

Skattedirektoratet
Rettsavdelingen, avgift

Egmont Publishing AS
Postboks 4980, 0441 Oslo, Norge
Besøksadresse: Nydaisveien 12

Tel +47 22 77 20 00

www.egmontpublishing.no
Org. NO 964441332 MVA

14. februar 2019

AD 2016/22142 – HØRINGSUTTALELSE – MERVERDIavgIFTSFRITAK FOR
ELEKTRONISKE PUBLIKASJONER

Egmont Publishing viser til Skattedirektoratets høringsnotat av 19. desember 2018 (2016/22142 Merverdiavgiftsfritak for elektroniske publikasjoner).

Oppsummering

- Egmont Publishing ser positivt på Regjeringens initiativ til å innføre fritak for merverdiavgift for elektroniske tidsskrift. Det politiske initiativet og Regjeringens holdning om at mediepolitikken skal være fremtidsrettet og understøtte innovasjon, er en retning vi støtter opp om.
- Egmont Publishing mener at all digital journalistikk bør være fritatt for MVA, og at lovforslaget ikke bør knyttes til en utgivelse på papir.
- Lovforslaget er unødvendig detaljert og ikke tilpasset den moderne digitale medievirkeligheten. Forslaget griper inn den digitale, journalistiske virkemiddelbruken og vil ha begrenset effekt. Krav om «dokumentfiler med tekst og stillbilde», «fast utgivelsesplan» og «nummerering» bør bortfalle. Egmont Publishing mener det er tilstrekkelig med krav om samme varemerke, samme utgiver og samme ansvarlige redaktør
- Egmont Publishing ønsker ikke en særregulering for samleabonnement. Digitale verktøy og systemer gjør det enkelt «å gjøre en fordeling av vederlaget med avgiftsmessig håndtering av hver enkelt publikasjon», og medfører ikke betydelige administrative kostander for mediebedriften. Særordningen vil også hemme digital innovasjon og utvikling.

Innledning

Egmont Publishing er Norges største magasinhus og utgir en rekke ukeblader, magasiner og tidsskrifter, både på papir og digitalt. Vi har en over 100 år lang

tradisjon i landet og våre publikasjoner er sterke formidlere av norsk språk, kultur og tradisjoner. Dette er vi sterkt opptatt av å opprettholde og videreutvikle.

Medieutviklingen har endret seg radikalt de siste årene og det er stadig mer utfordrende å konkurrere med store internasjonale mediekjempere, og det er ingen hemmelighet at dette utfordrer bransjens lønnsomhet og evne til å fortsette og styrke samfunnsengasjementet.

MVA-fritak for mediebransjen er et viktig virkemiddel for å støtte opp om dette samfunnsoppdraget, og vi er opptatt at dette fritaket er plattformnøytralt og behandler de ulike mediekanalene likt. MVA-fritaket for elektronisk nyhetstjenester i 2016 var et steg i riktig retning, og vi ser meget positivt på Regjeringens ønske om MVA-fritak for tidsskrifter.

Egmont Publishing mener forslaget til ny MVA-lovgivning har noen betydelige begrensninger som ikke tar hensyn til dagens digitale medievirkelighet, forbrukernes forventninger til digitale virkemidler og målet om lik avgiftsmessig behandling uavhengig av teknologi.

Vi påpeker at det foreslåtte MVA-fritaket for elektroniske tidsskrifter er bakoverskuende ved at det knyttes til en utgivelse på papir, og at dette ikke fremmer innovasjon. Egmont Publishing mener at all digital journalistikk bør være fritatt for MVA, og at lovforslaget ikke bør knyttes til en utgivelse på papir.

Elektroniske tidsskrifter

Høringsnotatet tar utgangspunkt i følgende:

«Det er ikkje ønskeleg å avgrense eit fritak for elektroniske tidsskrift til å berre gjelde pdf-filer av den trykte utgåva, og direktoratet føreslår ikkje å ta inn ei slik avgrensing. Den elektroniske utgåva treng ikkje å vere identisk med det trykte tidsskriftet så lenge det kan seiast å vere same tidsskrift. Forslaget set difor som vilkår at den elektroniske utgåva nyttar same varemerke, har same utgjevar og ansvarlege redaktør som det trykte tidsskriftet, sjå forslag til ny meirverdiavgiftsforskrift § 6-4-1 første ledd bokstav d.»

Dette er et godt utgangspunkt. Direktoratet foreslår derimot en rekke nærmere villkår som i praksis vil bety at det så å si bare er pdf-utgaver som vil komme inn under definisjonen.

Kravet om nummerering og fast utgivelsesplan må bortfalle

Kravet om at «utgåva må oppfylle dei tradisjonelle kjenneteikna på et tidsskrift, som periodisk utgjevning etter ein fast plan» og «krav om nummering» er ikke tilpasset en moderne digital medievirkelighet. Digital publisering og oppdatering av artikler foregår løpende, og den digitale utgaven vil av natur være mer dynamisk og levende enn på papir. Forbrukerne forventer også at digitale utgaver oppdateres løpende, og

papirutgave og digitalt tidsskrift må kunne supplere og utfylle hverandre. Oppdatering på viktige samfunnsdebatter, tema og hendelser skjer løpende, og det forventes at det digitale produktet ikke har nummerering og faste utgivelsesplaner. Det virker urimelig at en redaksjon skal vente med å publisere/ oppdatere viktige saker til «neste nummer» utgis.

Direktoratet skriver også i høringsnotatet at tidsskriftet ikke må være identisk med den trykte utgaven. Egmont Publishing mener kravene om nummerering og fast utgivelsesplan i praksis gjør at det kun er pdf-utgaven som vil tilfredsstille kravet. Denne konsekvensen vil ikke fremme innovasjon og nyskapning blant norske tidsskrifter, men snarere hemme dette. Kravet om nummerering og fast utgivelsesplan må bortfalle.

Kravet om fritak knyttet til «dokumentfiler med tekst og stillbilde» må bortfalle

Direktoratet stiller ikke krav om at det elektroniske tidsskriftet ikke må ha samme innhold, men legger krav på at fritaket skal begrenses til elektroniske tidsskrifter som «dokumentfiler med tekst og stillbilder».

Ordet dokumentfil er egnet til å tolkes som at det kun er pdf-filer som vil få MVA-fritak. Realiteten er at digitale publikasjoner kan være web-baserte, app-baserte el.l., ikke kun pdf-filer som er identiske med den trykte utgaven. Dette er en begrensning som Direktoratet eksplisitt ikke ønsker å gjøre – ordet «dokumentfil» bør derfor bortfalle.

Den digitale utviklingen vi står ovenfor går i en rivende fart, og dagens forbrukere forventer at digitale produkter benytter de virkemidlene som er tilgjengelig. Det skjer en betydelig innovasjon på formidlingsformer i dagens medier, og forslaget vil avskjære digitale tidsskrifter å benytte disse virkemidlene. En berikelse av en artikkel med video er nok til å gjøre hele det elektroniske tidsskriftet MVA-pliktig. Egmont Publishing mener det er viktig at et elektronisk tidsskrift må kunne berike f.eks. intervjuer med video av et intervju, sende pressekonferanser med video og lyd, oppdatere samfunnsviktige debatter med video og lyd.

Av ovennevnte grunner mener Egmont Publishing at kravet om «dokumentfiler med tekst og stillbilde» må bortfalle. Ihht prinsippet om plattformnøytralitet og likebehandling av mediekanaler viser vi til at hverken MVA-fritaket for elektroniske nyhetsmedier eller lydbøker har begrensninger knyttet til dokumentformat, lyd, video eller levende grafikk. Vi ser ingen grunn til at tidsskrifter skal sær-reguleres på dette området.

Alternativt kan forslaget erstattes med «innslag av levende bilder, lyd eller grafikk som illustrerer eller er av relevans for publikasjonens øvrige innhold», men Egmont Publishing mener også dette vil være en unødvendig begrensning på virkemiddelbruken i en redaktørstyrt publikasjon.

Kravet om særordning for samleabonnement må bortfalle

Skattedirektoratet foreslår at ved omsetning av flere elektroniske publikasjoner i et samleabonnement, så skal eventuell avgiftsplikt for en av publikasjonene føre til også de avgiftsfrie publikasjonene pålegges MVA.

Forslaget innebærer en særordning, da utgiver/selger av slike abonnement ellers har krav på delvis MVA-fritak. Direktoratet ber om synspunkter på om det er ønskelig med en slik særregulering for samleabonnement.

Direktoratet begrunner særordningen med at siden det må gjøres «ei fordeling av vederlaget med avgiftsmessig håndtering av kvar enkelt publikasjon» så vil det medføre betydelige administrative kostnader. Dagens digitale verktøy og systemer gjør det enkelt «å gjøre en fordeling av vederlaget med avgiftsmessig håndtering av hver enkelt publikasjon», og medfører ikke betydelige administrative kostnader for mediebedriftene.

Markedet for tidsskrifter har et stort innslag av slike samletjenester, og alle de store mediehusene har dette som en av de viktige forretningsmodellene digitalt. Egmont Publishing utgir Flipp (www.flipp.no), Aftenposten utgir Magasin+ (www.magasinpluss.no), Aller Media utgir Pling (www.pling.no), Bonnier utgir Wype (www.wype.no). Til sammen dekker disse tjenestene en betydelig del av de norske tidsskriftene.

Medietrendene viser også at samleabonnement er den dominerende forretningsmodellen. Apple Music, Tidal, Spotify, Netflix, Amazon Prime og HBO er gode eksempler på dette. Den foreslåtte særordningen vil i praksis begrense digital innovasjon og utvikling hos tidsskriftene, og forhindre mediehusene å tilby kundene det de forventer.

Av de ovennevnte grunner ønsker Egmont Publishing ikke en særregulering for samleabonnement.

Med vennlig hilsen



Nina Vesterby

Administrerende Direktør
Egmont Publishing AS