

Finansdepartementet

Vår dato 28.08.2019
Deres dato 29.05.2019
Deres referanse 19/285

Høring – NOU 2019: 11 Enklere merverdiavgift med én sats

Vi viser til høringsbrev datert 29.05.2019, og vil fokusere på forslagene som er relevant for mediebedrifter.

Oppsummering

- Mva-fritak for medier er et uttrykk for en holdning om at borgernes rett til å innhente og motta informasjon skal gis videst mulige rammer, og er forankret i Grunnlovens § 100, sjette ledd: «Det påligger statens myndigheter å legge forholdene til rette for en åpen og opplyst offentlig samtale.»
- En lang rekke offentlige utvalg har vurdert mva-fritak for mediehus og støttet ordningen.
- Vi kan ikke se at utvalget har gått inn i, drøftet og vurdert begrunnelsene for mva-fritak i mediesektoren – eller noen annen sektor for den saks skyld – annet enn på en svært overflatisk måte. Forslagene må avvises.

Om mva-fritaket for medier

Norge er blant de land i verden med høyest konsum av nyheter, aktualiteter og annet medieinnhold. En aktiv mediepolitikk, hvor mva-fritak er et sentralt virkemiddel, har vært et vesentlig bidrag til dette. Det har medvirket til at vi har en opplyst befolkning og høy grad av tillit i samfunnet. Senest 1. mars 2016 utvidet regjeringen mva-fritaket for mediehusene til også å omfatte digitale nyhetstjenester. Det åpnet for innovasjon, og gjør at befolkningen kan konsumere nyheter på alle plattformer. Norsk mediebransje er verdensledende innenfor digital utvikling.

For å oppfylle infrastrukturkravet i Grunnloven § 100¹ er det tatt i bruk en rekke virkemidler i mediepolitikken. Disse omfatter både direkte og indirekte økonomiske virkemidler, og regulatoriske og organisatoriske virkemidler. Mva-fritak er et av de viktigste og mest effektive virkemidlene.

Medier er ikke en hvilken som helst vare eller tjeneste. Mva-fritak er et uttrykk for en holdning om at borgernes rett til å innhente og motta informasjon skal gis videst mulige rammer. Muligheten til å skaffe seg informasjon er et kjennetegn ved, og en hjørnestein i et demokratisk

¹ «Det påligger statens myndigheter å legge forholdene til rette for en åpen og opplyst offentlig samtale.»

samfunn. Det er derfor svært uheldig å foreslå å avgiftsbelegge kritisk granskning av offentlig og privat makt i et moderne demokratisk samfunn.

Det er tvert imot både riktig og nødvendig at samfunnet gjennom mva-fritaket bidrar til å gi befolkningen tilgang til et mangfold av medier og godt innhold. Bare et mangfold av frie, uavhengige og økonomisk sunne medier kan fungere som det åpne samfunns arena for fri informasjon, samfunnskritikk og debatt. Mva-fritak er et viktig bidrag til at nyheter, aktualiteter og samfunnsdebatt i størst mulig grad er tilgjengelig for alle.

Regjeringen har derfor arbeidet med å utvide omfanget av fritaket. Fra 1. juli i år ble det innført mva-fritak for digitale tidsskrifter. Dessverre ble forskriften utformet på en måte som ikke fungerer for moderne digitaljournalistikk. Finansminister Siv Jensen anerkjenner dette i pressemeldingen² om RNB 2019, hvor hun sa at departementet skal arbeide videre med forskriften, for å få en avgrensning som åpner for å utnytte mulighetene som ligger i digital publisering. Dette arbeidet skal være klart i løpet av 2019.

Dersom medienes økonomi svekkes, vil det kunne føre til behov for mer statlig støtte, gitt at man opprettholder målet om mediemangfold.

Det er forøvrig kun kjøp av redaksjonelt innhold som har fritak. Alle medier betaler full mva på annonseinntektene.

Offentlige utvalg om mva-fritak for medier

Medienes mva-fritak har vært vurdert av en lang rekke offentlige utvalg. I alle utvalgene anbefaler flertallet at moms-fritaket opprettholdes. Det hittil siste offentlige utvalget, Mediemangfoldsutvalget, sa i NOU 2017: 7 *Det norske mediemangfoldet* dette om mva-fritak³:

«Indirekte virkemidler som den eksisterende nullsatsen for nyhetsmedier (momsfritaket), har et generelt formål og omfatter alle virksomheter som deler gitte karakteristika. Staten gjennomførte i 2016 et unntak [*her mente nok utvalget fritak, vår anm.*] for merverdiavgift for elektroniske nyhetsmedier. Dette bidrar til et stort mangfold av medier, som gjennom bredde og dybde har gitt brukerne innsikt og kunnskap til å delta i samfunnsdebatten, til et høyt konsum og en mer opplyst offentlig samtale og debatt.

Imidlertid er bare nyhetsmedier som inneholder en bred dekning av samfunnet, omfattet av fritaket. Utvalget foreslår at dagens fritak for merverdiavgift må gjelde for alle nyhets- og aktualitetsmedier. Dette innebærer at medier som dekker få stoffområder, men dekker disse i dybden, også må omfattes. Mva.-fritaket må også gjelde for salg av enkeltartikler fra publikasjoner som er omfattet av moms-fritaket. Dette kan bidra til å stimulere nye forretningsmodeller som mikrobetaling.»

² Sitat fra pressemeldingen:

«[...] virkeligheten for mange elektroniske tidsskrifter [er] at det arbeides kontinuerlig med publisering og oppdatering. Vi ønsker å fremme innovasjon, og vil sikre at regelverket ikke er begrensende for den digitale utviklingen.

Derfor arbeider vi videre med mål om å finne en avgrensning som i større grad åpner for å utnytte mulighetene som ligger i digital publisering, sier finansminister Siv Jensen (Frp).

Dette arbeidet skal være ferdigstilt så raskt som mulig og senest innen utgangen av 2019, forutsatt at eventuell statsstøtteproblematikk er avklart med ESA.»

³ <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/nou-2017-7/id2541723/sec2#kap1-3-3>

Utvalget⁴, som hadde både bred mediekompetanse, medieforskningskompetanse og økonomisk kompetanse, ønsket altså å utvide bruken av mva-fritak for å stimulere mediemangfoldet.

Medieøkonomi, mediepolitikk og innovasjon

Mediebransjen har i mange år vært preget av digitalisering. Dette gir store muligheter, men også krevende utfordringer. De senere årene er konkurransen fra store internasjonale aktører blitt stadig hardere. Det gjelder både på innholds- og annonsesiden. Disse aktørene lanserer stadig nye, innovative formater, som konkurrerer direkte med norske medier. Gode og plattformnøytrale rammebetingelser er en forutsetning for at norske medier skal kunne konkurrere, og levere godt innhold som bygger norsk språk og kultur. Den viktigste rammebetingelsen i så måte er mva-fritak. Mva-fritak har en lang rekke fordeler fremfor direkte støtte: ordningen er allmenn og generell (omfatter alle medier av samme type), ubyråkratisk, enkel og innebærer stor grad av avstand til politiske myndigheter gjennom at det kreves lovendring for å endre fritaket.

Mva-fritak for medier anses som et helt sentralt mediepolitisk virkemiddel. Daværende kulturminister Linda Hofstad Helleland sendte ut pressemelding 25. januar 2016 hvor hun sa følgende om innføringen mva-fritak for elektroniske nyhetstjenester:

«Dette er en stor dag for norske medier og mediebrukere. Dette vil gi mer innovasjon og er en styrking av forretningsmodeller i norsk mediebransje.»

«Nyhetsmedier spiller en uvurderlig rolle for demokratiet og samfunnsdebatten, og bør ha nullmoms uavhengig av hvilken teknologi som brukes for å formidle innholdet. Det avgiftsmessige skillet mellom papiraviser og elektroniske nyhetsmedier har i en årrekke vært et hinder for innovasjon og omstilling i mediebransjen. Jeg er derfor stolt over at Norge nå blir første land i Europa som innfører avgiftsfritak for elektroniske nyhetsmedier.»

Vi registrerer også at finansminister Siv Jensen 15. mai i år ble sitert på at hun ikke ser for seg å gjennomføre utvalgets forslag⁵ da NOUen ble fremlagt:

– Jeg ønsker likevel å understreke at denne regjeringen er opptatt av å holde skatter og avgifter nede for folk flest, og jeg er opptatt av å støtte opp om de hensyn som ligger bak både lav og 0-satser i dag, sa Jensen.

– Jeg ser derfor ikke for meg at regjeringen vil foreslå å fjerne alle lav- og 0-momssatser slik utvalget foreslår, la hun til.

Om NOU 2019: 11 Enklere merverdiavgift med én sats

Ekspertutvalget foreslår gjennomgående at dagens reduserte satser og fritak avvikles, og at det innføres én felles merverdiavgiftssats.

Utvalget analyse er svært enkel, og gjennomgående i hele utredningen:

⁴ <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/nou-2017-7/id2541723/sec3#kap2-3>

⁵ Se f.eks. <https://www.abcnyheter.no/penger/naeringsliv/2019/05/15/195578153/utvalg-vil-skrote-lave-momssatser-jensen-sier-nej>

«Utvalget mener at merverdiavgiftsfritaket for [...] ikke er et målrettet virkemiddel for å oppnå [...] mål.»

Vi kan ikke se at utvalget har gått inn i, drøftet og vurdert begrunnelsene for mva-fritak i mediesektoren – eller noen annen sektor for den saks skyld – annet enn på en svært overflatisk måte. Det svekker i betydelig grad konklusjonene og anbefalingene. Beslutninger om å endre eksisterende politikk på et så viktig felt kan ikke tas på slik bakgrunn.

Internasjonalt

EU går motsatt vei av det utvalget foreslår⁶. I oktober 2018 utvidet EU muligheten medlemslandene har til å ha lave satser og mva-fritak på bøker, aviser og tidsskrifter/magasiner til også å omfatte digitale utgaver. Bakgrunnen er at EU ser et tydelig behov for å styrke mediernes mulighet til å oppfylle sin viktige demokratiske rolle på en god måte. EU er også oppmerksom på de kraftig forverrede markedsbetingelsene mediene opplever gjennom konkurransen med globale plattformer. Disse plattformene produserer ikke eget innhold, opererer til dels med andre rammevilkår, og har store inntekter i annonsemarkedet på bekostning av mediene. Mva-fritak er derfor et viktig virkemiddel for å styrke mediernes økonomi.

Konklusjon

Utredningen er svært mangelfull. Drøftingen og analysene er svake og ikke basert på fakta, noe som gjør konklusjonene tvilsomme.

Forslagene må avvises.

Vennlig hilsen



Dag Idar Tryggestad
nestleder
Norsk Journalistlag

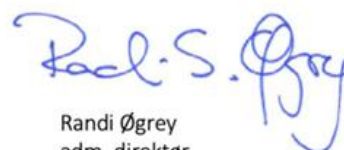
Per Brikt Olsen (sign.)
Adm. direktør
Fagpressen



Arne Jensen
generalsekretær
Norsk Redaktørforening



Rune Hetland
generalsekretær
Landslaget for lokalaviser



Randi Øgrey
adm. direktør
Mediebedriftenes Landsforening

⁶ <https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2018/10/02/electronic-publications-council-agrees-to-allow-reduced-vat-rates/>