaler beregnet som 25 % af bruttoavancen. I tre tilfælde (i 2007) er der anvendt en procentsats, der overstiger 25 %. Dette skyldes aftalens *“Volume Incentive Schedule”*, hvor der betales en højere franchisefee, såfremt antallet af udfakturerede timer er mindre end 200.000. SKAT finder ikke, at disse franchiseaftaler er sammenlignelige med Adecco A/S, idet Adecco A/S hvert år udfakturerer langt mere end 200.000 timer.

Markedsføringsbidrag

I henhold til franchiseaftalerne er franchisetagerne berettiget til et lokalt markedsføringsbidrag på maks. 2% af sidste års bruttoavance. Tilsvarende aftalevilkår fremgår ikke af licensaftalen mellem Adecco A/S og ASA. Adecco A/S betaler selv for lokal markedsføring. Der er ikke taget hensyn til dette i Adecco' beregning.

SKATs beregning

Gennemgangen af de interne franchisetagere viser, at der er tale om standardaftaler, der kun afviger i den forstand, at nogle franchisetagere ikke indgik tillægsaftaler i 2002.

Da aftalerne indeholder de samme aftalevilkår, og franchisetagerne betaler for de samme immaterielle aktiver, finder SKAT, at procentsatsen for *“the Adecco brand name and the associated networking and marketing intangibles”* (varemærket) burde være den samme for alle franchisetagere, men at procentsatsen for de yderligere ydelser, der leveres til franchisetagerne, i stedet er den del af den samlede feebetaling, som varierer for den enkelte franchisetager.

SKAT finder, at summen af samtlige franchisetageres franchisefee skal sættes i forhold til summen af samtlige franchisetageres omsætning på samme måde som ved beregningen af den yderligere ydelse (servicedelen). På denne måde fremkommer der kun en royaltysats, som derefter reduceres med den af Adecco beregnede procentsats vedrørende de yderligere ydelser. Se tabellen nedenfor. Tabellen er også reguleret for SKATs justeringer vedrørende aftaler, hvor der ikke er indgået til-lægsaftale i 2002 samt for aftaler med få udfakturerede timer.

Tabel 21

USD	2009		2008		2007	
	Samtlige fran- chise-tagere	Justering af franchise- tagere	Samtlige fran- chise-tagere	Justering af franchise- tagere	Samtlige fran- chise-tagere	Justering af franchise- tagere
Total Sales	53.510.552	41.100.445	98.513.464	79.700.707	186.408.257	159.304.791
Total fees	2.260.661	1.547.958	4.006.505	3.060.886	7.622.955	6.069.797
Fees as % of total sales	4,22%	3,77%	4,07%	3,84%	4,09%	3,81%
Value of Services	1.283.970	986.193	2.068.783	1.673.715	4.053.710	3.464.307
Value of Services as % of total sales	2,40%	2,40%	2,10%	2,10%	2,17%	2,17%
Value of brand name as % of total sales	1,83%	1,37%	1,97%	1,74%	1,91%	1,64%

...

5.1.2.3. Bemærkninger til selskabets konklusion vedrørende eksternt cup

Samtlige eksterne franchiseaftaler vedrører bemandingsvirksomheder, men en del af aftalerne vedrører alene rekruttering (permanent placement), en del af aftalerne vedrører både rekrutterings- og vikarvirksomhed (temporary placement) og en del alene vikarbureauvirksomhed. En del af de aftaler, som vedrører både rekruttering og vikarvirksomhed, har differentierede royalties, men i alle disse tilfælde foreligger der ikke nogen oplysninger om hvor stor en andel af franchisetageres omsætning, der vedrører rekruttering og hvor stor en andel der vedrører vikarvirksomheden. De aftaler, der alene vedrører rekruttering, ligger alle i den øverste del af skalaen i forhold til de franchisefee, der er angivet for de aftaler, der vedrører vikarvirksomhed.

Der er forskel på de funktioner, der anvendes i forbindelse med "salg" af vikarer og "salg" af fastansatte i form af f.eks. udførelse af tests og udarbejdelse af kontrakter m.v., de værktøjer (maskinelle tests) der anvendes i forbindelse med fastansættelse kræver en større kompetence og viden hos den person der udfører testen, og endelig er der forskellig risici tilknyttet vikarer og fastansættelse, idet risikoen vedrørende vikaren ikke overdrages til kunden.

SKAT finder derfor ikke at licensaftalerne om betaling af royalty fra Adecco A/S til ASA kan sammenlignes med eksterne US franchisegivere, der udelukkende driver virksomhed med fastansættelse.

De franchisekontrakter, der udelukkende har fastansættelse afvises som sammenlignelige, idet det ikke er muligt at justere for disse forskelle.

Da andelen af rekruttering (permanent placement) i Danmark maksimalt har været 4 %, finder SKAT heller ikke at de aftaler, der vedrører både rekruttering og vikarvirksomhed, hvor der ikke er en differentieret betaling, kan anses for at være sammenlignelige. Der mangler oplysninger om, hvor stor en andel af franchisetagers omsætning, der forventes at ligge på henholdsvis fastansættelse og vikarer.

For 2006 – 2008 har 5 franchisekontrakter udelukkende fastansættelse. 4 har alene vikarer medens de sidste 6 har både vikarer og fastansættelse. For 2009 vedrører 7 udelukkende fastansættelse. 5 har både vikarer og fastansættelse.

Differentieret franchisefee

Gennemgangen af de eksterne franchiseaftaler viser, at en differentieret franchisefee alene forekommer i de aftaler, der vedrører både vikarvirksomhed og rekruttering (temporary and permanent placement). Der forekommer ingen differentiering i de aftaler, der vedrører forskellige kategorier af vikarvirksomhed, dvs. i disse aftaler er der ikke nogen forskel på franchisefee uanset om udlejningen vedrører blue collar eller white collar segmentet.

Fejl i undersøgelsen

Ved gennemgangen af oversigten over de forskellige franchiseaftaler, har SKAT konstateret flere fejl i den beregnede franchisefee. For visse aftaler faktureres en særskilt betaling for lokal markedsføring. Disse feebetalinger for lokal markedsføring er også tillagt den samlede royaltybetaling i sammenligningsanalysen på trods af, at det i licensaftalen mellem Adecco A/S og ASA fremgår, at ASA betaler for global markedsføring, medens den lokale markedsføring skal betales af Adecco A/S.

Derudover er der flere fejl i den oversigt, der udarbejdes af PWC for 2009, hvor franchisefee, der betales ved temporary placement fejlagtigt er tillagt franchise fee betalingen for permanent placement. Disse fejl fremgår nærmere af bilag 1.

Regulering for yderligere ydelser

Det ses af de gennemgåede kontrakter, at jo flere funktioner/ydelser Franchisegiver udfører for Franchisetager, f.eks. i form af varetagelse af kundefakturering og lønninger, finansiering af lønninger/betaling af licenser, tab på debitorer og software - jo større fee.

Vedr. AtWork og Snelling er deres kontrakt specificeret med hensyn til betaling for vikarer og fastansættelse. Derudover betaler franchisetager en fee for særlige serviceydelser. Den særskilte service fee der betales vedrørende AtWork varierer fra 0,1 % - 3,7 % for 2006 – 2008 og 0,6 % - 5,1 % i 2009. Vedrørende Snelling varierer betalingen i alle årene mellem 3,0 % og 4 %.

Det store spænd i den ekstra særskilte fee betaling, der ved max. betaling langt overstiger den "normale" fee betaling viser, at den samlede feebetaling er meget afhængig af, hvilke ydelser franchisetager får stillet til rådighed/dækket af franchisegiver.

Selskabet og PWC har valgt at anvende et "tilnærmet" gennemsnit til brug for justeringen for administrationsfee. SKAT finder at dette "tilnærmede" gennemsnit er for usikkert, og det har ikke været muligt for SKAT ud fra det indsendte at kunne konstatere, hvilke ydelser franchisetager rent faktisk modtog for den særskilte fee. PWC har i deres analyse vedrørende 2009 ikke været konsekvent i deres justeringer, se ovenfor. Såfremt der konsekvent modregnes 3,5% som administrationsfee vedrørende temporary placement tillige med at fee for lokal markedsføring ikke medtages medfører dette at feebetalingen for varemærke i flere tilfælde bliver negativ. Dette er ikke muligt, og det viser at den foretagne justering er alt for usikker.

5.1.3. SKATs konklusion vedrørende CUP

Jf. OECD Guidelines 2.16 kan det være vanskeligt at foretage rimeligt nøjagtige justeringer for at eliminere effekten på prisen, hvor der er forskelle mellem de kontrollerede og ukontrollerede transaktioner eller mellem virksomheder, der foretager disse transaktioner.

CUP-metoden forudsætter, at der er stor produktlighed, samtidig med at ydre forhold kan spille ind på prisen.

For at fastslå om den licensafgift Adecco A/S betaler til ASA er på armslængde, har selskabet foretaget to sammenlignelighedsanalyser. Som sammenlignelige virksomheder har Adecco A/S valgt dels en intern CUP vedrørende interne franchisetagere i USA og dels en ekstern CUP på uafhængige franchisetagere i USA.

Forskelle i markedsforhold

Der er ofte forskellige priser på forskellige markeder vedrørende de samme varer eller tjenesteydelser. Det er derfor vigtigt, at de markeder,

som de sammenlignelige opererer på, er sammenlignelige. Der er store forskelle på markedsforholdene i USA og i Danmark. Dette har betydning for sammenlignelighed. Blandt andet er lønniveauet i Danmark væsentligt højere samtidig med, at konkurrencen og antallet af virksomheder i Danmark er langt større end i USA.

SKAT finder endvidere, at koncernens valg af at bruge eksterne franchiseagere i USA, men ikke i Danmark viser, at markederne ikke er sammenlignelige.

Vedrørende de eksterne franchiseaftaler er disse baseret på omsætningen, hvilket betyder at der ikke kan foretages pålidelige justeringer for forskelle i blandt andet lønniveau, konkurrenceforhold m.v.

Forskelle i royaltysatser

I henhold til licensaftalen mellem Adecco A/S og ASA får selskabet retten til at anvende varemærket Adecco, know-how og internationalt netværk med en royaltobetaling på 2% af omsætningen indenfor Office and Industrial Business Lines" og 4% vedrørende omsætningen indenfor "Professional Business Lines".

Adecco A/S har i TP-dokumentationen begrundet deres differentiering af royaltysatserne for henholdsvis "Office and Industrial Business Lines" og "Professional Business Lines" med at niveauet af know how og den ekspertise, der er nødvendig, fordi de to forretningsområder er forskellige.

Revisionen har vist, at de værktøjer (tools), som ASA leverer til Adecco A/S, ikke er forskellige for de to forskellige personalekategorier. Der anvendes dog særlige værktøjer overfor "*global clients*".

Ud over de rationaler der er nævnt ovenfor, er årsagen til at Adecco har to forskellige satser for "Office and Industrial Lines" og "Professional Lines", at niveauet af know-how og ekspertise der kræves for at varetage forretningerne er marginalt forskelligt. For eksempel er niveauet for rekrutterings-, salgs- og marketingspersonale i "Professional Business Lines" relativt højere med hensyn til den uddannelse, den erfaring og de færdigheder, der kræves. Deres opgaver med at rekruttere højt kvalificerede kandidater og beskæftiger sig med kunder i denne sektor er markant mere kompliceret end dem i "Office af Industrial Business Lines" sektoreren.

Tilsvarende, kompleksiteten i "Professional Business Lines" sektoren taget i betragtning, er marginerne tjent i denne sektor også relativt højere end for "Office and Business Lines" sektoren.

Såfremt der tages hensyn til alle de ovennævnte pointer, er det tydeligt, at niveauet for de to forretningsområder ikke ligner hinanden med hensyn til virksomhedsdrift og kompleksitet, herunder niveauet indtjeningen. Derfor kan anvendelsen af to forskellige royalties til begge disse

forretningsområder, baseret på deres virkefelt og kompleksitet anses for hensigtsmæssig. Derfor anvendes der en royalty på 2% for "Office and Industrial Business Lines" og en royalty på 4% for "Professional Business Lines".

De interne medarbejdere i Adecco A/S, der håndterer ansættelse af vikarpersonale m.v., oplæres/uddannes lokalt i Danmark enten internt i selskabet eller suppleret med eksternt købt uddannelse. I alle tilfælde betales oplæring og uddannelse af Adecco A/S.

SKAT har modtaget oversigter over omsætning og indtjeningen på de forskellige business lines. Af disse kan SKAT beregne, at både bruttoavance og "contribution" for "Professional Business Lines" har været lavere end de tilsvarende resultater for "Office and Industrial Business Lines". Dertil kommer, at segmentet "Professional Business Lines" er baseret på "experts talk to experts", hvortil der kræves højere uddannet personale.

SKAT finder derfor ikke, at en uafhængig part ville være villig til at betale en højere royaltysats, hvis de ikke får del i en højere indtjening.

Gennemgangen af den eksterne CUP viser, at de eksterne franchisetagere ikke opkræves en franchisefee baseret på differentierede feebetalinger afhængig af, om der er tale om Blue Collar eller White Collar, men en differentiering i forhold til om der er tale om vikarer eller fastansatte.

Sammenfatning

Vedrørende de interne franchiseaftaler, der er indgået tilbage i 1989 fremgår det af hjemmesider, at de nu også driver virksomhed indenfor "Professional Business Lines". Der er ikke indgået nye aftaler eller tilfølgsaftaler siden 2002.

De eksterne franchiseaftaler der har udlejning af vikarer inden for begge personalekategorier anvender eller betaler ikke forskellige procent-satser.

Alle de af ACC udvalgte eksternt sammenlignelige skal afvises jf. begrundelserne ovenfor, og da der er meget stor usikkerhed omkring værdien af de services/ydelser, der udføres af Franchisegiver overfor Franchisetager og derfor ikke er muligt at beregne værdien af de yderligere tjenester. Det er derfor ikke muligt at justere fee-betalingerne til brug for en CUP, så den kan anvendes som et pålideligt benchmark.

SKAT finder heller ikke, at de interne franchiseaftaler kan anvendes som sammenlignelige i forhold til Adecco A/S, idet det ikke er muligt at foretage rimelige justeringer for forskellene i henhold til de 5 sammenlignelighedsfaktorer.

Den fremlagte transfer pricing dokumentation, jf. SKL § 3 B, kan således ikke danne grundlag for en vurdering af om royaltyen er fastsat i overensstemmelse med armslængdeprincippet.

5.2. Armslængdevurdering af royalty

Adecco A/S betaler royalty til ASA for retten til at anvende varemærket Adecco, "know-how intangibles" og "international network intangibles", i henhold til ANBM.

Adecco A/S har for egen regning og risiko afholdt betydelige salgs- og markedsføringsomkostninger, der efter omstændighederne må betegnes som ekstraordinære. Omkostningerne kan anses for at være ekstraordinære, fordi omkostningerne vurderes at stå i et misforhold til den forventede fremtidige indtjening. I denne vurdering er der henset til den indgåede licensaftale, hvor artikel 8.2 fremgår, at opsigelsesperioden er på blot 3 [måneder], samt til artikel 8.6, hvor der fremgår, at licenstageren Adecco A/S ikke får en kompensation for goodwill opbygget i aftaleperioden.

Adecco A/S har omkostninger til nedenstående, der understøtter førnævnte immaterielle aktiver, der ejes af ASA:

- risikoen ved implementering af nye strategier, herunder
- omkostninger til implementering og udførelse af ny strategi herunder udvidelse for at øge markedsandelen i Danmark i overensstemmelse med koncernens strategi om en markedsandel på 20%
- ekstraordinære omkostninger til medarbejdere (experts), herunder uddannelse/oplæring, samt køb af eksterne kurser/uddannelse,
- alle lokale udgifter til markedsføring både overfor kunder og kandidater, herunder Business Development afdelingen og sponsoraftale med Team Danmark
- omkostninger i forbindelse med at tiltrække kvalificerede kandidater (omkostninger til employment branding)
- lokal know-how vedrørende det danske marked, herunder blandt andet love/regler, udviklingen i markedet, kundernes krav og forventninger, arbejdsmarkedsforhold m.v.
- være til stede i Danmark for at koncernen kan servicere de globale kunder
- omkostninger til egne systemer og værktøjer samt tilretninger af værktøjer og programmer, der udbydes af ASA

En uafhængig part vil efter SKATs opfattelse, ikke afholde sådanne udgifter uden en form for kompensation eller nedslag i en royaltybetaling, jf. nedenstående afsnit 5.2.1 og 5.2.2.

Hvis Adecco A/S ikke var forbundet med varemærkeejerne, da ville Adecco A/S have overvejet andre alternativer såsom at opsiges, genforhandle eller indgå andre mere profitable licensaftaler, OECD Guidelines 1.34-1.35. En genforhandling er netop en mulighed i denne situation, da licensaftalens artikel 8.2 fastslår, at aftalen for begge parter kan opsiges med tre måneders varsel.

Koncernforbindelsen har bevirket, at Adecco A/S har opretholdt ugunstige aftaler, ikke forhandlet bedre vilkår og ikke opsøgt bedre alternativer.

...

7. Sandsynlighedstjek

Som nævnt er royaltybetalingen ikke fastsat efter OECD-guidelines for CUP's.

SKAT har derfor valgt at foretage et sandsynlighedstjek af selskabets priser efter en mere indirekte metode, som ikke er så påvirkelig af forskelle i sammenligningsgrundlaget.

Prisfastsættelsesmetoden "den transaktionsbestemte nettoavancemetode" (TNMM) er f.eks. ikke på samme måde påvirket af produktforskelle, jf. OECD Guideline 2.15.

"For example, a minor difference in the property transferred in the controlled and uncontrolled transactions could materially affect the price even though the nature of the business activities undertaken may be sufficiently similar to generate the same overall profit margin."

Ved en TNMM anvendes nettoavancer for sammenlignelige uafhængige transaktioner til at fastsætte den armslængde nettoavance, en forbunden virksomhed bør have, for at udfører de funktioner og tage de risici m.v. virksomheden har i forbindelse med en transaktion.

Ved udarbejdelse af en TNMM er det nødvendigt at vælge en PLI ("net profit indicator") til grundlaget for sammenligning. OECD Guideline 2.76 fastslår, at valg af PLI skal være den bedst egnede i den givne situation.

Adecco A/S leverer serviceydelser. Som PLI vælges henset til funktioner mv. i Adecco A/S' driftsresultat (EBIT) sammenholdt med driftsomkostningerne (OPEX). Denne margin udtrykker det relative forhold

mellem selskabets indtjening og omkostninger på den primære drift, uden at være influeret af, hvorledes driften er finansieret.

Identifikationen af virksomheder med potentielt sammenlignelige transaktioner, som ikke er påvirket af et afhængighedsforhold, følger en deduktiv proces, der tager udgangspunkt i en udsøgning i Amadeus-databasen. Udsøgningskriterierne er præsenteret i bilag 2.

Udsøgningen resulterede i 40 virksomheder. SKAT har derefter foretaget en kvalitativ vurdering af virksomhederne ud fra følgende kriterier:

- Selskabet må alene have et dansk moderselskab, der er et rent holdingselskab og/ eller små datter/søsterselskaber, hvor der ikke er væsentlig samhandel.
- Selskabet skal være sammenligneligt med Adecco A/S, jf. OECD Guidelines kap. III.

Den kvalitative gennemgang har reduceret udsøgningen til 6 virksomheder, som er vurderet at være tilstrækkeligt sammenlignelige. Begrænsninger i tilgængelige oplysninger om virksomhedernes transaktioner mv. betyder, at der i et vist omfang kan være sammenlignelighedsdefekter, der ikke kan kvantificeres.

...

Resultaterne af analysen angives ved et armslængdeinterval for EBIT/OPEX margin i årrækken 2006-2009, jf. OECD Guidelines 3.57.

Den fundne armslængde interval (interkvartile interval) strækker sig fra 3,88 til 8,32 %. Nedenstående skema præsenterer de aggregerede resultater af analysen.

Tabel 24: aggregerede resultat

Uafhængige selskaber	EBIT/OPEX margin
Gennemsnit	5,74
Minimum	-1,03
1. kvartil	3,88
2. kvartil (median)	5,55
3. kvartil	8,32
Maksimum	11,83

Adecco A/S' gennemsnitlige EBIT/OPEX margin for perioden 2006-2009 er -16,4 %, jf. tabel 25. Indtjeningen ligger dermed væsentligt udenfor

det fundne armslængdeinterval og der er dermed grundlag for en regulering af Adecco A/S' skattepligtige indkomst.

Tabel 25: Adecco A/S' indtjening i perioden 2006 – 2009.

tDKK	2006	2007	2008	2009	I alt
Driftsudgifter (OPEX)	188.680	259.397	260.805	154.175	863.057
Driftsresultat (EBIT)	808	-22.388	-58.797	-60.914	-141.291
EBIT/OPEX	0,40 %	-8,60 %	-22,50 %	-39,50 %	-16,40 %

Efter SKATs regulering vedrørende royalty ligger Adecco A/S' gennemsnitlige EBIT/OPEX for perioden 2006-2009 -6,80 % stadig udenfor det fundne armslængdeinterval.

Tabel 26

tDKK	2006	2007	2008	2009	I alt
tDKK	2006	2007	2008	2009	I alt
Driftsudgifter (OPEX)	188.680	259.397	260.805	154.175	863.057
Driftsresultat (EBIT)	18.750	3.585	-33.373	-47.650	-58.688
EBIT/OPEX	9,94%	1,38%	-12,80%	-30,91%	-6,80%

...

9. SKATs endelig afgørelse

...

Armslængdefastsættelse af den koncerninterne royalty:

...

Adecco A/S har på grund af den mangelfulde TP-dokumentation ikke dokumenteret, at royaltybetalingerne har været rimeligt modsvaret af ydelser fra licensgiveren. De ydelser, som licensgiveren stiller til rådighed, har, jf. de realiserede resultater, ikke været så værdifulde, og der er dermed risiko for, at værdien er lavere end de faktiske afholdte udgifter af Adecco A/S til opbygning af varemærket samt servicering af de globale kunder.

SKAT har på baggrund af ovennævnte skønsmæssigt fastsat Adecco A/S' betaling for royalty til ASA samt den manglende kompensation el-

ler nedslag i royaltybetalingen fra ASA til Adecco A/S for opbygning af varemærke, markedsføringsaktivitet samt tilstedeværelse, til i alt 0 kr.”

2.4. Sagens behandling ved Landsskatteretten

Den 13. maj 2013 indbragte revisionselskabet Deloitte på vegne af Adecco SKATs afgørelse for Landsskatteretten. I klagen blev royaltysatsen for omsætningen i det professionelle segment/industrisegmentet nedsat fra 4 % til 2 %. Til støtte for, at en royaltybetaling på 2 % af omsætningen var fastsat på armslængdevilkår, henvises bl.a. til ikke tidligere fremlagte licensaftaler indgået mellem Adecco SA og koncerneksterne selskaber. Endvidere blev omsætningen fra en række globale kunder, som Adecco havde oplyst at have fået henvist fra Adecco-koncernens internationale netværk, opgjort for de omhandlede indkomstår. Indholdet af de fremlagte aftaler er opsummeret således:

Licenshaver	Land	Royaltybetaling	Dato for licensaftale
Administradora y Comercializadora de Recursos Humanos (fka Adecco de Costa Rica Recursos Humanos S.A.)	Costa Rica	2 % af omsætningen plus engangsbetaling af EUR 6.250	Juli 2007
Administradora y Comercializadora de Recursos Humanos (ACERH Dominicana) (fka Adecco Dominicana, C. Por A.)	Den Dominikanske Republik	2 % af omsætningen plus engangsbetaling af EUR 6.250	Juli 2007
AC Talentos SA (fka Adecco de Guatemala SA)	Guatemala	2 % af omsætningen plus engangsbetaling af EUR 6.250	Juli 2007
Beijing Foreign Enterprise Human Ressource Service Shanghai Co Ltd. *	Kina	2 % af omsætningen	Juli 2007
Proactive HR Services Ltd (tidl. Telentis Ltee)(fka Indian Ocean Wellness Ltd)	Mauritius	2 % af omsætningen	December 2006
Adecco Pananma	Pananma	2 % af omsætningen plus engangsbetaling af EUR 6.250	Juli 2007
Stratostaff Recruitment Services (Pty) Ltd (fka Adecco Recruitment Services (Pty) Ltd)	Sydafrika	2 % af omsætningen	Juli 2009

* Dette selskab er et joint venture, som Adecco-koncernen ejer 50 % af ...”

Om omsætningen fra globale kunder oplyste selskabet bl.a.:

"Adecco A/S har i de omhandlede indkomstår fået henvist en række globale kunder fra Adecco-koncernens internationalenetværk. Disse kunder er: Deutsche Post, World Net, IBM, Siemens, Hewlett Packard og ABB. Adecco A/S har ikke henvist nogen globale kunder til koncernens netværk i de omhandlede indkomstår.

I de omhandlede indkomstår har Adecco A/S haft følgende omsætning, hvori omsætning vedr. globale kunder indgår, alle beløb i DKK:

	2006	2007	2008	2009
Samlet omsætning	807.066.000	965.682.000	884.615.00	461.006.000
Heraf omsætning vedr. globale kunder	90.312.265	54.009.229	79.947.888	28.980.482
Omsætning vedr. globale kunders andel af den samlede omsætning	11 %	6 %	9 %	6 %
Royalty ved sats 2 % hhv. 1½ %	15.444.310	19.313.640	17.692.300	9.220.120
Omsætning vedr. globale kunders procentmæssige andel af royaltbetalingerne*	585 %	280 %	452 %	314 %
Royaltybetalingernes * procentmæssige andel af omsætningen vedr. globale kunder	17 %	36 %	22 %	32 %

* Royaltbetalingerne som beregnet med en sats på 2 % hhv. 1½ % i de omhandlede indkomstår

..."

Under behandling af sagen ved landsskatteretten blev SKAT anmodet om at kommentere de nye faktiske oplysninger, der ikke fremgik af SKATs sagsfremstilling. Af SKATs høringsvar til Landsskatteretten af 8. juli 2013 fremgår bl.a.:

"SKAT har ved afgørelse af 29. januar 2013 foretaget en samlet skønsmæssig korrektion af fradrag for royalty samt manglende kompensation eller nedslag i royaltbetalingen for markedsføringsaktiviteter vedrørende den ultimative ejers varemærke vedrørende indkomstårene 2006 – 2009, jf. SKL § 3 B, jf. § 5, stk. 3, jf. LL § 2.

Der er således skønsmæssigt givet fradrag for royaltbetalinger svarende til den manglende kompensation fra Adecco SA, Schweiz, for Adecco A/S markedsføringsaktiviteter.

...

SKAT anerkender, at Adecco A/S har modtaget ydelser af økonomisk værdi.

...

Der er således skønsmæssigt givet fradrag for royaltybetalinger svarende til den manglende kompensation fra Adecco SA.”

SKATs svar af 8. juli 2013 gav Skatteankestyrelsen anledning til at stille et antal opklarede spørgsmål. Af SKATs svar til Skatteankestyrelsen af 10. juni 2016 fremgår bl.a.:

”Der er ingen oplysninger i sagen, der giver grundlag for at antage, at brugen af navnet Adecco mv., har medført en økonomisk fordel for selskabet, ligesom det er udokumenteret, at der i perioden ultimo 1997, hvor navnet Adecco først anvendes herhjemme, til den 1. januar 2003, er skabt et marketing intangible, et brand, der har en værdi på det danske marked.

...

Beregning af manglende kompensation i overensstemmelse med LL § 2

Fastsættelsen af kompensationen skal ske med udgangspunkt i de af selskabet afholdte omkostninger.

Selskabets eksterne omkostninger til markedsføring og branding udgør ifølge selskabets interne bogføring følgende beløb i 2006 – 2009:

<u>Navn</u>	<u>Saldo 2009</u>	<u>Saldo 2008</u>	<u>Saldo 2007</u>	<u>Saldo 2006</u>
Jobportalaftaler	1.160.230,00	624.238,00		
Stillingsannoncering print	323.979,00	887.104,00		
* Joffeshop		272.746,00	2.038.402,77	1.179.834,00
Imageannoncering	45.896,00	248.117,00	500	
Ekstern Konsulenthjælp	4.975,00	10.947,00	167,2	3.592,50
* Marketing kunder div.		190.552,00	577.072,41	1.350.414,94
Merchandise, vikarer	15.629,00	144.177,00	384.646,92	58.649,55
Merchandise, kunder	52.848,00	62.680,00	160.275,74	216.777,41
Print materiale, kunder	4.250,00	32.196,00	11.938,00	37.546,12
Print materiale, vikarer		33.310,00	170.373,26	264.169,72
* Marketing vikarer, sundhed		221.170,00	328.647,22	362.018,03
* Marketing vikarer, teknik				6.241,20
* Marketing vikarer, kantine		12.803,00	152.495,45	191.704,75
* Marketing vikarer, diverse		255.172,00	866.619,03	936.238,31
Events, kunder	246.204,00	785.804,00	366.799,13	151.526,22
Events, vikarer	73.593,00	398.051,00	402.425,65	97.125,98
* Marketing afsat		5.720,00		67.505,63
Sponsorat	911.185,00	1.683.550,00	1.660.351,82	1.880.115,80
Kampagner	67.680,00	209.120,00	121.597,35	297.723,46
* Markedsundersøgelser		167.154,00	274.931,50	187.400,00

Internt	72.150,00	129.548,00	335.458,92	130.587,48
Online markedsføring	428.976,00	895.511,00	419.530,50	515.101,91
Øvrige marketing	799.001,00	2.303.945,00	3.824.852,63	1.496.381,61
Indtægter vedr. Merchandise	-456,00	-1.854,00	-593,8	
<u>Total marketing</u>	<u>4.206.140,00</u>	<u>9.571.761,00</u>	<u>12.096.491,70</u>	<u>9.430.654,62</u>

Ud over de eksterne omkostninger til markedsføring skal en andel af de samlede personaleomkostninger til internt ansat personale også anses for afholdt i forbindelse med branding, markedsføring og opbygning af knowhow, idet blandt andet personalets kontakt til og fastholdelse af både kunder og vikarer er en del af selskabets markedsføring.

...

Da der ikke er tale om low value adding intra-group services men udgifter vedrørende IP, skal mark up procenten ligge over de 5 %. Selskabet har i TP-dokumentationen anvendt 8 % i mark up i forbindelse med Management Services. På baggrund af ovennævnte findes denne mark up også skønsmæssigt at kunne anvendes ved fastsættelse af kompensationen for selskabets funktioner mv. vedrørende de immaterielle aktiver de ikke selv ejer.

På baggrund af ovennævnte kan der beregnes følgende kompensation til selskabet for de udførte funktioner mv.:

DKR	2009	2008	2007	2006
35 % af personaleomkostninger	32.374.094	49.722.178	54.169.530	40.687.782
Total marketing	4.206.140	9.571.761	12.096.492	9.430.655
I alt	36.580.234	59.293.939	66.266.022	50.118.437
Mark up 8 %	2.926.419	4.743.515	5.301.282	4.009.475
Godtgørelse i alt	39.506.653	64.037.454	71.567.304	54.127.911

Ovennævnte beregning af kompensation overstiger væsentligt en royaltbetaling på 2 %."

Adecco fremsendte den 1. juli 2016 de syv licensaftaler, der var beskrevet i Adeccos klage af 13. maj 2013. Der er enighed om, at ordlyden af de syv licensaftaler i det væsentlige er identiske. Licenstagere gives brugsret til Adecco-varemærket svarerende til Adeccos brugsret, dog gives de syv licenstagere ikke adgang til det internationale Adecco-netværk og Adecco New Business Model (ANBM). Aftalegrundlaget i flere af aftalerne, herunder navnlig mellem Adecco SA og licenstagelseselskabet i Kina, er mere udførlig på visse områder.

Af licensaftalen indgået med virkning fra den 14. december 2006 mellem Adecco SA og Indian Ocean Wellness (IOW) Ltd. Proactive HR Services Ltd. på Mauritius fremgår bl.a.:

"ARTICLE 1 OBJECT

The object to this agreement (hereinafter "the Agreement") is the granting by ASA to the Licensee of the right to use the Licensed Trademark, in accordance with the terms and conditions set forth in this Agreement.

ARTICLE 2 TERRITORY AND EXCLUSIVITY

2.1 The scope of the license granted under this Agreement shall be limited to the territory of Mauritius (hereafter the "Territory").

2.2 Licensee is granted the exclusive right to use the Licensed Trademark within the Territory for the duration of the Agreement. ASA shall abstain, as long as this Agreement remains in force, to grant to any other party any of the rights contained above for the Territory and for the same type of business or activity, so long as Licensee shall fully perform its duties and obligations under the Agreement.

2.3. However, ASA reserves the rights to operate another business in the Territory under a trademark or name other than the Licensed Trademark object of the Agreement and/or grant the Licensed Trademark to another party involved in a different business activity in the Territory.

ARTICLE 3 RIGHTS AND OBLIGATIONS OF THE LICENSEE

3.1 Licensee has the exclusive right and the obligation to use the Licensed Trademark as trademark (only) for and in connection with staffing services. Licensee shall not use the Licensed Trademark as part of its company name, but is entitled for the duration of the Agreement to use the Licensed Trademark in combination with the country level domain name of Mauritius, as internet domain name.

...

ARTICLE 6 PAYMENT

6.1 In consideration for the rights granted in this Agreement, Licensee shall pay to ASA a license fee equal to two percent (2%) of the gross sales of the licensed business and of Sublicensee's if any – made with or under the Licensed Trademark.

...

ARTICLE 8 EFFECITIVE DATE, DURATION

...

8.2 This Agreement is effective on the date of signature of this Agreement by both Parties whichever is the latest (hereafter the "Effective Date") and shall expire one (1) year after its Effective date (hereafter the "Expiration date").

8.3 The Agreement shall be renewed automatically for successive periods of one (1) year, provided Licensee is not in default of any provision herein and the Agreement has not been terminated by either Party.

...

ARTICLE 9 TERMINATION

...

9.2 Either Party may terminate the Agreement or refuse to renew the Agreement without justifications provided a written notice is given to the other Party at least (3) months prior to the Expiration date. The effective date of termination will be the later of the date stated in the notice and the fifth (5th) day after the other party receives the notice. Termination under this subsection will not preclude earlier effective termination by other means.

...

ARTICLE 10 RIGHTS AND DUTIES OF THE PARTIES UPON EXPIRATION OR TERMINATION

...

10.8 In case of termination, Licensee agrees that all Goodwill connected with the Trademark owned by ASA arising from use by Licensee of those assets under the Agreement belong absolutely to ASA. Licensee agrees and accepts that Licensee is not entitled to any kind of compensation for the goodwill connected to the Licensed Trademark Licensee, its Affiliated Companies or its other sub-licensees may have created during the term of this Agreement."

Adeccos fremsendelse af de syv licensaftaler til Landsskatteretten gav anledning til efterfølgende indlæg til Landsskatteretten fra SKAT.

SKATs bemærkninger gav anledning til Adeccos fremsendelse af aktieoverdragelsesaftaler for selskaberne Adecco Costa Rica Recursos Humanos S.A, Adecco Dominicana, C. por A., Adecco de Guatemala S.A og Adecco Panama

S.A., underskrevet den 11. juli 2007. Af aftalerne fremgår, at selskaberne blev frasolgt Adecco-koncernen. Overdragelsesaftalerne indeholder tilbagekøbsoptioner, som efter det oplyste ikke er benyttet.

Skatteankestyrelsen afgav den 6. december 2016 udtalelse i sagen til Landsskatteretten, hvoraf fremgår:

”Skatteankestyrelsen indstiller følgende:

Koncernforbundne selskaber skal ved opgørelsen af den skattepligtige indkomst anvende priser og vilkår for handelsmæssige eller økonomiske transaktioner (kontrollerede transaktioner) i overensstemmelse med, hvad der kunne være opnået, hvis transaktionerne var afsluttet mellem uafhængige parter. Dette følger af ligningslovens § 2, stk. 1. Armslængdeprincippet i bestemmelsen skal forstås i overensstemmelse med OECD’s modeloverenskomst artikel 9, stk. 1, OECD’s kommentarer hertil og OECD’s Transfer Pricing Guidelines.

Udgifter afholdt i årets løb for at erhverve, sikre og vedligeholde indkomsten er fradragsberettiget i henhold til statskattelovens § 6, stk. 1, litra a. Der skal foreligge en direkte og umiddelbar forbindelse mellem afholdelsen af udgiften og erhvervelsen af indkomsten.

Efter skattekontrollovens § 3 B, stk. 5, har koncernforbundne selskaber pligt til at udfærdige og opbevare skriftlig dokumentation for, hvorledes priser og vilkår er fastsat for de kontrollerede transaktioner. Dokumentationen skal kunne danne grundlag for en vurdering af, om priser og vilkår iagttager armslængdeprincippet, og den skal forelægges SKAT efter anmodning herom, jf. herved bekendtgørelse nr. 42 af 24. januar 2006. Såfremt den skattepligtige ikke har udarbejdet dokumentation efter stk. 5, har SKAT mulighed for en skønsmæssig ansættelse, jf. skattekontrollovens § 3B, stk. 9, og § 5, stk. 3.

Skatteankestyrelsen indstiller, at den fremlagte TP-dokumentation har givet et tilstrækkeligt grundlag for en vurdering af, om priser og vilkår er fastsat i overensstemmelse med armslængdeprincippet, jf. skattekontrollovens § 3 B, stk. 5. Der lægges i denne forbindelse særligt vægt på, at selskabet har fremlagt en sammenlignelighedsanalyse for royaltysatsen. Det forhold, at SKAT ikke finder at det danske og det amerikanske marked er sammenligneligt hvad angår royaltysatser, samt at SKAT finder, at reguleringerne for serviceydelse i benchmarket for franchiseaftaler er for usikkert, gør ikke, at selve grundlaget for vurderingen af armslængdeprincippet har været fraværende. Der henvises i denne forbindelse til Landsskatterettens afgørelse af 16. december 2015, der er offentliggjort som SKM 2016.436.

Selskabet har endvidere fremlagt de relevante kontraktvilkår, beskrevet de økonomiske omstændigheder og forretningsstrategier vedrørende

de kontrollerede transaktioner samt beskrevet de specifikke immaterielle rettigheder, som Adecco A/S betaler royalties for at anvende.

Dermed har SKAT ikke haft hjemmel til at foretage en skønsmæssig ansættelse i medfør af skatte-kontrollovens § 3 B, stk. 8 (nu stk. 9).

Det påhviler herefter SKAT at bevise, at priser og vilkår ikke har været i overensstemmelse med armslængdeprincippet, og at en korrektion i henhold til ligningslovens § 2, stk.1, derfor har været berettiget.

Det fremgår ikke klart af SKATs afgørelse om den foretagne regulering er en nedsættelse af royalty-satsen, eller om det er fiksering af en kompensation for omkostninger i det danske selskab for markedsføring og andre relaterede aktiviteter til fordel for koncernens ultimative moderselskab, der ejer koncernens immaterielle aktiver. Det er Skatteankestyrelsen opfattelse, at en regulering i henhold til ligningslovens § 2, stk. 1, må forudsætte en klar reference til hvilken kontrolleret transaktion, der reguleres, herunder om det er en ind- eller udgående transaktion, der reguleres.

Skatteankestyrelsen indstiller, at en royaltybetaling fra selskabet til koncernens ultimative moderselskab for udnyttelsen af et internationalt kendt varemærke, efter omstændighederne, er fradragsberettiget efter statsskattelovens § 6, stk. 1, litra a. Endvidere har selskabet konkret påvist en nytteværdi af den betalte royalty i form af adgang til globale kunder.

Det forhold, at der er fradragsret efter statsskattelovens § 6, siger dog ikke noget om, hvor stor satsen skal være i henhold til en armslængdevurdering efter ligningslovens § 2.

SKAT har ikke godtgjort, at den specifikke royalty-sats, ud fra en armslængdevurdering efter ligningslovens § 2, har været for høj, da de af selskabet fremlagte sammenlignelige franchiseaftaler, er afvist af SKAT, uden at SKAT har vurderet hvad en retvisende sats skulle være i stedet for. Selskabet har efterfølgende fremlagt licensaftaler indgået mellem Adecco SA og uafhængige parter med samme royaltysats som i licensaftalen med det danske selskab, hvilket understøtter, at den anvendte royaltysats på 2 % har været på armslængdevilkår.

Det er SKATs opfattelse, at det danske selskab har afholdt omkostninger, der har medvirket til opbygningen og vedligeholdelsen af de immaterielle aktiver, der ejes af licensgiver. Skatteankestyrelsen indstiller, at de af selskabet afholdte omkostninger ligger indenfor det spektrum af omkostninger, som selskaber med lignende funktions- og risikoprofil må forventes at afholde selv. SKAT har endvidere ikke specificeret konkret, hvordan de afholdte omkostninger har bidraget til opbygning og vedligeholdelse af de globale immaterielle aktiver. De afholdte omkostninger vurderes også at ligge inden for de "lokale implemente-

ringsudgifter”, der skal afholdes af licenstagere i henhold til licensaftalen punkt 4.2.

Det forhold, at licensaftalen indeholder et opsigelsesvarsel på 3 måneder kan ikke tillægges betydning, da de afholdte omkostninger har bidraget til udviklingen og styrkelsen af det danske selskabs kunder og placering på det danske marked, hvilket ikke nødvendigvis mistes ved en eventuel opsigelse af licensaftalen.

Skatteankestyrelsen indstiller derfor, at SKAT ikke i tilstrækkelig grad har løftet bevisbyrden for, at selskabet ikke har handlet på armslængdevilkår, og at der dermed har været grundlag for at foretage en korrektion af den skattepligtige indkomst i henhold til ligningslovens § 2.

Skatteankestyrelsen indstiller derfor medhold i klagen og nedsætter SKATs forhøjelser til 2.497.690 kr. i 2006, 6.659.360 kr. i 2007, 7.731.700 kr. i 2008 samt 4.043.880 kr. i 2009 i overensstemmelse med klagerens påstand.”

Af begrundelsen i Landsskatterettens afgørelse af 10. november 2017 fremgår:

”Landsskatterettens afgørelse

Koncernforbundne selskaber skal ved opgørelsen af den skattepligtige indkomst anvende priser og vilkår for handelsmæssige eller økonomiske transaktioner (kontrollerede transaktioner) i overensstemmelse med, hvad der kunne være opnået, hvis transaktionerne var afsluttet mellem uafhængige parter. Dette følger af ligningslovens § 2, stk. 1. Armslængdeprincippet i bestemmelsen skal forstås i overensstemmelse med OECD’s modeloverenskomst artikel 9, stk. 1, OECD’s kommentarer hertil og OECD’s Transfer Pricing Guidelines.

Efter skattekontrollovens § 3 B, stk. 5, har koncernforbundne selskaber pligt til at udfærdige og opbevare skriftlig dokumentation for, hvorledes priser og vilkår er fastsat for de kontrollerede transaktioner. Dokumentationen skal kunne danne grundlag for en vurdering af, om priser og vilkår iagttager armslængdeprincippet, og den skal forelægges SKAT efter anmodning herom, jf. herved bekendtgørelse nr. 42 af 24. januar 2006. Såfremt den skattepligtige ikke har udarbejdet dokumentation efter stk. 5, har SKAT mulighed for en skønsmæssig ansættelse, jf. skattekontrollovens § 3B, stk. 9, og § 5, stk. 3.

Landsskatteretten finder, at SKAT har været berettiget til at foretage en skønsmæssig ansættelse efter dagældende skattekontrollovs § 3 B, stk. 8 (nu stk. 9), idet selskabets TP-dokumentation for de relevante indkomstår har væsentlige mangler. Landsskatteretten lægger herved vægt på, at de franchise-aftaler mellem uafhængige parter, der danner grundlag for selskabets sammenligningsanalyse af royaltysatsen i licensaftalen, udgør så væsensforskelligt et aftalegrundlag i forhold til den licensaftale, som er indgået mellem selskabet og Adecco SA, at

sammenlignelighedsanalysen ikke kan danne grundlag for vurderingen af om prisfastsættelsen har været i overensstemmelse med armslængdeprincippet. Det bemærkes hertil, at franchise-aftaler udgør et omfattende totalkoncept, hvorimod licensaftaler indgås for anvendelse af specifikke immaterielle aktiver.

For så vidt angår SKATs skønsudøvelse, har SKAT nedsat royaltysatsen til 0 %. Landsskatteretten finder ikke, at selskabet med tilstrækkelig sikkerhed har godtgjort, at der ved betaling af royalties er opnået sådanne fordele, der kan medføre en højere royaltysats end 0 % i henhold til ligningslovens § 2. Der er herved lagt vægt på, at selskabet har haft vedvarende underskud, selv med adgang til Adecco-koncernens globale kunder. Der kan derfor ikke lægges afgørende vægt på denne øgede adgang til Adecco-koncernens globale kunder som royaltybetalingen har medført.

Betaling for anvendelse af koncernens immaterielle aktiver anses derfor ikke at have medført sådanne fordele for selskabet, som uafhængige parter ville have betalt for.

De aftaler mellem uafhængige parter, som selskabet har fremlagt under klagesagen til støtte for royaltysatsen på 2 %, kan heller ikke føre til andet resultat, dels fordi de lande, hvori de uafhængige selskaber ligger, ikke findes at være sammenlignelige med det danske marked for vikarer, og dels fordi købesummerne for fire af selskaberne viser, at disse selskaber er betydeligt mindre end det danske selskab og derfor ikke udgør et anvendeligt sammenligningsgrundlag.

Landsskatteretten stadfæster derfor SKATs afgørelse.”

2.5 Bevisførelse om vikarmarkedets nationale karakter og om konkurrencen på dette marked

Skatteministeriet har til støtte for synspunkt om, at de immaterialretligheder, som royaltybetalingen angår, ikke havde nogen værdi, fremlagt dels EU-Kommissionens sag nr. COMP/M.5699 publiceret den 17. december 2009, dels Branchestatistik, Vikarbranchen 2010.

EU-Kommissionens sag var foranlediget af det schweiziske moderselskabs fusion med det amerikanske selskab MPS Group Inc. I den anledning afgav Adecco-koncernen i 2009 en række oplysninger til brug for fusionskontrol til EU's konkurrencemyndigheder, som blev publiceret af EU-Kommissionen den 17. december 2009, og hvoraf fremgår bl.a.:

” ...

1. On 18 November 2009, the Commission received a notification of a proposed concentration pursuant to Article 4 of Council Regulation (EC) No 139/2004 ("the Merger Regulation") by which the undertaking Adecco S.A. ("Adecco", Switzerland) acquires within the meaning of Article 3(1)(b) of the Merger Regulation control of the whole of the undertaking MPS Group Inc. ("MPS", USA) by way of a public bid.

I. THE PARTIES

2. Adecco is an international provider of temporary and permanent employment services active throughout the entire range of sectors in Europe, the Americas, the Middle East and Asia.
3. MPS is a US-based provider of professional staffing solutions in the disciplines of information technology ("IT"), accounting and finance, law, engineering, marketing and creative, property and healthcare. It is active in several European countries, and in particular in the UK.

II. THE TRANSACTION AND THE CONCENTRATION

4. The operation concerns the acquisition by Adecco of sole control over MPS by way of a public bid for 100% of the issued share capital of MPS. The transaction therefore constitutes a concentration within the meaning of Article 3(1)(b) of the Merger Regulation.

III. COMMUNITY DIMENSION

5. The undertakings concerned have a combined aggregate worldwide turnover of more than EUR 5 billion (EUR [...] million for Adecco and EUR [...] million for MPS). Each of the undertakings concerned have a Community-wide turnover in excess of EUR 250 million (EUR [...] million for Adecco and EUR [...] million for MPS). Adecco does not achieve more than two thirds of its Community-wide turnover within one and the same Member State. The notified operation therefore has a Community dimension pursuant to Article 1(2) of the Merger Regulation.

IV. RELEVANT MARKET

6. The activities of Adecco and MPS overlap in the following business segments:

(i) Provision of temporary employment services ("TES"), i.e. posting of temporary workers to user firms for a temporary period of time;

...

A. Market for the provision of TES

...

Relevant geographic market

13. In line with previous Commission precedents in the TES sector, the parties submit that the relevant geographic market for TES is national in scope due to factors such as language differences, personal preferences regarding relocation of workers and differing legal and regulatory regimes across Member States.
14. The market investigation largely confirmed that the geographic scope of the TES market (including its sub-segments) is national. While some of the bigger TES providers may be operating in a number of countries, customers typically continue to deal with these providers on a national basis due to the language barriers, specific requirements, different regulations and personal preferences of temporary workers regarding relocation. Similarly, the actual recruitment of temporary workers usually takes place at a national level and not on a pan-European or cross-border basis. While hiring of more specialised workers may go beyond national borders, this does not appear to be sufficient to counteract the language differences and differing legal and regulatory regimes between Member States in order to imply a wider than national market.
15. As a result, for the purposes of the present decision, the geographic market for the provision of TES should be considered as national.

B. Market for the provision of PES

Relevant product market

16. As indicated above, the Commission has in its previous decisions concluded that the market for PES constitutes a market separate from TES. Similarly to TES, the Commission has left open whether PES should be further subdivided according to the specialization of workers.

Relevant geographic market

17. Similarly to TES, the geographic market for PES is likely to be national due to the language barriers, specific national requirements, different regulations and personal preferences of workers regarding relocation.
18. In any event, it is not necessary for the purpose of the present case to conclude on the precise product and geographic market defini-

tion with respect to the PES market, as the proposed transaction does not give rise to serious doubts as to its compatibility with the internal market under any possible market definition.

...

V. COMPETITIVE ASSESSMENT

A. Market for the provision of TES

...

The UK

29. The only country in which Adecco's and MPS' activities overlap to an appreciable extent is the UK.

...

37. Switching of customers between several suppliers of TES is further facilitated by the fact that contracts are of a relatively short duration, mostly between one and three years. The market investigation revealed that switching between different suppliers is relatively easy, takes between three to six months and that switching costs might already be offset by lower prices offered by a competitor and other efficiencies. Any existing brand loyalty does not act as a significant deterrent for such a switching between suppliers. Indeed, the market investigation showed that price (among other parameters such as quality of the service) is one of the main factors taken into account by customers when choosing a TES supplier, and such price considerations are generally considered as more important than the reputation of the brand of a TES supplier."

Dansk Industri, Service- og VikarBranchen, udarbejdede i 2010 en branchestatistik for vikarbranchen i Danmark, hvoraf fremgår bl.a.:

"Der er positive tegn i vente for en hårdt ramt og trængt vikarbranche, der står foran yderligere konsolidering i 2010. Fremdriften forventes primært at komme fra de mellemstore bureauer, der har brugt den stille tid under krisen til at strømline og målrette forretningen til en offensiv indsats, når der kommer rigtig gang i økonomien. Der er allerede små, men sikre tegn på fremgang, dog fra et historisk lavt punkt.

Branchens økonomiske sundhed er lav. Mange bureauer har direkte kurs mod konkurs med negativ egenkapital og for nogens vedkommende ingen eller kun meget lave vækstforventninger. Konkurrencen mellem bureauerne bliver derfor særdeles hård og fokuseret

på pris og dette vil afspejles i økonomien hos både store og mindre bureauer.

...

Pæn indtjening på trods af krisen ...

I perioden 2005–2006 oplevede branchen et opsving, hvilket dels er afspejlet i den eksplosive etablering af nye bureauer, men også i det betragtelige dyk i antallet af bureauer med negativ indtjening. En del bureauer har været i stand til at fastholde denne positive udvikling på trods af krisen. Andelen af bureauer med underskud er således lavere end for det øvrige erhvervsliv generelt, hvilket viser, at bureauerne har været gode til at tjene penge. Selvom andelen af bureauer med underskud er steget markant under finanskrisen i 2008–2009, så er andelen af bureauer med underskud fortsat lavere end for det øvrige erhvervsliv.

...

Branchen står overfor massiv konsolidering

Selvom andelen af bureauer med underskud er lavere end i erhvervslivet generelt, så ser billedet anderledes negativt ud for branchen, når man kobler det med en angreben egenkapital, hvor man kan se, at et relativt højt antal bureauer har direkte retning mod konkurs. Dette er ikke overraskende, idet vikarbranchen som udgangspunkt bliver relativt hårdere ramt af en afmatning i økonomien end det øvrige erhvervsliv generelt. I perioden 2008–2009, hvor den økonomiske krise virkelig slog igennem, er der således en markant stigning i antallet af bureauer med direkte kurs mod konkurs, også et langt større antal end i det øvrige erhvervsliv.

...

Vikarbranchen er, og har altid været, meget følsom overfor økonomiske udsving. Det gør det svært og udfordrende, men også interessant, at drive et godt og sobert vikarbureau. Når væksten i økonomien stiger, så stiger omsætningen og væksten i vikarbranchen også, og når krisen kradser oplever branchen et markant fald i omsætning og indtjening, hvilket giver nogen meget markante udsving i branchens økonomi. Det kræver derfor professionalisme og hård likviditetsstyring at drive et godt vikarbureau.

...

Manglende tradition for brug af vikarer er den største barriere for vækst

...

Konkurrencen blandt vikarvirksomheder er meget intens og er i høj grad drevet af pris. Det betyder, vikarvirksomheder og deres services er svære at differentiere fra hinanden. Prisen er således den eneste reelle konkurrenceparameter. Derfor anses unfair konkurrence og prispress fra konkurrenterne også som nogen af de mest betydelige barrierer for vækst i vikarbranchen. Dette er især tydeligt i nedgangstider, hvor kampen om kunderne intensiveres, samtidig med at også kunderne er finansielt pressede og derfor også presser på for lavere priser.

...

Vikarbranchen og den europæiske udfordring

...

Man er fra europæisk hold især bekymret over den store ungdomsarbejdsløshed, der præger især de sydeuropæiske lande, og man må derfor forvente en række initiativer fra kommissionen og de enkelte nationalstater, der har til formål at sikre, at en hel generation ikke tabes på gulvet. Netop her kan vikarbranchen være med til at sikre, at overgangen fra studier til arbejde går let og gnidningsløst og i mange af vores nabolande er arbejdet som vikar da også en anerkendt og efterspurgt adgang til fast job.

Den europæiske vikarbranche har ligesom den danske vikarbranche været hårdt ramt af den økonomiske krise, selvom der er stor forskel på hvor hårdt ramt de enkelte lande har været. Således er Spanien og UK blevet relativt hårdere ramt end eksempelvis Holland og Tyskland. Denne forskel skyldes dels de enkelte markeders åbenhed og dels det enkelte markeds industrielle sammensætning. Der er dog tegn på bedring hele vejen rundt og det forventes, at den europæiske vikarbranche samlet set vil nå status quo omkring årsskiftet 2010/2011.

...

Hvis man sammenholder forbruget af vikarer i forskellige industrier med vikarernes generelle uddannelsesniveau, er det tydeligt at de lande, hvor forbruget af vikarer i de videnintensive industrier er højt også har et højt uddannelsesniveau. Også her ligger Danmark forholdsvist lavt, idet vi i Danmark ikke har tradition for at højtuddannede fungerer som vikarer, som det er tilfældet eksempelvis Norge, Sverige, Storbritannien og Frankrig."

2.6 Øvrige oplysninger om markedet og Adecco SAs varemærke

Adecco har fremlagt oplysninger fra hjemmesiden www.interbrand.com, hvoraf fremgår, at Adecco var placeret som det 13. mest værdifulde brand i Schweiz i 2015 og 2016 med en værdi i 2015 på 2.615 mio. schweizerfranc.

Adecco har endvidere identificeret to yderligere licensaftaler indgået i juli 2016 mellem Adecco SA og licenstagere selskaber hjemmehørende i henholdsvis Rusland og Ukraine. Licenstagere selskaberne var tidligere en del af Adecco-koncernen, men selskaberne blev frasolgt forud for indgåelse af licensaftalerne. Der er ligesom for de øvrige licensaftaler tale om varemærkelicenser, hvor royaltysatsen er fastsat til 2 % af omsætningen.

Af erklæringer underskrevet i maj 2018 af licenstagere selskaberne i Rusland og Ukraine samt de syv øvrige licenstagere selskaber i Sydafrika, Beijing, Guatemala, Den Dominikanske Republik, Panama, Mauritius og Costa Rica fremgår i overensstemmelse med licensaftalerne, at selskaberne er uafhængige af Adecco-koncernen, og at Adecco-koncernen ikke fra licensaftaletidspunktet eller efterfølgende har haft nogen ejerandele eller stemmerettigheder i disse selskaber. Endvidere erklæres, at selskaberne ikke som modydelse for royaltybetalingerne har modtaget andet fra Adecco-koncernen end de varemærkerettigheder, der betales for i henhold til licensaftalen. I det kinesiske licenstagere selskab har Adecco-koncernen dog en ejerandel på 49 %.

2.7 Adeccos besvarelse af opfordringer under sagen

Under sagens behandling ved landsretten har Skatteministeriet fremsat 22 opfordringer til Adecco. I skemaet nedenfor er opfordringerne samt eventuel besvarelsen heraf gengivet.

Skatteministeriets opfordringer (Nr. 1-17 blev fremsat i svarskriftet, mens nr. 18-22 blev fremsat i duplikken)	Evt. besvarelse i replikken	Evt. genfremsættelse i duplikken.	Evt. (supplerende) besvarelse under hovedforhandlingen
1. "at fremlægge regnskaberne for ... Adecco SA".		Genfremsat	
2. "at oplyse, hvilke økonomiske fordele ANBM-strategien skulle generere for licenstagere, samt ... oplyse om disse efter selskabets opfattelse blev realiseret for det danske selskab".		Genfremsat	Det er rigtigt, at denne opfordring ikke er besvaret, men oplysningerne fremgår bl.a. af selskabets TP-dokumentation og licensaftalen.
3. "at oplyse og dokumentere omfanget af de investeringer i va-		Genfremsat	Det er rigtigt, at denne opfordring ikke er besvaret, men oplysning-

remærket, som blev foretaget i forbindelse med ANBM-strategien, herunder hvem der har afholdt udgiften/investeringen”.			gerne fremgår bl.a. af selskabets TP-dokumentation og licensaftalen.
4. ”at dokumentere, at Adecco SA’s omkostninger til investering i varemærket blev øget som følge af ANBM-strategien”.		Genfremsat	Det er rigtigt, at denne opfordring ikke er besvaret, men oplysningerne fremgår bl.a. af selskabets TP-dokumentation og licensaftalen.
5. ”at oplyse, hvilke systemer Adecco SA stillede til rådighed som led i licensaftalen, samt til at oplyse, hvilke systemer Adecco A/S selv har investeret i...”.		Genfremsat	Oplysningen fremgår af SKATs afgørelse, jf. 3. og 4. sidste afsnit i afgørelsens pkt. 3.4.1.1.
6. ”I det omfang Adecco A/S mener, at det samlet udgør en fordel for det danske selskab at være tilknyttet en international koncern at dokumentere udsagnets rigtighed”.	”Det er en klar fordel for Selskabet at drive virksomhed under Adecco-brandet, og det påvises jo allerede ved omsætningen med referred-in kunder alene.”		For så vidt angår ”Referred in” kunderne fremgår det af replikken, at selskabet ville have haft et større underskud uden ”referred in” kunderne. I øvrigt er opfordringen ”tåbelig”, da det efter karakteren af opfordringen ikke er muligt at besvare den.
7. ”at fremlægge aftalerne, hvorved [de to licenstagende selskaber i Rusland og Ukraine] blev frasolgt Adecco-koncernen”.		Genfremsat	Denne opfordring er ikke efterkommet, da Adecco på grund af en fortrolighedsklausul i aftalerne med selskaberne i Rusland og Ukraine ikke har mulighed herfor.
8. ” at fremlægge årsregnskaber for indkomstårene 2002-2012 for henholdsvis Adecco Norge AS og Adecco IT & Engineering AB.	”I lyset af simultanrevisionen er ministeriets opfordringer [nr. 8 og 9] ... uforståelige. For så vidt skattemyndighederne ikke ... er i besiddelse af [oplysningerne,		

	opfordres ministeriet til "selv at indhente oplysningerne hos Skattestyrelsen eller skattemyndighederne i henholdsvis Norge og Sverige".		
9. "at oplyse og dokumentere, i hvilket omfang de svenske og norske Adecco-selskaber har afholdt udgifter til marketing tiltag (herunder sponsorater, merchandise, kampagner mv.) på hhv. det norske og svenske marked, samt til lønomkostninger til selskabernes marketingsafdelinger".	Besvaret med samme svar som ved nr. 8. Der til kommer: " ... det [kan] dog oplyses, at udgifterne til marketingtiltag (herunder sponsorater, merchandise, kampagner mv.) i henholdsvis Norge og Sverige er på niveau med eller højere end Selskabets markedsføringsudgifter i de omhandlede indkomstår".		
10. "at fremlægge" notifikationen til Kommissionen "fra Adecco SA vedrørende fusionen" "med det amerikanske selskab MPS Group inc.".		Genfremsat med følgende bemærkning: "Den manglende besvarelse må have den bevismæssige konsekvens, at det skal lægges til grund, at koncernens egen konklusion om, at pris er et vigtigere konkurrenceparameter også er gældende for det danske marked. ..."	Denne opfordring er ikke besvaret, da notifikationen ingen relevans har for sagen. Selskabet har heller ikke kunnet fremskaffe den.
11. "at bekræfte, at [oplysningen om, at "der er nem adgang til at skifte mellem forskellige leverandører i vikarbranchen, og at omkostningerne ved et sådant skifte hurtigt udlignes ved opnåelse af en billigere pris", og "at pris er et vigtigere konkurrenceparameter end det omdømme, som vi-	"Det kan hverken be- eller afkræftes, idet der ikke er lavet en tilsvarende analyse for det danske marked".	"I mangel af besvarelse ... må det også uden videre lægges til grund, at branchens konklusion om, at pris er det eneste relle konkurrenceparameter på det danske marked, er korrekt."	

<p>karbureauets brand måtte have"] også kan lægges til grund for det danske marked ... og at denne oplysning gjaldt for samtlige de indbragte indkomstår".</p>			
<p>12. "at oplyse, hvor store personaleudgifterne til markedsføring udgjorde efter selskabets opfattelse samt redegøre herfor".</p>			<p>Denne opfordring er ikke opfyldt, da SKAT selv har beregnet størrelsen heraf, og det derfor ikke er relevant. Adecco er i øvrigt ikke enig i SKATs opgørelse.</p>
<p>13. "at dokumentere, at selskabet har modtaget henvisning af "referred in" kunder i det påståede omfang, herunder hvem der har henvist de pågældende kunder til Adecco A/S".</p>		GenfremSAT	<p>Adecco henholder sig til SKATs opgørelse.</p>
<p>14. "at oplyse, om Adecco-koncernen efter licensaftaleperiodens udløb har haft ejerandele i [selskaberne i Guatemala, Costa Rica, Den Dominikanske Republik og Panama]".</p>	<p>"Bortset fra det kinesiske licenstagelseselskab ... har koncernen ikke ... haft ejerandele i de pågældende selskaber efter licensaftaleperiodens udløb".</p>		
<p>15. "at fremlægge det aftalegrundlag, som måtte være indgået mellem Adecco SA og de licenstagende selskaber efter udløbet af licensaftalerne [med selskaberne i Guatemala, Costa Rica, Den Dominikanske Republik og Panama]".</p>	<p>"Der er ikke noget aftalegrundlag ... mellem Adecco SA og de omhandlede licenstagerselskaber efter aftalernes udløb, idet visse licensaftaler dog er fornyet ... licensaftalerne med selskaberne i Rusland og Ukraine ... er [fortsat] gældende, idet de årligt er blevet fornyet. Dette er ligeledes tilfældet for selskabet på Mauritius".</p>		
<p>16. "at oplyse og dokumentere, hvilken</p>	<p>Opfordringen "savner ikke blot relevans, men</p>		<p>Adecco A/S har ikke disse oplysninger, da</p>

<p>omsætning samtlige de licenstagede selskaber, som Adecco A/S anser for "uafhængige reference-transaktioner", har haft efter indgåelse af licensaftalerne, herunder hvordan denne omsætning fordeler sig på henholdsvis det professionelle segment og industrisegmentet</p>	<p>er tillige helt ude af proportioner". "Det er ... i øvrigt uforståeligt, at ministeriet fremsætter ... [opfordringen], idet ministeriet jo slet ikke mener, at disse transaktioner kan anvendes som sammenligningsgrundlag ...".</p>		<p>der er tale om selskaber, der ejes af 3. parter.</p>
<p>17. "at oplyse og dokumentere, i hvilket omfang de samme licenstagede selskaber har afholdt udgifter til marketingtiltag (herunder sponsorater, merchandise, kampagner mv.) på hhv. deres respektive nationale markeder, samt til lønomkostninger til selskabernes marketingsafdelinger".</p>	<p>Samme besvarelse som nr. 16.</p>		<p>Samme besvarelse som nr. 16</p>
<p>18. "nærmere at oplyse og dokumentere, for hvilke selskaber [oplysningen i Adeccos replik om, nogle af de selskaber, som har indgået de fremlagte licensaftaler, alene ønskede at bevare adgangen til de immaterielle aktiver "i en overgangsperiode" gjorde sig gældende".</p>			<p>Denne opfordring er ikke besvaret.</p>
<p>19. "at dokumentere [oplysningen Adeccos replik om at licensaftalerne med selskaberne i Rusland og Ukraine</p>			<p>Det fremgår implicit af de fremlagte erklæringer fra de respektive selskaber, da der – i modsætning til de øvrige erklæringer – ikke er</p>

samt på Mauritius fortsat er gældende].			anført en udløbsdato.
20. "at oplyse og dokumentere, hvornår de øvrige licensaftaler er ophørt, herunder om det er sket ved de i aftalerne fastsatte udløbsdatoer".			Der henvises til de fremlagte erklæringer.
21. [I det omfang Adecco A/S gør gældende, at en eller flere af de fremlagte licensaftaler er indgået med et underskudsgivende selskab] "at dokumentere dette."			Adecco A/S er ikke bekendt med, om selskaberne er over- eller underskudsgivende.
22. [I det omfang Adecco A/S gør det gældende] "at dokumentere, at vikarerne får fast løn uanset om de er i arbejde hos kunderne eller ej."			Vikarerne får kun løn i den periode, de er i arbejde hos kunderne. *

* Det bemærkes i øvrigt, at det fremgår, at Adecco i stævningen har oplyst, at vikarerne bliver aflønnet af vikarbureauerne for de perioder, de faktisk udfører arbejde for kunderne.

Adecco har under sagen også fremsat en række provokationer over for Skatteministeriet, herunder bl.a.:

5. "[Skatteministeriet opfordres til at] redegøre for, hvordan omsætningen med referred in-kunder efter ministeriets opfattelse skal beregnes."		Ikke besvaret
9. "Skatteministeriet opfordres til at redegøre for den beløbsmæssige størrelse af de skønsmæssigt anerkendte fradragberettigede royaltyudgifter..."		Besvarelse af opfordringen er ikke relevant, da der ikke er givet fradrag.
10. Skatteministeriet opfordres til at "redegøre for, om skattemyndighederne – eller ministeriet – har foretaget en sammenlignelighedsanalyse til brug for fastsættelsen af indkomstens størrelse."		En sådan analyse er ikke relevant.
14. Skatteministeriet opfordres "til at bekræfte, at Selskabet efter ministeriets opfattelse ... er berettiget til royaltyfradrag i perioder med overskud".		Spørgsmålet er af hypotetisk karakter.
17. "Skatteministeriet opfordres til at tilkendegive, om ministeriet fastholder, at den valgte TNMM-metode er "et bedre metodevalg" ... for så vidt angår armslængdetesten af den i sagen omhandlede licens-		Opfordringen er ikke besvaret.

transaktion – og i givet fald – hvorfor, herunder henset til Selskabets samlede omkostninger sat i forhold til størrelsen af royaltybetalingerne.”		
--	--	--

3. Procedure

3.1. Adecco A/S

Adecco A/S har gjort gældende, at selskabets royaltybetalinger har karakter af driftsomkostninger, der er fradragsberettigede efter statsskattelovens § 6, litra a, og at selskabet har krav på fradrag for royaltybetalinger på 1,5 % af selskabets omsætning i første halvår af 2006 og 2 % frem til og med 2009, idet disse priser er i overensstemmelse med, hvad der kunne være opnået, hvis transaktionerne var afsluttet mellem uafhængige parter og således er i overensstemmelse med kravet i ligningslovens § 2.

3.1.1. *Royaltybetalingerne er fradragsberettigede driftsudgifter*

Adecco har herved navnlig gjort gældende, at selskabet har løftet sin bevisbyrde for, at de grundlæggende betingelser for fradrag i medfør af statsskattelovens § 6, litra a, er opfyldt, og udgifterne til royaltybetaling er således fradragsberettigede i det påståede omfang.

Selskabet har herved nærmere anført, at det er ubestridt, at udgifterne faktisk er afholdt, og at det er åbenbart, at royalty-betalingen havde karakter af driftsomkostninger, idet selskabet for betalingerne har modtaget ydelser af væsentlig økonomisk værdi.

Brugsretten til varemærket har således en væsentlig økonomisk værdi, hvilket fremgår af Interbrands oversigter over de mest værdifulde schweiziske brands. Denne brugsret var endvidere en grundsten i selskabets forretning, idet selskabet uden dette og uden det internationale kundenetværk ville stå helt "alene" i markedet og dermed have en helt anden forretning. At brugsretten til varemærket har værdi, fremgår endvidere af, at det under sagen er dokumenteret, at en række uafhængige selskaber har valgt at betale for brugen af det samme varemærke, hvilket må anses for at have en større bevisværdi end den fremlagte generiske oplysning i rapporten fra Dansk Industri, som Skatteministeriet har henvist til.

Dertil kommer den værdi, selskabet fik som led i adgang til knowhow om best practices om salgspriser og indkøb, herunder systemer til beregning af salgspriser og koncepter for indkøb fra leverandører, viden om specifikke brancher i form af forretningsmodeller, og adgang til servicekoncepter for kundekontrakter og standardiserede arbejdsgange for rekruttering af kandidater.

Endvidere fik selskabet ved aftalen adgang til internationale "referred in"-kunder, der blev henvist til selskabet gennem det internationale netværk, og omsætningen herved var i perioden på mellem ca. 6 og 11 % og oversteg således i sig selv royaltybetalingerne væsentligt. Det er udokumenteret og spekulativt begrundet, når Skatteministeriet antager, at selskabet også ville have fået disse kunder uden adgang til Adecco-koncernens netværk, idet det ville være i strid med armslængdeprincippet at antage, at moderselskabet vederlagsfrit skulle have leveret de pågældende kunder til Adecco A/S. Det er forkert, når Skatteministeriet gør gældende, at selskabet har betalt for nationale kunder, idet det klart fremgår af licensaftalen, at der alene betales for de deri omhandlede immaterielle rettigheder.

Det anførte støttes af, at det flere steder af SKATs afgørelse fremgår, at SKAT anså udgifterne for fradragsberettigede, at det af Skatteministeriets indlæg for Landsskatteretten ligeledes fremgår, at ministeriet anså udgifterne for fradragsberettigede, og at den modtagne royalty havde en værdi på mere end 0 %, og at det også fremgår af Landsskatterettens præmisser, at selskabets royalty blev anset for fradragsberettigede driftsudgifter. Det er således et nyt synspunkt, at Skatteministeriet gør gældende, at der end ikke er tale om driftsudgifter. Da Skatteministeriets nye synspunkt på dette punkt er i strid med SKATs afgørelse, påhviler bevisbyrden herfor Skatteministeriet.

3.1.2. Skatteministeriet har bevisbyrden for, at royaltybetaling i det påståede omfang ikke er på armslængdevilkår, jf. ligningslovens § 2

Adecco har endvidere gjort gældende, at det forhold, at selskabet som skatteyder har bevisbyrden for, at de grundlæggende fradragsbetingelser efter statskatteloven er opfyldt, ikke indebærer, at selskabet også har bevisbyrden for, at royaltybetalingerne er sket på armslængdevilkår efter ligningslovens § 2, stk. 1, og at Skatteministeriets sammenblanding heraf således er forkert. Selskabet har herved henvist til, at det udtrykkeligt fremgår af forarbejderne til denne bestemmelse (lovforslag nr. L 84 af 14. november 1997 om ændring af skattekontrollen og skattestyrelsesloven (oplysningspligt vedrørende koncerninterne transaktioner)), at der "ikke [er] tale om indførelse af omvendt bevisbyrde – bevisbedømmelsen er til stadighed fri, jf. retsplejelovens § 344", og at "skattemyndighederne ... [skal] sandsynliggøre at transaktionen ikke er sket på armslængde vilkår..." Det er således skattemyndighederne, der skal godtgøre, at satsen på 2 % ikke er markeds-mæssig, idet den er usædvanlig og i væsentlig grad afviger fra en sædvanlig markedsstandard, jf. tillige bl.a. TfS 1999.730V, TfS 2002.336V og TfS 1988.292H og SKATs juridiske vejledning afsnit C.C.2.2.1.2. Da selskabet har påvist, at samme royaltysats betales til Adeccos moderselskab af koncernuafhængige parter, er der endvidere en formodning for, at samme sats skal anvendes mellem det danske datterselskab og moderselskabet, og det påhviler

derfor Skatteministeriet på et sikkert grundlag at sandsynliggøre, at dette ikke er tilfældet.

3.1.3. Skattemyndighederne var ikke berettigede til skønsmæssigt at ansætte værdien af royaltyaftalen

Adecco har hertil for det første gjort gældende, at det var uberettiget, at SKAT foretog en skønsmæssig ansættelse af størrelsen af selskabets royaltybetalinger. Selskabet har herved navnlig henvist til, at det med Højesterets dom i UfR 2019.1446 er fastslået, at det i henhold til skattekontrollovens § 3 B, stk. 8, jf. § 5, stk. 3, er en betingelse for, at SKAT kan foretage en skønsmæssig ansættelse af selskabets royalty-betaling, at skatteyderen enten slet ikke har udarbejdet en transfer pricing-dokumentation, eller at denne dokumentation på ansættelsestidspunktet er så mangelfuld, at forholdet må sidestilles med manglende dokumentation. Disse betingelser er ikke opfyldt, da selskabet i de omtvistede skatteår har udarbejdet og indleveret transfer pricing-dokumentation, der opfylder kravene i den dagældende TP-dokumentationsbekendtgørelse.

De mangler, Skatteministeriet har gjort gældende, bestrides, og det gøres gældende, at eventuelle mangler ikke kan føre til, at betingelserne for at udøve et skatteskøn, er opfyldt. Det forhold, at selskabet efterfølgende har fremlagt yderligere dokumentation, gør ikke, at den oprindelige dokumentation ikke længere lever op til lovgivningens krav, idet denne dokumentation støtter en sats på 2 %, og idet bedømmelsen skal ske på grundlag af forholdene på ansættelsestidspunktet, dvs. den 29. januar 2013, hvor SKAT traf afgørelse. Det er heller ikke en mangel ved selskabets TP-dokumentation, at den ikke beskriver den transaktion af markedsføringsydelse, som SKAT gør gældende har fundet sted, idet der – som anført nedenfor – er tale om en ubegrundet skatteretlig konstruktion. Selskabet har herved tillige henvist til, at Højesteret i dommen i UfR 2019.1446 afviste en tilsvarende indsigelse fra Skatteministeriets side. Selskabet bestrider endvidere, at den fremlagte transfer pricing-dokumentation ikke forholder sig til selskabets funktioner, aktiver og risici, idet kravene til en funktions- og risikoanalyse i TP-dokumentationsbekendtgørelsens § 5, stk. 4, nr. 2, er opfyldt ved det anførte i afsnittene "Functional analysis", der levede op til skattemyndighedernes daværende vejledning. Denne blev endvidere uddybet på mødet med SKAT den 20. marts 2012 forud for ansættelsen og fremgik i øvrigt af royaltyaftalerne, der var vedlagt som bilag til selskabets transfer pricing-dokumentation.

Skatteministeriets opfattelse af, at sammenligningsanalysen lider af visse mangler, kan – selv hvis den måtte være rigtig – ikke føre til, at selskabets transfer pricing-dokumentation må sidestilles med, at selskabet slet ikke har fremlagt en sådan dokumentation, hvilket også støttes af Skatteankestyrelsens indstilling i sagen. Betingelserne for at udøve et skatteskøn i henhold til ligningslovens § 2,

stk. 1, var heller ikke opfyldt, da der ikke er bevisnød, og da SKAT ikke har godtgjort, at royaltytransaktionerne ikke er foretaget på armslængdevilkår. Skatteministeriet skulle i så fald godtgøre, at myndighedernes ansættelse er mere sandsynlig end den skønsmæssige opgørelse, selskabet gør gældende, og det er ikke tilfældet. Den praksis, som Skatteministeriet henviser til, og herunder UfR 2009.476H, angår ikke transfer pricing, og den er derfor usammenlignelig med den foreliggende sag.

3.1.4. Skatteministeriets skønsmæssige fastsættelse af værdien af royaltyaftalen skal tilsidesættes

For det tilfælde, at retten måtte finde, at det har været berettiget at foretage en skønsmæssig ansættelse, har selskabet i anden række gjort gældende, at det foretagne skøn skal tilsidesættes, og at den foretagne ansættelsesændring også derfor ikke kan opretholdes. Det skyldes for det første, at det ikke fremgår, hvilke beløbsmæssige elementer der er indgået i skønnet. For det andet strider ministeriets synspunkt om, at Adecco-varemærket ikke er noget værd, mod ministeriets opfattelse af, at Adecco A/S burde have fået et betydeligt vederlag for at opbygge det angiveligt værdiløse varemærke. For det tredje mener Skatteministeriet, at SKATs afgørelse er forkert.

Dertil kommer, at ministeriet ikke har foretaget nogen selvstændig transfer pricing-analyse efter armslængdeprincipperne, og at ministeriets resultat derfor er mindre sandsynligt end selskabets. Endvidere fremgår det af de almindelige bemærkninger til lovforslag nr. L 120 af 2. marts 2005 om ændring af skattekontrolloven, skattestyrelsesloven, ligningsloven og tonnageskatteloven (ændring af oplysnings- og dokumentationspligt vedrørende transfer pricing), pkt. 2 om gældende regler, at skattemyndighedernes skøn "*altid [skal] udøves i overensstemmelse med principperne i OECDs retningslinjer om transfer pricing ...*", og at dette – som anført nedenfor – ikke er sket i relation til den skattemæssigt konstruerede markedsføringstransaktion. Endelig hviler skønnet på forkerte antagelser. Det er således forkert, når det anføres, at selskabet har betalt royalties for nationale kunder, at der er en klar sammenhæng mellem royalty-betalingen og selskabets underskud, og at der ikke er sket en korrektion for omsætningen ved henviste internationale kunder.

3.1.5. CUP-metoden skal anvendes, og Adeccos nye referenceaftaler kan og skal anvendes ved en CUP-analyse efter ligningslovens § 2

Adecco har til støtte for, at royaltybetaling på hhv. 1,5 og 2 % er på armslængdevilkår, indledningsvis gjort gældende, at selskabets transfer pricing-sammenligningsanalyse, der baserer sig på den såkaldte fri markedspris-metode (herefter "CUP-metoden") er udarbejdet i overensstemmelse med ligningslovens § 2, stk. 1.

Selskabet har herved navnlig anført, at det følger af bemærkningerne til lovforslaget, hvorved bestemmelsen blev indført i ligningslovens § 2, stk. 1, (lovforslag nr. L 101 af 2. juni 1998 om ændring af ligningsloven, selskabsskatteloven og skattekontrolloven (Lovfæstelse af armslængdeprincippet og værn mod tynd kapitalisering)), at kravet om, at der ved kontrollerede transaktioner skal anvendes priser og vilkår i overensstemmelse med, hvad der kunne være opnået, hvis transaktionerne var afsluttet mellem uafhængige parter, er baseret på OECDs retningslinjer, de såkaldte TP-guidelines. Det fremgår endvidere af de almindelige bemærkninger til lovforslag nr. L 120 af 2. marts 2005, om ændring af skattekontrolloven, skattestyrelsesloven, ligningsloven og tonnageskatteloven (ændring af oplysnings- og dokumentationspligt vedrørende transfer pricing), pkt. 2 om gældende regler, at retsanvendelsen som anført ovenfor altid skal ske i overensstemmelse hermed.

Efter de nævnte guidelines fordrer armslængdeprincippet, at der skal ske en sammenligning mellem den kontrollerede transaktion på den ene side og sammenlignelige transaktioner mellem uafhængige parter på den anden side. Kan der identificeres transaktioner mellem uafhængige parter, der angår sammenlignelige produkter, der er tilstrækkeligt sammenlignelige med produkterne i den kontrollerede transaktion, er CUP-metoden den mest pålidelige og derfor foretrukne metode, der bør anvendes i alle tilfælde, hvor der foreligger tilstrækkeligt sammenlignelige produkter, jf. de almindelige bemærkninger til lovforslag nr. L 84 af 14. november 1997 om ændring af skattekontrolloven og skattestyrelsesloven (oplysningspligt vedrørende koncerninterne transaktioner), pkt. 3, underafsnittet om OECDs retningslinjer, kapitel II og III, samt de nævnte guidelines (1995-udgaven), pkt. 2.7. Efter de nævnte guidelines, pkt. 2.9, skal såvel skatteyderne som skattemyndighederne herved gøre sig enhver bestræbelse på at foretage de nødvendige sammenligningsjusteringer til, at metoden kan anvendes.

Hvis et koncernselskab sælger samme ydelse både til uafhængige (koncerneksterne) parter og til øvrige koncernselskaber, kaldes det koncerneksterne salg en "intern CUP". Anvendes en intern CUP i CUP-analysen, er CUP-metoden endnu mere pålidelig.

3.1.6. Adeccos påstand om royaltybetaling på 1,5 % hhv. 2 % er på armslængdevilkår
Adecco har i relation til den konkrete sats på 2 % i første række henvist til, at moderselskabet Adecco SA har indgået licensaftaler med ni uafhængige selskaber, og at disse aftaler i det væsentlige svarer til aftalen med Adecco.

Til støtte for synspunktet om, at aftalerne er sammenlignelige, har Adecco navnlig gjort gældende, at de nævnte selskaber er *uafhængige* af Adecco SA, og at dette bl.a. fremgår af de fremlagte erklæringer fra selskaberne i Den Dominikanske Republik, Costa Rica, Guatemala og Panama, der alle tidligere har været en del af Adecco-koncernen. Det samme gælder endvidere aftaleparterne i Ukraine og Rusland, som også er frasolgt. Da Adecco ikke har bestemmende indflydelse på selskabet i Kina, jf. erklæringen herom, må det kinesiske selskab også anses for et uafhængigt, selv om Adecco ejer 49 % af aktierne i det.

Alle aftalerne angår endvidere et helt identisk *produkt* – nemlig brugsretten til varemærket Adecco. Den omtvistede licensaftale angår herudover retten til Adeccos internationale netværk, knowhow og forretningsmodellen ANBM. Det viser, at en CUP-analyse, der alene foretages på grundlag af priser på Adecco-varemærket giver et lavt resultat. Af de fremlagte aftaler fremgår endvidere, at *pris og vilkår* i det væsentlige er de samme, herunder er der i alle tilfælde indgået aftale om betaling af en royalty på 2 % af omsætningen for brugen af varemærket (i Sydafrika dog først efter fire år, hvor prisen var fast), og ingen af de fremlagte eksempler giver licenstagere ret til kompensation for goodwill i tilfælde af opsigelse, således som det også er tilfældet i den omtvistede aftale.

Adecco har endvidere gjort gældende, at der ikke er grundlag for at antage, at der er *økonomiske forskellige omstændigheder*, der væsentligt påvirker prisen. Selskabet har herved anført, at det forhold, at aftalerne angår så forskellige geografiske markeder i sig selv viser, at det må have formodningen mod sig, at den geografiske forskel skulle have nogen betydning i forhold til Danmark. Dette støttes endvidere af, at skattemyndighederne i Norge og Sverige har fundet, at en royaltysats på 2 % er markedsmæssig.

Også en *funktionsanalyse* viser, at sammenlignelighedskravet er opfyldt, idet alle aftaleparterne – ligesom Adecco – får ret til at anvende varemærket til at drive vikarvirksomhed, og idet risikofordelingen mellem de enkelte aftaleparter og moderselskabet er helt identisk med tilfældet i den omtvistede licensaftale med Adecco. Adecco har i anden række henvist til de CUP-analyser, der var angivet i den oprindelige TP-dokumentation på grundlag af en række amerikanske franchiseaftaler, idet disse også støtter en royaltysats på 2 %.

3.1.7. Skatteministeriet har ikke løftet bevisbyrden for, at Adeccos fastsættelse af royaltysatsen kan tilsidesættes

Adecco har gjort gældende, at Skatteministeriet ikke har løftet bevisbyrden for, at Adeccos fastsættelse af royaltysatsen til 1,5 % hhv. 2 %, der nødvendigvis er af skønsom karakter, er i strid med armslængdeprincippet i ligningslovens § 2, stk. 1.

Skatteministeriets anbringender om, at de fremlagte aftaler til CUP-analysen angår selskaber, der opererer på geografisk og demografisk meget forskellige markeder, modbevises af, at de i sig selv angår så forskellige markeder, at der – når der henses til, at de alle opererer med samme pris for brug af varemærket – må gælde en formodning for, at det geografiske og demografiske element ikke er af væsentlig betydning for prisen, jf. ovenfor. De forskelle, der er, kan ikke føre til en afvisning af den anvendte CUP-metode. Dertil kommer, at Skatteministeriet i andre sager selv har peget på sammenligning med indtjeningen hos selskaber i andre lande.

Skatteministeriet har heller ikke henvist til et mere sikkert grundlag for fastsættelsen. Ministeriet har – som også anført af Skatteankestyrelsen – ikke anvist et alternativt prissammenligningsgrundlag eller selv foretaget en CUP-analyse, og ministeriets opfattelse hviler således reelt på gæt og spekulation. Den anvendte transaktionsbestemte nettoavancemetoden (TNMM-metoden), som ministeriet har brugt som et "sandsynlighedstjek", opfylder ikke kravene til en sammenligning mellem kontrollerede og ukontrollerede priser. Denne metode er – som anført i SKATs vejledning om TP-dokumentation af 6. februar 2006 afsnit 5.3.2.2.2 – mere indirekte, og den bør i henhold til bemærkningerne til det ovennævnte lovforslag nr. L 84 af 14. november 1997 alene anvendes som "*en sidste udvej*". Den kan derfor ikke anvendes, når der findes anvendelige CUP-oplysninger. SKAT har endvidere ikke engang anvendt TNMM-metoden rigtigt, idet den fordrer, at der sker en sammenligning af overskud af bestemte transaktioner. Royaltybetalinger er kun en mindre del af Adeccos virksomhed, og metoden er derfor konkret uanvendelig. Skatteministeriet har endvidere ikke besvaret en provokation om at redegøre for, hvordan metoden skulle være egnet.

Adecco har endvidere gjort gældende, at selskabets underskud – i modsætning til, hvad Skatteministeriet har gjort gældende – ikke hænger sammen med selskabets betaling af royalties. Selskabets underskud hænger derimod sammen med flere forskellige forhold, herunder selskabets transaktioner, strategier, ledelsesmæssige beslutninger, omkostningsstruktur og den generelle markedsøkonomi i perioden. Det samlede resultat er derfor uanvendeligt som prisfastsættelsesreference eller rettesnor for, om royaltybetalingerne skete på armslængdevilkår, jf. ligningslovens § 2. Dertil kommer, at selskabet ville have opnået større underskud uden omsætningen fra "referred in"-kunderne, der oversteg royalty-betalingerne, og selskabet ville endvidere også have haft underskud uden betaling af en royalty. Det er i øvrigt ren spekulation at overveje, hvad omsætningen ville have været, såfremt selskabet skulle have drevet forretning uden licensaftalen med Adecco SA.

3.1.8. Der er ikke grundlag for beskatning af et skatteretligt konstrueret markedsføringshonorar

Adecco har bestridt Skatteministeriets synspunkt om, at der er grundlag for at beskatte selskabet af en skattemæssigt konstrueret transaktion om markedsføring vedrørende "forbedring af moderselskabets varemærke". Der er derfor ikke grundlag for at anse selskabets fradrag for royaltybetalinger for "spist op" af et sådant skattekrav. Selskabet har herved nærmere anført, at synspunktet om, at Adecco har leveret en forbedring af værdien af moderselskabets varemærke, er uforeneligt med ministeriets anbringende om, at der ikke er fradragsret for royaltybetalingerne, fordi varemærket er værdiløst. Dertil kommer, at det følger af OECDs TP-Guidelines, at det klare udgangspunkt er, at skattemyndighederne skal respektere den aftalestruktur, som parterne faktisk har vedtaget, jf. herved pkt. 1.64 i 2010-udgaven og pkt. 1.36 i 1995-udgaven af de nævnte guidelines, der tillige er fulgt i SKM 2018.511.LSR. Det fremgår heraf, at en manglende kontrolleret transaktion kun bør statueres undtagelsesvist, og at kun i situationer, hvor økonomisk substans i en faktisk transaktion er uoverensstemmende med transaktionernes form samt de situationer, hvor omstændighederne ved de faktiske transaktioner adskiller sig fra den måde, uafhængige rationelle forretningsparter ville have indrettet sig på. Skatteministeriets anbringende indebærer en omkvalifikation af markedsføringsaktiviteter til en tjenesteydelse, idet der aldrig har været leveret en markedsføringsydelse til moderselskabet. Denne omkvalifikation er i strid med de anførte guidelines, da der ikke er tale om en af de nævnte undtagelser.

Skatteministeriet har endvidere ikke foretaget nogen armslængdeværdiansættelse af den faktisk gennemførte royaltytransaktion, jf. ovf. Der er heller ikke lavet nogen analyse af niveauet af markedsføringsudgifter for sammenlignelige virksomheder eller en armslængdeanalyse af det konstruerede vederlag.

Adecco har endvidere gjort gældende, at det er Skatteministeriet, der har bevisbyrden for, at der foreligger en skattepligtig transaktion, og at denne bevisbyrde ikke er løftet. Selskabet har herved bl.a. henvist til, at Adeccos markedsføringsaktiviteter retter sig mod det danske marked og således kommer det danske selskab til gavn. Da Adecco har eneret til Adecco-waremærket i Danmark, er det kun Adecco, der får direkte fordele af denne markedsføring. En eventuel indirekte fordel for Adecco SA må anses for fjern og udokumenteret, og – som Skatteankestyrelsen også har anført – har SKAT ikke specificeret konkret, hvordan de afholdte omkostninger skulle have bidraget til opbygning og vedligeholdelse af Adecco SAs immaterielle aktiver. Som også anført af Skatteankestyrelsen, kan der heller ikke lægges vægt på, at licensaftalen kan opsiges med tre måneders varsel, da selskabets markedsføringsaktiviteter har bidraget til udviklingen og styrkelsen af det danske selskabs kunder og placering på det danske

marked, hvilket ikke nødvendigvis mistes ved en eventuel opsigelse af licensaftalen. Såfremt licensaftalen måtte blive opsagt, ville skattemyndighederne endvidere kunne korrigere prisvilkår i aftalen og herunder fikserer en goodwill-kompensation, men dette er ikke aktuelt.

3.1.9. Adecco er ikke afskåret fra at få medhold i den principale påstand

Adecco bestrider Skatteministeriets synspunkt om, at Adecco ikke vil kunne få medhold i den principale påstand. Adeccos påstand er ikke udtryk for, at selskabet selv foretager en skønsæssig ansættelse. Derimod er der alene tale om, at Adecco kun for en dels vedkommende har indbragt skattemyndighedernes afgørelser for retten.

3.2. Skatteministeriet

Skatteministeriet har i første række anført, at Adecco ikke har løftet bevisbyrden for, at der er fradrag for royaltybetalingerne, da denne ikke har den fornødne tætte tilknytning til indkomsterhvervelsen, idet en uafhængig part med vedvarende og budgetterede underskud ikke ville betale royalties for adgangen til et internationalt netværk, som ikke modsvarede nogen værdi eller en værdi, der kunne føre til indtjening og overskud. Det er heller ikke dokumenteret, at royaltybetalingerne har tilført selskabet nogen fordele, og armslængdeværdien er således korrekt sat til 0 %. Hvis landsretten måtte finde, at royaltybetalingerne isoleret set er fradragsberettigede, har ministeriet i anden række gjort gældende, at fradragsværdien elimineres ved, at selskabet i perioden har afholdt betydelige udgifter til markedsføring i moderselskabets interesse, uden at selskabet er blevet kompenseret eller honoreret for disse markedsføringsydelser, der overstiger de betalte royalties. Fradrag for royaltybetalingerne er udelukket, da en eventuel fradragsværdi vil blive "spist op" af den manglende indtægtsførelse af kompensation eller honorering.

Skatteministeriet bestrider Adeccos indsigelser mod SKATs og Landsskatterettens afgørelser.

3.2.1. Royaltybetalingerne er ikke fradragsberettigede driftsudgifter

Skatteministeriet har gjort gældende, at Adecco har bevisbyrden for, at de grundlæggende fradragsbetingelser er opfyldt, og at dette også omfatter bevisbyrden for, at royaltybetalingerne under de foreliggende omstændigheder er driftsmæssigt begrundet. Selskabets bevisbyrde for, at udgiften er fradragsberettiget, er skærpet som følge af interessesammenfaldet mellem Adecco og Adecco SA, jf. f.eks. SKM2007.455H.

Landsskatteretten og SKAT har været berettiget til skønsmæssigt at ansætte royaltysatsen, da der ikke er handlet på armslængdevilkår, og da selskabets transfer pricing-dokumentation lider af alvorlige mangler. Også som følge heraf har Adecco bevisbyrden for, at skønnet er udøvet på et forkert eller mangelfuldt grundlag.

Adecco har ikke løftet bevisbyrden for, at udgifterne er fradragsberettigede, herunder at Landsskatterettens skøn hviler på et forkert eller mangelfuldt grundlag eller er åbenbart urimeligt.

Skatteministeriet har herved navnlig anført, at royaltybetalingerne ikke har haft den nødvendige tilknytning til selskabets egen indkomsterhvervelse, hvilket er en forudsætning for fradragsret, jf. f.eks. UfR 2016.471H. En uafhængig part ville således ikke have betalt royalties i selskabets situation, hvor selskabet i de pågældende indkomstår realiserede meget betydelige underskud og også budgetterede med underskud, og hvor brand og netværk ikke er relevante konkurrenceparametre på vikarmarkedet.

Adecco realiserede i perioden 2001-2009 betydelige underskud og kun få, mindre overskud. I perioden 2010-2013 budgetterede selskabet fortsat med underskud. Først i 2014 budgetterede selskabet med overskud – og dette kun under forudsætning af en urealistisk stor forøgelse af omsætningen. I de relevante indkomstår opnåede moderselskabet store og kontinuerlige overskud. Selskabets betaling af royalties under de nævnte sådanne omstændigheder er ikke udtryk for markedsadfærd, jf. OECDs TP-Guidelines (2017), pkt. 1.129, der svarer til 2010-udgaven, pkt. 1.70. Et uafhængigt selskab, der ikke tjente penge, ville således hverken betale royalties som sket – eller med 2 % af nettoomsætningen. Betalingerne må derfor i stedet ses som det danske datterselskab Adeccos udførelse af koncernens strategi om at kunne tilbyde koncernens internationale kunder en samlet løsning i alle de lande, hvor koncernens kunder har behov for det. Selskabets fortsatte royaltybetaling under de nævnte omstændigheder var endvidere stærkt usædvanligt, hvilket efter retspraksis yderligere skærper bevisbyrden, som ikke er løftet. Royaltybetalingerne har dermed ikke den nødvendige tilknytning til selskabets egen indkomsterhvervelse.

Skatteministeriet har endvidere anført, at ministeriets synspunkt om, at royaltybetalingerne ikke havde den nødvendige tilknytning til selskabets egen indkomsterhvervelse, tillige støttes af, at forhold som brand og netværk ikke er relevante konkurrenceparametre på det danske vikarmarked. Ministeriet har herved navnlig henvist til, at brancheorganisationen VikarBranchen under Dansk Industri i 2010 i en brancheundersøgelse konkluderede, at konkurrenceforholdene blandt vikarvirksomheder var således, at "[p]risen er ... den eneste

reelle konkurrenceparameter". Adecco har ikke bestridt denne konklusion. Adecco SA har endvidere oplyst noget tilsvarende over for EU's konkurrencemyndigheder i forbindelse med en fusionssag. Af afgørelsen i sagen fremgår således bl.a., at det relevante geografiske marked for vikarer er af nationalt omfang pga. forhold som sprogforskelle, personlige præferencer mht. flytning af medarbejdere og forskelle i den retlige regulering. Endvidere fremgik, at Adecco SA havde foretaget en markedsundersøgelse, der viste, at der var nem adgang til at skifte vikarleverandør, og at omkostningerne ved at skifte hurtigt kunne udlignes ved opnåelse af en billigere pris, og moderselskabet konkluderede, at prisen var et vigtigere konkurrenceparameter end det omdømme, vikarbureauets brand måtte have. Uanset, at denne undersøgelse angik det britiske marked, må det – også henset til, at Adecco ikke har besvaret ministeriets opfordring til at fremlægge notifikationen fra moderselskabet vedrørende fusionen (nr. 10) – lægges til grund, at tilsvarende forhold gælder for det danske vikarmarked.

Adeccos indsigelse om, at selskabet som led i royaltyaftalen også fik adgang til det internationale Adecco-netværk og dermed til de såkaldte "referred in"-kunder, er ikke dokumenteret. Selskabet har opgivet forskellige omsætningstal fra "globale kunder" for SKAT og for Landsskatteretten, og selskabet har ikke besvaret Skatteministeriets opfordring nr. 13 om at dokumentere omfanget af henviste kunder. Denne kunne let have været opfyldt, og det må herefter lægges til grund, at selskabet ikke opnåede eller forventede at opnå nogen nævneværdig omsætning via netværket. Da prisen – og ikke brand – var det eneste reelle konkurrenceparameter, må det endvidere lægges til grund, at selskabet i givet fald ville have opnået de samme kunder uden adgang til netværket. Selv hvis det – som anført af selskabet – måtte blive lagt til grund, at omsætningen fra "referred in"-kunder oversteg royalty-betalingerne, kan det ikke lægges til grund, at denne omsætning resulterede i et overskud i forhold til royaltybetalingen, da der herved bl.a. ikke er taget højde for betaling af lønudgifter til vikarerne.

Skatteministeriet har bestridt, at Adeccos indsigelse om, at selskabet som led i royaltyaftalen også fik adgang til forretningsmodellen ANBM, kan føre til en anden vurdering. Ministeriet har herved navnlig anført, at det er intet er oplyst om, hvad denne model gik ud på, og det er ikke dokumenteret, at der var realitet bag det anførte i selskabets transfer pricing-dokumentation om, at Adecco SA som led i aftalen påtog sig at forøge sine investeringer i Adecco-varemærket. Tværtimod fremgår det af Adecco SAs regnskaber, at selskabets driftsomkostninger faldt med ca. 80 % i samme periode, og Adecco afholdt i perioden selv betydelige markedsføringsudgifter. Endvidere er ministeriets opfordring til at dokumentere moderselskabets investeringer i brandet ikke opfyldt. Der er

heller intet oplyst om karakteren af den knowhow, selskabet fik adgang til, og betydningen heraf modbevises af, at Adecco SA har erkendt, at der er tale om nationale markeder og af, at Adecco også eksisterede inden royaltyaftalen blev indgået.

3.2.2. Skattemyndighederne var berettigede til at ansætte royaltytransaktionerne skønsmæssigt

Skatteministeriet har gjort gældende, at skattemyndighederne har været berettigede til at ansætte royaltytransaktionerne skønsmæssigt. Det skyldes for det første, at selskabet ikke har handlet på markedsvilkår med moderselskabet, jf. ligningslovens § 2. Dette er erkendt, da selskabet under retssagen nu påberåber sig en royaltysats på 2 % af hele omsætningen i modsætning til de aftalte og selvangivne royaltysatser på 2 % inden for industrisegmentet og 4 % inden for det professionelle segment. Endvidere er det som anført ikke markedsmæssigt, at selskabet med vedvarende og budgetterede underskud betaler betydelige royalties for brugsret til brand og netværk, når den eneste reelle konkurrenceparameter er pris. Dermed er hverken den selvangivne eller den påståede fradragsberettigede royaltybetaling markedsmæssig. Som anført nedenfor er det heller ikke markedsmæssigt, at selskabet ikke har modtaget honorar for markedsføringsydelse i de omtvistede år.

Skatteministeriet har for det andet gjort gældende, at ministeriets skønsmæssige følger af, at selskabets transfer pricing-dokumentation lider af en række alvorlige mangler, som har medført, at SKAT ikke ud fra dokumentationen kunne vurdere, om priser og vilkår var fastsat i overensstemmelse med armslængdeprincippet, jf. de dagældende bestemmelser i skattekontrollovens § 3 B, stk. 5, jf. stk. 8, jf. § 5, stk. 3, samt UfR 2019.1446H.

Skatteministeriet har herved navnlig henvist til, at transfer pricing-dokumentationen ikke lever op til kravet i TP-bekendtgørelsens § 5, stk. 4, nr. 2, da den grundlæggende ikke forholder sig til selskabets funktioner, aktiver og risici. For årene 2006, 2008 og 2009 er disse forhold slet ikke omtalt i selskabets transfer pricing-dokumentation, mens der i 2007 var fremlagt en skematisk oversigt, der reelt ikke sagde noget om selskabets funktioner m.v. Af oversigten fremgik, at selskabet hverken havde aktiver eller funktioner, men tilsyneladende kun en begrænset "business risk". Som anført i OECDs TP-Guidelines (2017), pkt. 1.51 og 1.56-1.57 er en behørig funktionsanalyse nødvendig for at kunne vurdere, om transaktionerne er indgået på armslængdevilkår. Dertil kommer, at Adecco reelt har erkendt, at konklusionen i transfer pricing-dokumentationen om, at en royaltybetaling på 4 % for det professionelle segment, er på armslængdevilkår, er forkert, idet selskabet for landsretten alene gør gældende, at en sats på 2 % er markedsmæssig. Under disse omstændigheder, skal det lægges til grund, at

dokumentationen ikke lever op til kravene i skattekontrollovens § 3 B, stk. 5, og transfer pricing-dokumentationsbekendtgørelsen. I transfer pricing-dokumentationen var det anført, at der ikke var sammenlignelige aftaler mellem Adecco SA og tredjeparter. Endvidere kom syv af de ni aftaler, som selskabet nu påberåber sig, først frem for Landsskatteretten, mens yderligere to først blev fremlagt med stævningen. Dokumentationen er endvidere væsentligt mangelfuld, da den ikke i tilstrækkelig grad inddrager de særlige nationale forhold på det danske marked om, at prisen på dette marked er den eneste reelle konkurrenceparameter. Endvidere er de særlige forhold, der i Danmark gør sig gældende for det professionelle segment, ikke nævnt.

Skatteministeriet har endvidere henvist til de indsigelser mod den fremsendte transfer pricing-dokumentation, som SKAT anførte i sin afgørelse. Da de omtalte franchise-referenceaftaler var for forskellige, var de uegnede til at danne grundlag for en CUP-analyse i selskabets transfer pricing-dokumentation. Selskabet havde således reelt ikke nogen transfer pricing-dokumentation. I den situation er skattemyndighederne berettigede til at foretage ansættelsen ved et skatteskøn.

3.2.3. Adeccos nye sammenligningsaftaler kan ikke anvendes i en CUP-analyse efter ligningslovens § 2

Skatteministeriet har gjort gældende, at de ni aftaler, som Adecco har påberåbt sig til støtte for, at en royaltysats på 2 % af det danske selskabs nettoomsætning er markedsmæssig, ikke kan anvendes i en CUP-analyse. Skatteministeriet har herved nærmere anført, at det følger af OECDs TP Guide-lines (2010), pkt. 1.55, at det er en forudsætning for anvendelse af CUP-metoden, at der ikke er betydningsbærende forskelle på de sammenlignede transaktioner. Det er herunder et ufravigeligt krav, at der ikke er betydningsbærende forskelle mellem de økonomiske omstændigheder, som gør sig gældende for de pågældende transaktioner. Da de økonomiske og kommercielle omstændigheder for referenceselskaberne imidlertid er vidt forskellige fra det danske selskabs, ligesom de markeder, referenceselskaberne opererer på, er vidt forskellige fra det danske vikarmarked, er de referenceaftaler, som selskabet har påberåbt sig uden betydning for det danske selskab.

Skatteministeriet har til støtte herfor navnlig henvist til, at aftalerne er indgået med selskaber, der opererer på helt andre markeder end det danske vikarmarked, og at selskabet ikke har identificeret lignende royaltyaftaler med selskaber i lande, som Danmark normalt sammenlignes med, og hvis arbejdsmarkeder ligner det danske. Dertil kommer, at Adecco trods Skatteministeriets opfordring nr. 21 ikke har dokumenteret, at nogen af referenceselskaberne – lige som Adecco selv – genererer kroniske underskud, hvilket må anses for et væsentligt

sammenligningsparameter. Det må derfor lægges til grund, at der er tale om overskudsgivende selskaber, og aftalerne er allerede derfor ikke relevante. Adecco har endvidere trods Skatteministeriets opfordring nr. 17 ikke dokumenteret, at referenceselskaberne ligesom Adecco har afholdt store markedsføringsudgifter i Adecco SAs interesse, og det må derfor lægges til grund, at dette ikke er sket. Også derfor er referencerne uden betydning. Referenceselskaberne i Guatemala, Costa Rica, Den Dominikanske Republik og Panama er endvidere ikke uafhængige af Adecco-koncernen, idet Adecco SA i de pågældende år havde tilbagekøbsret til licenstagerne. Da Adecco ikke har besvaret Skatteministeriets opfordring nr. 7, må det lægges til grund, at det samme er tilfældet i relation til selskaberne i Ukraine og Rusland, og Adecco SA har således reelt haft kontrol over seks af de ni selskaber. De samme selskaber er endvidere betydeligt mindre end det danske selskab, hvilket har betydning for sammenligningsmuligheden, jf. OECDs Guidelines (2017), pkt. 3.43, idet selskabers størrelse bl.a. kan have betydning for markeds- og forhandlingspositionen, hvilket mellem uafhængige parter vil have betydning for royaltyfastsættelsen. Heller ikke det kinesiske selskab er uafhængigt, da Adecco SA ejer 49 % af dette. Selskabet anmodede udtrykkeligt Landsskatteretten om at se bort fra aftalen med selskabet i Sydafrika, og denne aftale er ikke sammenlignelig, da vederlaget for de første fire år blev fastsat til et absolut, meget lavt beløb, og det viser, at der også i dette tilfælde er tale om et langt mindre – og dermed usammenligneligt – selskab.

Skatteministeriet har endvidere anført, at heller ikke de svenske og norske myndigheders afgørelser støtter Adeccos påstand om en royaltysats på 2 %, idet der er store forskelle på de økonomiske og kommercielle omstændigheder for det danske selskab og det svenske hhv. norske selskab. Skatteministeriet har herved navnlig anført, at Adecco trods ministeriets opfordring nr. 8 og 9 hverken har fremlagt selskabernes årsregnskaber eller dokumenteret omfanget af deres markedsføringsudgifter, og at det derfor må lægges til grund, at de svenske og norske selskaber hverken genererede kroniske underskud eller udførte vederlagsfri markedsføring i moderselskabets interesse.

3.2.4. Skatteministeriets skønsmæssige fastsættelse af værdien af royaltyaftalen kan ikke tilsidesættes, og det kan således ikke lægges til grund, at en royaltybetaling på 1,5 % hhv. 2 % skulle være på armslængdevilkår

Skatteministeriet har gjort gældende, at skatteskøn efter fast praksis alene kan tilsidesættes, hvis skatteyderen godtgør, at skønnet er udøvet på et forkert eller mangelfuldt grundlag, eller er åbenbart urimeligt, jf. f.eks. UfR 2016.191H. Selskabet har – når der henses til det, der er anført ovenfor om, at selskabet ikke modtog nogen værdi for royaltybetalingerne – ikke løftet bevisbyrden for, at der er grundlag for at tilsidesætte Landsskatterettens skøn. Tværtimod må den

skønnede forhøjelse anses for meget lempelig, hvilket også fremgår af, at Adecco også ville have haft underskud uden betaling af de omstridte royalties.

Når TNMM-metoden blev anvendt som et sandsynlighedstjek, hang det sammen med, at ingen af de fremlagte CUP-forslag kunne anvendes i en CUP-analyse, jf. ovenfor.

3.2.5. Selskabets evt. fradragsret elimineres af manglende indtægtsførelse af markedsføringshonorar

Såfremt landsretten isoleret set måtte anse royaltybetalingerne for fradragsberettiget, har Skatteministeriet gjort gældende, at disse fradrag i givet fald vil blive elimineret, fordi selskabet har udført markedsføringsydelser for moderselskabet uden at blive vederlagt eller kompenseret herfor. Da selskabet ikke har taget sig betalt for ydelserne, har Skatteministeriet været berettiget til at ansætte honoraret skønsmæssigt, jf. ligningslovens § 2. Da markedsføringsydelserne i moderselskabets interesse end ikke var nævnt i selskabets transfer pricing-dokumentation, kunne denne også fastsættes skønsmæssigt i henhold til den dagældende skattekontrollovs § 3 B, stk. 5, jf. stk. 8, jf. § 5, stk. 3, og UfR 2019.1446H.

SKAT fandt skønsmæssigt, at markedsføringshonoraret mindst svarede til royaltybetalingerne, mens Landsskatteretten ikke havde anledning til at tage stilling til dette spørgsmål. Det påhviler således Adecco at godtgøre, at SKATs skøn er udøvet på et forkert eller mangelfuldt grundlag eller er åbenbart urimeligt, jf. UfR 2016.191H, og bevisbyrden er skærpet som følge af interessesammenfaldet mellem Adecco og Adecco SA. Denne bevisbyrde er ikke løftet.

Skatteministeriet har opgjort selskabets samlede markedsføringsudgifter i perioden 2006-2009, inkl. personalelønninger til selskabets markedsføringsafdeling, til 212.258.632 kr. Denne opgørelse er ikke bestridt, og selskabet har ikke besvaret ministeriets opfordring nr. 12. Opgørelsen må derfor lægges til grund som ubestridt. Adecco SAs driftsomkostninger faldt som ovenfor nævnt i perioden med 80 %, hvilket tyder på, at moderselskabet har pålagt datterselskaberne en stor del af markedsføringen. Af royalty-aftalen fremgår, at opsigelsesvarslet er på tre måneder, og at Adecco i tilfælde af opsigelse ikke har krav på nogen form for kompensation for goodwill. Adecco har dermed påtaget sig en enorm risiko ved at afholde meget store beløb til markedsføring af det internationale Adecco-brand, da selskabet ikke blev kompenseret, da der var kroniske og vedvarende underskud, og da omkostningerne ville være spildte, hvis licensgiveren opsagde aftalen. Sådanne udgifter ville et uafhængigt selskab ikke påtage sig uden at have sikkerhed for kompensation, i det mindste ved nedslag i royaltybetalingen, jf. OECDs TP-Guidelines (2010), pkt. 6.36-6.38. Da selskabet har udført

markedsføringsydelse i moderselskabets interesse, skal selskabet også honoreres herfor, jf. ligningslovens § 2. Honoreringen skal mindst svare til de faktisk afholdte udgifter til forbedring af varemærket. De afholdte udgifter overstiger langt de samlede afholdte udgifter til royaltybetaling på i alt 83,9 mio. kr. Selv hvis kun 40 % af markedsføringsudgifterne måtte kunne anses for leveret til moderselskabet, vil en eventuel fradragsret for royaltybetalingen dermed være elimineret.

Skatteministeriet har bestridt Adeccos indsigelse om, at der er tale om en skatteretligt "konstrueret" transaktion, og at dette skulle være i strid med OECDs TP Guidelines. Ministeriet har herved navnlig anført, at markedsføringsudgifterne faktisk er afholdt, og at der er leveret faktiske markedsføringsydelse, som er kommet Adecco SA til gode. Dette er endvidere i overensstemmelse med OECDs TP Guidelines (2017), pkt. 7.6, hvoraf bl.a. fremgår, at der foreligger en intern ydelse, hvis moderselskabet som følge af datterselskabets indsats har opnået "economic or commercial value", jf. tillige de tilsvarende punkter i 2010- og 1995-udgaverne. Efter OECDs TP-Guidelines (2010), pkt. 1.47 burde honoreringen have været højere end de faktiske udgifter. Da selskabet hverken har fået kompensation eller en "markup", er der ikke handlet på armslængdevilkår.

3.2.6. Adecco kan under alle omstændigheder ikke få medhold i den principale påstand
Skatteministeriet har endelig gjort gældende, at Adecco under alle omstændigheder ikke kan få medhold i selskabets principale påstand. Det skyldes, at selskabet under sagen påstår fradrag med nogle andre beløb end de selvangivne. Det tilkommer i denne situation ikke selskabet at skønne over armslængderoyaltilsatsen, jf. SKM 2010.455V. Denne skønsmæssige tilkommer af de ovenfor nævnte grunde derimod skattemyndighederne.

4. Landsrettens begrundelse og resultat

4.1. Indledning

Der er under sagen spørgsmål om, hvorvidt Adecco A/S' betaling for royalties er en fradragsberettiget udgift. Hvis det er tilfældet, er det dernæst spørgsmålet, om Adeccos transfer pricing-dokumentation opfylder lovgivningens krav, eller om dokumentationen lider af sådanne mangler, at SKAT har været berettiget til skønsmæssigt at ansætte royaltysatsen, og om Adecco har udført markedsføringsydelse for Adecco SA uden vederlag eller kompensation, således at fradragsværdien modsvares af manglende indtægtsførelse heraf.

4.2. Adecco A/S' betaling af royalties til Adecco SA

Det fremgår af Landsskatterettens afgørelse, at Adecco-koncernen er en af verdens største vikar- og bemandingsvirksomheder med virksomheder i mere end

60 lande, og at Adecco SA, der ejer koncernens immaterielle aktiver, er koncernens ultimative ejer.

Det danske selskab, Adecco A/S, hvis primære forretningsområde er vikarbu-reauvirksomhed inden for en lang række brancher, har efter det oplyste siden 1997 drevet virksomhed under Adecco-navnet mod betaling af royalty til Adecco SA.

Af licensaftalen med Adecco SA, der trådte i kraft den 1. januar 2003, fremgår, at Adecco A/S skulle betale 1,5 % af sit nettosalg i royalty til Adecco SA. Denne aftale omfattede ret – og i forbindelse med vikarvirksomhed pligt – til at anvende Adecco-varemærket, herunder ret til at anvende Adecco-navnet i virksomhedsnavnet i Danmark, ret til at anvende Adecco SAs knowhow og endelig adgang til det internationale Adecco-kundenetværk.

Parterne indgik med virkning fra den 1. juli 2006 en ny aftale, hvorefter pro-centsatsen blev forhøjet til 4 % af nettosalget for så vidt angår nærmere define-rede brancher (det professionelle segment) og 2 % af nettosalget for så vidt an-går øvrige brancher (industrisegmentet). Denne aftale omfattede udover det, der var omfattet af aftalen fra 2003, også adgang til at anvende Adecco New Business Model (ANBM). Det fremgår af licensaftalen, at denne kan opsiges med et varsel på tre måneder, og at Adecco A/S i tilfælde af opsigelse ikke har krav på betaling af goodwill.

Adecco A/S har i de omhandlede indkomstår betalt royalty til Adecco SA i overensstemmelse med licensaftalerne med henholdsvis 4 % og 2 % af selska-bets omsætning (for første halvår af 2006 dog kun med 1,5 %), eller i alt 83.860.000 kr. i royalty. Adecco A/S påstår nedsættelse af den skattepligtige indkomst med i alt 61.672.370 kr., svarende til en royaltysats på 2 % uanset branche af selskabets omsætning, dog 1,5 % for første halvår af 2006.

4.3. Om grundlaget for landsrettens vurdering

Adecco A/S har bevisbyrden for, at royaltybetalinger udgjorde en fradragsbe-rettiget driftsomkostning, dvs. om udgifterne er anvendt til at erhverve, sikre eller vedligeholde selskabets indkomst, jf. statsskattelovens § 6, litra a.

Hvorvidt bevisbyrden er løftet, må vurderes i lyset af samtlige forhold af be-tydning for spørgsmålet, herunder aftalens genstand, de foreliggende oplys-ninger om det pågældende marked, Adeccos indkomstforhold i perioden og interessefællesskabet mellem Adecco A/S og det ultimative schweiziske moder-selskab, Adecco SA.

4.4. Særligt om betaling for brugsret til varemærket Adecco

Landsretten bemærker indledningsvis, at anvendelse af et varemærke i markedsføringsøjemed er sædvanligt forekommende, og at det samme gælder betaling for brugsret til sådanne rettigheder. Retten finder, at der på den baggrund må gælde en formodning for, at Adeccos afholdelse udgifter til betaling for brugsret til anvendelse af det internationale Adecco-varemærke er sket med henblik på at sikre og øge virksomhedens omsætning, der er fundamentet for en eventuel indkomst.

Skatteministeriet har imidlertid gjort gældende, at royaltybetalingerne ikke har haft den nødvendige tilknytning til selskabets egen indkomsterhvervelse, idet en uafhængig part ikke ville have betalt royalties i selskabets situation, hvor selskabet i de pågældende indkomstår realiserede meget betydelige underskud og også budgetterede med underskud, og hvor brand og netværk ikke er relevante konkurrenceparametre på vikarmarkedet.

4.4.1. Betydningen af særlige forhold på vikarmarkedet

Det marked, som Adecco A/S driver virksomhed på, er i en branchestatistik udarbejdet af Dansk Industri, Service- og VikarBranchen i 2010, beskrevet som et marked med en meget intens konkurrence, der i høj grad er drevet af pris. Det konkluderes, at prisen er det eneste reelle konkurrenceparameter. Endvidere fremgår det af Europa-Kommissionens afgørelse af 17. december 2009 i forbindelse med fusionen mellem Adecco SA og MPS Group Inc., der drev virksomhed med vikarservice i bl.a. Europa, herunder navnlig Storbritannien, at det er lagt til grund, at det relevante geografiske marked i konkurrencemæssig henseende er nationalt, hvilket bl.a. beror på sprogmæssige forhold og forskellig retlig regulering i de enkelte medlemslande. Adecco A/S har ikke besvaret SKATs opfordring til at fremlægge den relevante notifikation til EUs konkurrencemyndigheder vedrørende fusionen.

Landsretten lægger herefter til grund, at Adecco A/S driver virksomhed på et nationalt dansk marked, hvor prisen på vikarydelser i hvert fald må anses for langt det væsentligste konkurrenceparameter. Det forhold, at Adecco-brandet af Interbrand i 2015 i en international undersøgelse er placeret som det 13. mest værdifulde brand i Schweiz, kan ikke føre til en anden vurdering.

Det er i overensstemmelse hermed, at det i selskabets transfer pricing-dokumentation er anført, at "client loyalty is low in this industry and required revenues cannot be considered permanent revenues." Derimod er der efter det ovenfor anførte om det danske vikarmarked ikke grundlag for det anførte om,

at "A strong brand is especially important in this industry to promote client loyalty".

Som anført af Adecco A/S, udelukker det forhold, at prisen er langt det vigtigste konkurrenceparameter, imidlertid ikke i sig selv, at Adecco A/S' adgang til Adecco-brandet kan have en værdi for selskabets indkomsterhvervelse.

4.4.2. Godtgør transfer pricing-dokumentationen m.v. en værdi for indkomsterhvervelsen?

Ved vurderingen af, om brugsretten til varemærket har den nødvendige tilknytning til selskabets indkomsterhvervelse, må det undersøges, om selskabets fremlagte transfer pricing-dokumentation og senere supplerende dokumentation som det mindre i det mere godtgør, at der tale om udgifter afholdt som led i selskabets indkomsterhvervelse.

Det må lægges til grund, at transfer pricing-dokumentationen, der er indleveret til de danske skattemyndigheder, tager udgangspunkt i standardmateriale udarbejdet til Adecco-koncernen globalt. Det er da også kun enkelte passager, der specifikt angår det danske selskab. Adecco A/S har i transfer pricing-dokumentationen henvist til en række amerikanske franchiseaftaler.

Endvidere har Adecco A/S under sagen for Landsskatteretten og under denne sag fremlagt en række licensaftaler, hvoraf der fremgår en aftale om betaling af royalty med 2 % af licenshavers omsætning; for visse aftalers vedkommende er der dog aftalt en mindstebetaling. Licensaftalerne giver licenstagernes ret til at anvende Adecco-varemærket på samme måde som Adecco A/S, men aftalerne er i øvrigt på en række punkter forskellige fra Adecco A/S' aftale. Disse forhold taler for, at Adecco A/S' adgang til Adecco-varemærket mv. som beskrevet i licensaftalen har en betydning for Adecco A/S' indkomsterhvervelse og derfor er en fradragsberettiget driftsudgift. Det samme gør til en vis grad det forhold, at de norske og svenske skattemyndigheder i forhold til henholdsvis det norske og svenske selskab har accepteret fradrag for royaltybetaling på 2 %.

Imidlertid må det samtidig tillægges betydning, at franchiseaftalerne i den oprindelige transfer pricing-dokumentation er indgået efter et andet forretningskoncept og således på helt andre vilkår, og i øvrigt på et helt andet marked. Licensaftalerne, der til dels er indgået i forbindelse med overdragelse af tidligere datterselskaber og med vilkår om bl.a. tilbagekøbsret, angår ligeledes markeder, der må anses for at være væsentligt forskellige fra det danske marked. Der foreligger heller ikke oplysninger om, at de øvrige licensaftaler angår under-skudsgivende selskaber, jf. nedenfor. Oplysningerne i transfer pricing-doku-

mentationen om franchiseaftaler og de øvrige licensaftaler kan på den baggrund og under hensyn til det ovenfor anførte om vikarmarkedets nationale karakter og konkurrenceforholdene på dette marked hverken i sig selv eller tilsammen udgøre bevis for, at betaling af royalty udgør fradragsberettigede driftsudgifter.

Hertil kommer, at det fremgår af transfer pricing-dokumentationen, at Adecco SA "charges" "the Group affiliates", der er defineret som de lokale Adecco-selskaber, en royaltybetaling på henholdsvis 2 og 4 % afhængig af branche. Royaltysatsen er således den samme, uanset det geografiske marked. Dette taler for, at der er tale om et vilkår, der i realiteten er ensidigt bestemt af Adecco SA og i dette selskabs interesse, og at der ikke herved er taget hensyn til forskelle på de enkelte nationale markeder, herunder det danske.

4.4.3. Betydningen af selskabets underskud

Ved vurderingen af, om der er tale om en fradragsberettiget udgift er det som nævnt afgørende, om udgiften har betydning for indkomsterhvervelsen.

Det fremgår af sagen, at selskabet i indkomstårene 2001-2002 realiserede betydelige underskud og et mindre underskud i 2003. Resultatet i 2004, 2005 og 2006 var positivt (med henholdsvis ca. 7,1 mio. kr., 8,5 mio. kr. og 0,8 mio. kr.), hvilket skal ses i forhold til, at nettoomsætningen var på mere end 500 mio. kr. stigende til mere end 800 mio. kr. I de tre følgende år, 2007, 2008 og 2009, der var reguleret af den nye licensaftale, var resultatet negativt – med henholdsvis ca. 22,4 mio. kr., 58,8 mio. kr. og 60,9 mio. kr., hvilket skal ses i forhold til nettoomsætningen på henholdsvis mere end 965 mio. kr. i 2007 og 884 mio. kr. i 2008, mens omsætningen i 2009 faldt til ca. 461 mio. kr. I 2006 var selskabets EBIT i procent på 0,1 i 2006, mens det var negativt i 2007-2009. Endvidere budgetterede selskabet med underskud i 2010-2013 (faldende fra ca. 15 mio. kr. til ca. 3,8 mio. kr.), mens der i et udateret budget for 2014 er angivet et overskud på ca. 3,8 mio. kr. Selskabet har oplyst, at der i 2010-2013 blev realiseret underskud, mens der i 2014-2016 er realiseret overskud. Adecco A/S har anført, at det negative resultat hang sammen med en række forskellige forhold, herunder fejlslagne strategier og ledelsesmæssige forhold, omkostninger og markedet.

Som det fremgår, har selskabet samlet haft en betydelig omsætning, men har på trods heraf stort set vedvarende realiseret væsentlige underskud i perioden fra 2001-2009. Der var endvidere flere år ud i fremtiden tillige udsigt til underskud. Landsretten finder på den baggrund og henset til det ovenfor anførte vedrørende konkurrenceforholdene på det danske vikarmarked, at det har formodningen mod sig, at et uafhængigt selskab – uanset den anførte begrundelse for

det negative resultat – vedvarende ville betale for brugsretten til et internationalt varemærke, og at der ikke kan bortses fra, at Adecco SA kan have haft en selvstændig interesse i at opretholde et royaltybetalende datterselskab i Danmark, bl.a. til betjening af koncernens globale kunder.

4.4.4. Betydningen af selskabets egne markedsføringsudgifter

Det må på baggrund af Adecco A/S' egne regnskabstal lægges til grund, at dette selskab i årene 2006-2009 selv afholdt i alt mere end 35 mio. kr. til markedsføring, hvortil kommer selskabets personaleudgifter i forbindelse med markedsføring. Skatteministeriet har vedrørende denne udgift fremsat provokation (nr. 12) om at oplyse størrelsen på denne udgift og redegøre nærmere herfor. SKAT har i sit svar til Skatteankestyrelsen af 10. juni 2016 opgjort udgiften til i alt ca. 177 mio. kr., og Adecco har ikke under skriftvekslingen besvaret denne provokation. Adecco A/S har under henvisning til SKATs opgørelse anført, at provokationen ikke er relevant, men har samtidig under hovedforhandlingen bestridt opgørelsen

Landsretten finder på den baggrund, at det må lægges til grund, at Adecco A/S i perioden har afholdt så betydelige egne markedsføringsudgifter, at det i sig selv taler mod, at værdien af brugsretten til det internationale brand har haft en selvstændig værdi for selskabets egen indkomsterhvervelse.

4.5. Særligt om værdien af selskabets adgang til det globale netværk ("referred in"-kunder)

Det må i overensstemmelse med det, der fremgår af SKATs sagsfremstilling til afgørelsen af 29. januar 2013 lægges til grund, at de globale kunder ("referred in") ikke udgjorde en stor del af den samlede omsætning i det danske selskab – i modsætning til den øvrige del af koncernen – og at Adecco A/S var det land i Norden, der havde den laveste andel af globale kunder.

Adecco A/S har oplyst, at selskabets omsætning fra "referred in"-kunder udgjorde mellem ca. 6 og ca. 11 % af den samlede omsætning. Uden nærmere oplysninger herom, og da selskabet har besvaret Skatteministeriets opfordring til at dokumentere disse oplysninger (nr. 13) alene ved at henvise til SKATs sagsfremstilling, samt henset til de realiserede underskud, finder landsretten, at den oplyste omsætning fra disse kunder ikke kan tillægges selvstændig vægt ved vurderingen.

Landsretten finder, at det på den baggrund ikke kan anses for godtgjort, at Adeccos adgang til koncernens globale netværk har medført nogen reel fordel af betydning for Adeccos indkomsterhvervelse på det danske vikarmarked, og

at det således ikke kan lægges til grund, at udgifter hertil har haft karakter af fradragsberettigede driftsudgifter i henhold til statskattelovens § 6, litra a.

4.6. Særligt om værdien af selskabet adgang til ANMB-modellen mv.

Det må lægges til grund, at forhøjelsen af royaltysatsen i 2006 blev begrundet i indførelsen af forretningsmodellen ANBM. Det fremgår af transfer pricing-dokumentationen, at Adecco SA i forbindelse med indførelsen af ANBM forpligtede sig til at øge sine investeringer i varemærket. Skatteministeriet har med provokation nr. 3 og 4 anmodet Adecco A/S om at oplyse nærmere herom og at dokumentere dette. Adecco A/S har til besvarelse heraf alene henvist til licensaftalen og transfer pricing-dokumentationen. Dette skal sammenholdes med, at det fremgår af Adecco SAs balanceopgørelse, at driftsomkostningerne (other expenses) faldt betydeligt fra 459 mio. CHF i 2005 til 177 mio. i 2006, 168 mio. i 2007, 97 mio. i 2008 og 103 mio. i 2009. I samme periode realiserede Adecco SA et betydeligt overskud på den primære drift, ligesom det må lægges til grund, at EBIT i procent for Adecco SA i årene 2006-2009 lå mellem ca. 68 % og 83 %.

Landsretten finder, at det på den baggrund ikke kan anses for godtgjort, at ANMB-modellen har medført nogen reel fordel af betydning for Adecco A/S' indkomsterhvervelse på det danske vikarmarked, og at det således ikke kan lægges til grund, at udgifter hertil har haft karakter af fradragsberettigede driftsudgifter i henhold til statskattelovens § 6, litra a.

Det samme gælder betaling for øvrig know how samt it-systemer, idet disse forhold ikke er nærmere dokumenteret under sagen.

4.7. Landsrettens samlede vurdering og konklusion

Uanset at der som nævnt ovenfor er forhold, der taler for, at Adecco A/S' betaling af royalty for benyttelse af Adecco-varemærket er en fradragsberettiget driftsudgift, finder landsretten, navnlig henset til at Adecco A/S opererer på et nationalt dansk marked, hvor prisen er langt det væsentligste konkurrenceparameter, at selskabet i en meget lang periode stort set kun har haft underskud, at der er tale om en aftale om betaling til selskabets ultimative moderselskab – der må antages at have egne formål med at være repræsenteret på det danske marked – og at royaltybetaling må anses for et standardvilkår bestemt af Adecco SA uafhængig af det marked, det danske selskab arbejder på, samt til oplysningerne om de afholdte markedsføringsudgifter i det danske selskab og i det schweiziske selskab sammenholdt med den manglende besvarelse af de relevante provokationer, at Adecco A/S ikke har løftet bevisbyrden for, at betalingerne af royalty til det koncernforbundne selskab Adecco SA, udgør en fradragsberettiget driftsudgift, jf. statskattelovens § 6, litra a.

Som anført under pkt. 4.5 og pkt. 4.6, finder landsretten, at selskabets royaltybetaling heller ikke i øvrigt kan anses for en fradragsberettiget driftsudgift.

Landsretten tager derfor Skatteministeriets frifindelsespåstand til følge.

Efter sagens udfald, forløb og omfang skal Adecco A/S i sagsomkostninger betale 400.000 kr. til Skatteministeriet til dækning af udgifter til advokatbistand. Beløbet er inkl. moms, da Skatteministeriet ikke er momsregistreret.

THI KENDES FOR RET:

Skatteministeriet frifindes.

I sagsomkostninger skal Adecco A/S inden 14 dage betale 400.000 kr. til Skatteministeriet. Beløbet forrentes efter rentelovens § 8 a.

Publiceret til portalen d. 04-07-2019 kl. 10:15

Modtagere: Advokat (H) Steffen Sværke, Sagsøgte Skatteministeriet
Departementet, Sagsøger ADECCO A/S, Advokat (H) Arne Møllin Ottosen