

Til Finanskomiteen

13.10.16

## Behov for justering av grensene vedrørende mva-fritak for elektroniske nyhetstjenester

I 2016 ble det innført mva-fritak for elektroniske nyhetstjenester. Et mva-fritak for digitalt nyhets- og aktualitetsinnhold er av stor betydning for bransjen, fordi det igjen knytter fritaket til innhold og ikke distribusjonsform, innhold som er viktig for et velfungerende demokrati.

Samtlige presseorganisasjoner har samtidig påpekt at avgrensningene for et slikt fritak må være fremtidsrettede, og fange opp både teknologisk utvikling, brukernes behov og nye produkter og journalistiske arbeidsmåter. Vi mener at avgrensningene som ble gjort i forskrift og gjennom skattedirektoratets rundskriv er for snever, og vi ber derfor om justering av grensene for fritaket.

Konkret innebærer dette at eksisterende lovbestemmelse, mva-lovens § 6-2 om fritak for elektroniske nyhetstjenester, ikke behøver å endres, men at det må gjøres endringer i mva-forskriften.

Det er særlig to behov vi ønsker å peke på:

1. Mva-fritaket må gjelde for alle nyhets- og aktualitetsmedier. Dette innebærer at medier som dekker få stoffområder, men som dekker disse i dybden, også må omfattes.
2. Mva-fritaket må gjelde for salg av enkeltartikler.

### Breddemedier og nisjemedier

Mva-fritaket har siden slutten av 60-tallet eksistert for både papiraviser og tidsskrifter. Både brede, allmenne medier og smalere medier har hatt mva-fritak. Det har bidratt til et stort mangfold av titler, som gjennom både bredde og dybde har gitt leserne innsikt

og kunnskap til å delta i samfunnsdebatten, og til et høyt konsum og en mer opplyst offentlig samtale og debatt.

Avgrensningen som er lagt til grunn for det digitale mva-fritaket savner prinsipiell begrunnelse. Også såkalt smale medier med nyhets- og aktualitetsinnhold er viktige for den gode offentlige samtalen. Brukerne etterspør spesialisering, og mediene tilbyr dem nyhets- og aktualitetsstoff innenfor de stoffområder de er interessert i. Dette utviklingstrekket gjelder både allmenne medier og smalere nisjemedier. Derfor må det være innholdet som publiseres/selges som vurderes, og ikke hvem som er utgiver.

Dagens system etablerer i tillegg et betydelig hinder for innovasjon og digitalisering i nisjemediene.

Det digitale mva-fritaket for nyhetstjenester må derfor utvides til å fange opp journalistikk også fra nisjer, enkeltartikler, fagblader og magasiner som bidrar innenfor nyheter og aktualitet, uavhengig av bredden i tilbudet.

Når det gjelder salg av enkeltartikler kan dette være alt fra korte nyhetsartikler til omfattende gravesaker, som på papir ville gått over mange sider. Ny teknologi gjør det mulig å presentere saker på nye måter, noe som øker etterspørselen. Ofte belyser slike saker forhold av stor samfunnsmessig betydning, og omfattes av stor interesse. Salg av enkeltartikler er et tilbud mediene ønsker å gi brukerne, og som kan bidra til at flere blir abonnenter. Det gir ingen mening at enkeltartikler ikke omfattes av fritaket.

Felles innspill fra presseorganisasjonene Mediebedriftenes Landsforening, Fagpressen, Norsk Journalistlag, Norsk Redaktørforening og Landslaget for lokalaviser:

***Vi ber Finanskomiteen medvirke til at eksisterende mva-fritak for elektroniske nyhetstjenester justeres, slik at også dybde/nisje-journalistikken og salg av enkeltartikler omfattes.***