



VIDENDELING OG INNOVATION I VANDSEKTOREN

VANDSELSKABER I KOMMERCIELLE SAMARBEJDER: 40/60-SELSKABER

Samarbejder mellem vandselskaber og private virksomheder er en god mulighed for begge parter. Vi sætter spot på vandsektorlovens instrument til at udnytte viden og kapacitet i vandselskaberne, som med privat investering og kommercialisering kan gøres til relevante produkter eller ydelser på markedet.

Med vandsektorlovens vedtagelse og dermed udskillelsen af vand- og spildevandsaktiviteterne fra de kommunale forvaltninger ønskede lovgiver og branchen at sikre vandselskabernes mulighed for at bruge deres viden og ressourcer til at bidrage til danske virksomheders vækst i vandsektoren.

VANDSELSKABERS MULIGHED FOR AT DELTAGE I KOMMERCIELLE AKTIVITETER

Vandselskaber kan deltage i de såkaldte "tilknyttede aktiviteter" i det omfang, de enkelte aktiviteter er omfattet af den positivliste, som er opregnet i bekendt-

gørelsen om vandselskabers deltagelse i tilknyttet virksomhed ("TA-bekendtgørelsen"). Ud over, at de konkrete aktiviteter skal fremgå af positivlisten, skal to yderligere betingelser være opfyldt:

- De tilknyttede aktiviteter skal have en naturlig og snæver sammenhæng med vandselskabets hovedvirksomhed.
- Vandselskabets samlede tilknyttede virksomhed skal arbejdsmæssigt og økonomisk have et væsentligt mindre omfang end hovedvirksomheden.

Herudover gælder en række økonomiske

begrænsninger for vandselskabernes tilknyttede aktiviteter. Disse gælder dog ikke, når aktiviteterne udøves sammen med private i de såkaldte 40/60-selskaber.

Et 40/60-selskab er et kapitalselskab, hvor mere end 60 % af ejerandelene er ejet af andre end vandselskabet eller selskaber, som direkte eller indirekte er ejere af vandselskaber.

40/60-SELSKABETS MULIGHEDER

Der er fra myndighedernes side gjort flere forsøg på at gøre det nemmere og mere fleksibelt at etablere 40/60-selskaber. Selvom interessen er stor, er der imidlertid fortsat kun få selskaber af slagsen; praksis har ganske enkelt vist sig vanskeligere end teorien.

Samarbejdet mellem vandselskaberne og private virksomheder er ikke desto mindre en god mulighed for begge parter. Vandselskabernes erfaring og konkrete, driftsmæssige indsigt i data, driften af fx renseanlæg eller vand-systemer, eller udnyttelse af ressourcer fra spildevandsslammet kan være attraktivt for private virksomheder, som ønsker at sælge rådgivning eller produkter til andre vandselskaber, andre brancher eller udenlandske markeder. For vandselskaberne kan deltagelse i et 40/60-selskab bidrage til økonomien i vandselskabets hovedaktivitet eller være med til at gøre selskabet til en attraktiv arbejdsplads for medarbejderne, der er involveret.

Der er ikke begrænsninger i, hvor mange der kan deltage i et 40/60-selskab, og flere vandselskaber kan derfor godt etablere et selskab med flere private parter. Det er alene ejerfordelingen mellem vandselskaberne og de private, der er afgørende.

ETABLERING AF 40/60-SELSKABET - HVAD SKAL DER TIL?

For at et vandselskab kan deltage i et 40/60-selskab, skal der være en god ide til at skabe en forretning i samarbejde med private.

Et vandselskab kan investere i et TA-selskab, hvis vandselskabet forventer, at investeringen vil åbne mulighed for en rimelig forretning. Det betyder, at der skal udarbejdes en forretningsplan med et realistisk billede af, hvad der skal investeres i, og hvad der skal til, før investeringen kan forventes at give et afkast.

Vi møder ofte vandselskaber eller private rådgivningsvirksomheder eller leverandører til vandsektoren, som ønsker at etablere et 40/60-selskab. Det er imidlertid ikke sjældent, at et eller flere grundlæggende spørgsmål til selskabets forretningsmodel mangler, før vi kan udarbejde ejeraftale og vedtægter.

Vandselskabets investering – både af kapital og af timer eller anden kapacitet – skal være baseret på en fornuftig forventning om et afkast. Derfor stiller vi altid en række spørgsmål, før vi

begynder arbejdet med at udarbejde selskabsdokumenter. Hvis de er (for) svære at svare på, må parterne gennemtænke forretningsplanen endnu en gang, inden vi går videre. De spørgsmål, som vi blandt andet stiller, er:

- Hvilket produkt/hvilken ydelse skal selskabets sælge?
- Hvem skal købe ydelserne, og hvad skal der til, for at målgruppen får lyst til det?
- Hvad skal vandselskabet investere i (og svarer det til højst 40 % af den samlede investering)?
- Hvad skal vandselskabet i øvrigt bidrage med (og er disse ydelser/aktiviteter på TA-bekendtgørelsens positivliste)?
- Hvornår forventes det at opnå afkast af investeringen (og vil en privat investor se det som en rimelig frist)? Hvor skal finansiering af lønninger, drift mv. i øvrigt komme fra, indtil indtægterne kommer?
- Hvordan sikrer parterne, at samhandel mellem parterne og salg til tredjemand sker på markedsvilkår?

HVAD SKAL SELSKABET LAVE?

40/60-selskabets aktiviteter skal have tæt tilknytning til vandselskabets hovedaktivitet – selskabets aktiviteter skal altså kunne rummes i positivlisten i TA-bekendtgørelsen.

Det er ikke muligt for et vandselskab at udvide kredsen af lovlige aktiviteter ved at placere opgaverne i et 40/60-selskab. Derimod indebærer samarbejde med private – og de privates ejerandele – at *omfanget* af aktiviteterne og dermed omsætningen i selskabet kan være betydelig større, end hvis vandselskabet selv udøver tilknyttede aktiviteter.

40/60-selskabet kan ikke udvikle software eller levere rådgivningsydelser, som kun har en meget indirekte eller fjern tilknytning til vandselskabets hovedaktiviteter, men selskabet kan sælge sine ydelser eller produkter til fx en af de private deltagere i selskabet, som herefter kan videreforarbejde og sælge produktet. Samhandlen mellem 40/60-selskabet og private ejere skal – som for alle andre – ske på markedsvilkår.

HVEM ER KUNDERNE?

En væsentlig usikkerhed for en hvilken som helst nystartet virksomhed er, om der overhovedet er en kundekreds til det produkt eller den ydelse, man ønsker at udvikle og sælge.

Det er ikke tilstrækkeligt, at de deltagende vandselskaber selv ønsker at købe ydelserne. Særligt ikke, hvis der reelt er tale om ydelser eller produkter, som i høj grad er udvikling i vandselskabet. I den situation vil vandselskabet måske blot sælge sin viden eller sit produkt til 40/60-selskabet for at kunne købe det tilbage igen.

Hvis vandselskabet skal være kunde i 40/60-selskabet, må 40/60-selskabets håndtering af viden, data eller produkter kunne forædle det, som vandselskabet kommer med, på en måde, vandselskabet ikke selv kunne have gjort.

Hvis vandselskabet reelt køber ind hos 40/60-selskabet – måske primært i starten – for at sikre selskabets overlevelse, vil disse indkøb efter omstændighederne kunne anses som statsstøtte til de private virksomheder, som deltager i selskabet. Dette gælder særligt, hvis 40/60-selskabets primære ydelse fx er vandselskabets viden om særlige processer eller håndtering af specifikke data ■



Line Markert
Partner, advokat
lma@horten.dk



René Frisdahl Jensen
Specialistadvokat
rfj@horten.dk



Julie Brøndby Ørbeck
Advokatfuldmægtig
jbo@horten.dk

VIDENDELING OG INNOVATION I VANDSEKTOREN

I en artikelserie om videndeling og innovation i vandsektoren sætter vi fokus på forsyningsselskabernes mulighed for at samarbejde på tværs af det offentlige og private skel. Tidligere har vi skrevet om Kalundborg Symbiosen og Klimatorium; to projekter, der på meget forskellig vis bringer ressourcer fra vandsektoren i spil til gavn for både lokalsamfundet og sektoren på globalt plan. Dette er sidste artikel i serien.