

Skattedirektoratet  
referanse 2024/650

Vår dato:

15.11.2024

## Hørings svar NHO Reiseliv - "bagatellmessig verdi" - forslag om økning av beløpet i fmval. § 1-3-6

NHO Reiseliv viser til Skatteetatens høring av "bagatellmessig verdi" - forslag om økning av beløpet i fmval. § 1-3-6" og takker for muligheten til å komme med høringsinnspill. Vi er den største arbeidsgiver- og næringsorganisasjonen for reiselivet i Norge med nærmere 3800 medlemsbedrifter, og har medlemmer innen overnatting, servering, camping, opplevelser, bilutleie, destinasjonsselskaper med mer.

### Våre innspill til forslagene i denne høringen er

- Grensen for hva som utgjør en bagatellmessig verdi har stått uendret siden 2010. NHO Reiseliv mener derfor at det er et nødvendig og godt forslag å heve grensen.
- NHO Reiseliv mener også at det er positivt at grensen heves utover prisveksten, men mener at det bør vurderes om grensen skal heves ytterligere, slik at regelverket harmoniseres med den tilsvarende svenske grensen på 300 SEK.
- Kostnadsøkningene innen serveringsbransjen på sentrale innsatsfaktorer som sjømat, strøm, kaffe og kjøtt har særlig de siste årene vært godt over gjennomsnittlig inflasjon, noe som tilsier at en økning mot svensk nivå vil være rimelig og gjøre endringene i nivået for bagatellmessig verdi mer treffsikkert.

### Bakgrunn

NHO Reiseliv støtter at beløpsgrensen for bagatellmessig verdi i merverdiavgiftsregelverket økes. For medlemsbedriftene har beløpsgrensen spesielt stor betydning for utdeling av gaver i reklameøyemed. NHO Reiseliv ber derfor om grensen økes tilsvarende det svenske nivået for utdeling av reklamegaver. Bagatellmessig verdi er i merverdiavgiftslovens forstand definert til 100 kroner, jf. merverdiavgiftsforskriften § 1-3-6. Denne beløpsgrensen har stått på stedet hvil helt siden 2009. I Sverige er denne grensen på 300 SEK eksklusive merverdiavgift.

NHO Reiseliv og våre medlemsbedrifter mener det er på høy tid at Norge justerer denne grensen. Siden 2009 har det som kjent vært en betydelig prisstigning, og særlig høy har denne vært i perioden etter pandemien. Over 70 prosent av våre medlemmer har siden 2022 pekt på økte kostnader som den største utfordringen. Den norske kronen har også svekket seg betydelig opp mot den svenske kronen og annen valuta siden 2009. De siste årene har prisstigningen på matvarer (særlig frukt og grønt, sjømat, matolje og kaffe) også vært betydelig høyere enn den gjennomsnittlige inflasjonen.

### Konkurransesituasjonen er svekket

Skattedirektoratet skriver at det "er så langt av den oppfatning at ulikheter med andre stater neppe vil påvirke norske bedrifters konkurranseevne". NHO Reiseliv er uenig i dette. Det nordiske reiselivsmarkedet, særlig det svenske og det norske, har svært mange likhetstrekk og konkurrerer ofte om de samme kundene, spesielt innen opplevelser, vinterturisme, nordlysturisme etc. At norske bedrifter har en lavere beløpsgrense enn sine nordiske kollegaer gir dem en konkurranseulempe både i privatmarkedet og i bedriftsmarkedet. Reiselivsbedrifter innen både overnatting, servering og opplevelser bruker utdeling av varer aktivt i reklameøyemed. Eksempler på varer bedriftene ønsker å dele ut er for eksempel en opplevelse, et måltid eller et velværeprødukt.

Reiselivets konkurransesituasjon opp mot Sverige er også i de senere årene blitt forverret. Sverige skal nå fjerne sin flypassasjeravgift, og fra før er utfordringene med handelslekkasje/grensehandel godt kjent. Disse utfordringene kommer som kjent på grunn av et ulikt skatte- og avgiftsnivå. Sverige har også en serveringsmoms på 12 % mot 25 % i Norge (Europas høyeste) og skiheisene i Sverige har 6 % moms mot 12 % i Norge. Norske myndigheter bør derfor etterstrebe konkurranselikhet med Sverige når det gjelder bagatellmessig verdi.

### **Grensen må være høy nok for å ha effekt**

NHO Reiseliv er selvsagt positiv til den foreslåtte økningen av grensen fra dagens lave nivå, men er bekymret for om grensen settes for lavt. Det vil bety at varer som kan deles ut i reklameøyemed blir mindre og mindre attraktive om de skal falle inn under definisjonen av bagatellmessig verdi. Pris- og kostnadsutviklingen i samfunnet betyr også at det er betydelig færre varer som i dag faller inn under betegnelsen bagatellmessig verdi. Dette betyr samtidig at avgiftsbyrden for næringslivet ved slike varer til utdeling øker.

NHO Reiseliv har i brev til Finansdepartementet tidlig i 2024 påpekt at den administrative byrden med å håndtere utdelinger som overstiger dagens grense på kr. 100 er stor. Siden beløpsgrensen er så lav blir det også mer og mer administrasjonsarbeid å holde styr på hva som er gitt ut over eller under beløpsgrensen og påse at den avgiftsmessige håndteringen er korrekt. For bedriftene oppleves dette som uforholdsmessig mye arbeid for veldig små summer i merverdiavgift.

NHO Reiseliv støtter derfor en endring av grensen for bagatellmessig verdi, men ønsker økningen blir noe større enn Skattedirektoratet legger opp til, og at Norge harmoniserer sitt nivå på bagatellmessig støtte til samme nivå som i Sverige, altså opp til 300 norske kroner.

Med vennlig hilsen

NHO Reiseliv



Kristin Krohn Devold

Adm.dir. NHO Reiseliv



Ole Michael Bjørndal

Fagdirektør næringspolitikk