

Skattedirektoratet
Postboks 9200 Grønland
0134 Oslo

skattedirektoratet@skatteetaten.no

Deres ref: 2012/33790

Oslo, 1. februar 2016

Høringsuttalelse: Merverdiavgiftsfritak for elektroniske nyhetstjenester – forskrift

Fagpressen er presseorganisasjonen for 212 norske nyhets- og aktualitetsmedier, som dekker alle samfunnsområder, fag, interesser og bransjer. Fagpressen skal verne om medienes redaksjonelle uavhengighet, være en garantist for ytringsfrihet og pressefrihet, og for innsikt og dybde i samfunnsdebatten.

Vi ønsker gjennom høringsuttalelsen å peke på forhold ved forslaget til forskrift som vil påvirke mediene i sterkt negativ retning.

Fagpressen oppfatter at man gjennom notifikasjonen og forslaget til forskrift søker å holde nyhets- og aktualitetsmedier som dekker bestemte eller færre stoffområder utenfor 0-satsområdet. Dette er vi dypt uenig i, både fordi det skaper urimelige konkurranseforhold og fordi det svekker de mediepolitiske mål om mangfold, kunnskap og dybde i samfunnsdebatten.

Vi viser her til Sundvolden-plattformen der det står at "*Regjeringen vil legge til rette for god nyhetsproduksjon og en bredt anlagt offentlig samtale i fremtidens digitale mediesamfunn. Mediepolitikken må derfor stimulere til nyskaping og innovasjon samtidig som den frie pressens tradisjoner og grunnverdier ivaretas*". Med de forslag som her er fremmet mener vi man legger betydelige hindre i veien for digital utvikling og innovasjon, noe som på sikt kan svekke det norske mediemangfoldet.

Fagpressen anerkjenner naturligvis at det er nødvendig å avgrense merverdiavgiftsfritaket, men vi mener avgrensningen må være overordnet og prinsipiell. Vi mener kravet om bredde og allment rettet stoff bør utgå, og at avgrensningen kun gjøres ut fra redaksjonelt innhold.

Prinsipielt mener vi at mva.-fritaket bør ha samme omfang som definert i Mediefridomslova § 2 som omfatter alle medier som "*driv journalistisk produksjon og formidling av nyhende, aktualitetsstoff og samfunnsdebatt*".

Lovgivning tilpasset dagens og fremtidens utfordringer

Forslaget til forskrift tar som utgangspunkt at avgrensningen i størst mulig grad bør samsvare med definisjonen av papiravis. Å gjøre en slik kobling med en definisjon fra 1960-tallet, mange tiår før internett kom, virker svært lite hensiktsmessig.

Ny lovgivning må forventes å treffe dagens utfordringer. Skillet mellom tradisjonell dagspresse og fagpresse i trykte medier viskes mer og mer ut i digitale kanaler, noe vi mener forslaget burde hensyntatt. Dette kan gjøres gjennom å legge vekt på innholdets art, snarere enn hvem som er utgiver.

Gjennomgående mener vi at forslaget bygger på en forståelse av bransjen som ikke er reell. Dette synliggjøres også gjennom bruk av terminologi vi ikke kjenner oss igjen i. Eksempler er begrep som e-tidsskrift og e-avis. Dette kan leses som tilnærmet like (kopier) produkter som i trykte medier, og er en form for digital publisering som brukes i langt mindre grad enn tidligere. Således er det lite treffende begreper for å beskrive de digitale medieprodukt leserne tilbys.

Krav til innhold i nyhetstjenesten

Fagpressen slutter seg til at medier som skal omfattes av mva.-fritak i hovedsak må bestå av nyhets- og aktualitetsstoff. Vi er derimot sterkt uenige i kravet til bredde, og mener dette bryter med tidligere signaler fra regjeringen. Blant annet viser vi her til Finansdepartementets uttalelser fra mai 2015 der det heter: *Nullmomsen vil gjelde alle medier som i hovedsak består av nyhets- og aktualitetsinnhold* (vår understrekning). Dette ble senere gjentatt fra kulturdepartementet gjennom statsbudsjettet, men ble så ikke fulgt opp verken i notifikasjonen eller i forslag til forskrift.

Utviklingen av mediebransjen går i retning av økt spesialisering og "nisjefisering". Stadig flere medier satser på å gi interesserte lesere mer dybde innenfor ulike stoffområder. Dette kan eksempelvis være innenfor områder som kultur, helse, utdanning, forskning eller teknologi. En slik utvikling skyter fart gjennom digitaliseringen, der det å tilby skreddersydd innhold bare blir viktigere for nå leserne. Mediene går heller i retning av fragmentering enn "pakketering". Mediernes funksjon for å sette dagsorden bygger derfor vel så mye på deres evne til å bringe ny kunnskap til torgs, som å dekke alle områder bredere og allment.

Fagpressen mener forslaget ikke treffer presist hvis hensikten er å legge til rette for god, digital nyhetsproduksjon. En fremtidsrettet mva-avgrensning vil i stedet søke å styrke befolkningens tilgang til viktig journalistikk som øker kunnskapen om samfunnet. Begrepet nyhets- og aktualitetsjournalistikk må derfor tolkes videre enn det er lagt opp til, for å ta høyde for den faktiske medieutviklingen og samtidig verne om den gode journalistikken.

Medier rettet mot allmennheten

Det foreslås å sette som krav at tjenesten skal være rettet mot allmennheten, og ikke mot en bestemt krets av brukere. Også dette bygger etter vårt syn på en feilaktig forståelse av medieutviklingen.

Trykte fagblader (tidsskrift) kan sies å rette seg mot definerte målgrupper, som for eksempel bransjer, medlemmer i foreninger eller yrkesgrupper. Når disse mediene

satser digitalt er det imidlertid begrunnet i ønske om å sette dagsorden i samfunnsdebatten i videre forstand og utover definerte målgrupper. De har gjennom digital satsing mulighet til å nå langt flere lesere/abonnenter. Dette er lesere og abonnenter som er interessert i spesialisert journalistikk innen sine interesseområder, og som gjennom fagmediene søker dybde og innsikt.

Ulike rammebetingelser for like medier

Å etablere et avgiftsfritak for en del av bransjen, mens det fortsatt er 25 prosent mva. for andre nyhetsmedier, vil virke svært konkurransevridende. Dette forsterkes ytterligere dersom digitale "aviser" med en smalere dekning kan omfattes av fritaket, mens deres direkte konkurrenter i "fagpresse" skal holdes utenfor. Mediene henvender seg til de samme markedene (lesermarkedet og annonsemarkedet), med tilnærmet lik stoffmiks, oppdateringsfrekvens og målgrupper. Disse mediene må naturligvis behandles likt avgiftsmessig.

Omsetning av enkeltartikler og oppsplitting

Fagpressen mener fritaket bør omfatte både salg av enkeltartikler og det som beskrives som oppsplittede nettsteder/kanaler. Dersom dette holdes utenfor fritaket kan modellen bli lite bærekraftig og hindre nødvendig innovasjon for å nå nye generasjoner lesere/seere.

Utgivelse/oppdateringsfrekvens

Vi foreslår at ordlyden i forskriften bokstav d) omformuleres til: *publiserer nytt innhold ukentlig eller oftere.*

Redaktørplakat og Mediefridomslova

Fagpressen støtter forslaget om at mediene som omfattes må ha en ansvarlig redaktør, forpliktet på redaktørplakaten. Videre mener vi forskriften bør stille opp dette kravet med henvisning til Mediefridomslovas § 3. *Plikt til å ha ein redaktør.*

Med vennlig hilsen

Fagpressen



Elin Floberghagen
Adm. direktør