

Finansdepartementet
postmottak@fin.dep.no

Vår dato: 28.08.2019

Hørings svar fra NHO Reiseliv til NOU 2019:11 Enklere merverdiavgift med én sats

NHO Reiseliv viser til at høring fra Finansdepartementet 29. mai av NOU 2019:11 Enklere merverdiavgift med én sats. Her følger NHO Reiselivs høringssvar.

NHO Reiseliv har over 3100 medlemsbedrifter og er den største arbeidsgiver- og næringsorganisasjonen for reiselivet i Norge. Vi arbeider for å gi våre medlemmer arbeidsvilkår og utviklingsmuligheter som styrker reiselivsnæringen, slik at hvert enkelt medlem kan oppnå økt lønnsomhet og sunn vekstkraft for sin bedrift.

Reiselivet er en viktig sysselsettingsmotor rundt om i norske kommuner. Over 165 000 ansatte jobber i reiselivsrelaterte næringer i Norge. I overnatting- og serveringsbransjen er hver tredje ansatt under 24 år, mens 43 prosent har utenlandsk bakgrunn. Det viser at reiselivet er en viktig ungdoms- og integreringsnæring. Reiselivsnæringens samlede verdiskaping i Norge er på 72 milliarder kroner (2017), mens omsetningen er på vei til å passere 200 mrd. kroner.

Vårt hovedsyn på forslaget i NOU 2019:11 kan oppsummeres i følgende tre punkter:

1. Norge ligger allerede i Eurotoppen på merverdiavgift (MVA) på overnatting med 12 prosent, og kun to land er høyere enn oss. En MVA-økning vil dramatisk forverre rammebetingelsene til en samlet norsk reiselivsnæring og drastisk svekke Norges konkurransevne mot utlandet.
2. Utvalgets forslag til MVA-økning vil øke prisene på transport i Norge, og svekker dermed tilgjengeligheten til det norske reiselivsproduktet. Dette vil igjen føre til reduserte muligheter for verdiskaping i distriktene i Norge.
3. MVA-økning øker den totale prisen på reiselivstjenester i Norge, og øker dermed insentivet for nordmenn til å feriere i utlandet. Det vil svekke kundegrunnlaget til norsk reiseliv, ramme driftsmarginen og med stor sikkerhet føre til nedleggelse og redusert sysselsetting i reiselivsbransjen i hele Norge.

NHO Reiseliv fraråder på det sterkeste å følge utvalgets anbefalinger. Vi utdyper vårt standpunkt under.

Merverdiavgiften og reiselivet

Merverdiavgiften er en helt avgjørende og utslagsgivende rammebetingelse til norsk reiselivsnæring. Hotell, camping og andre overnattingsbedrifter, persontransport,

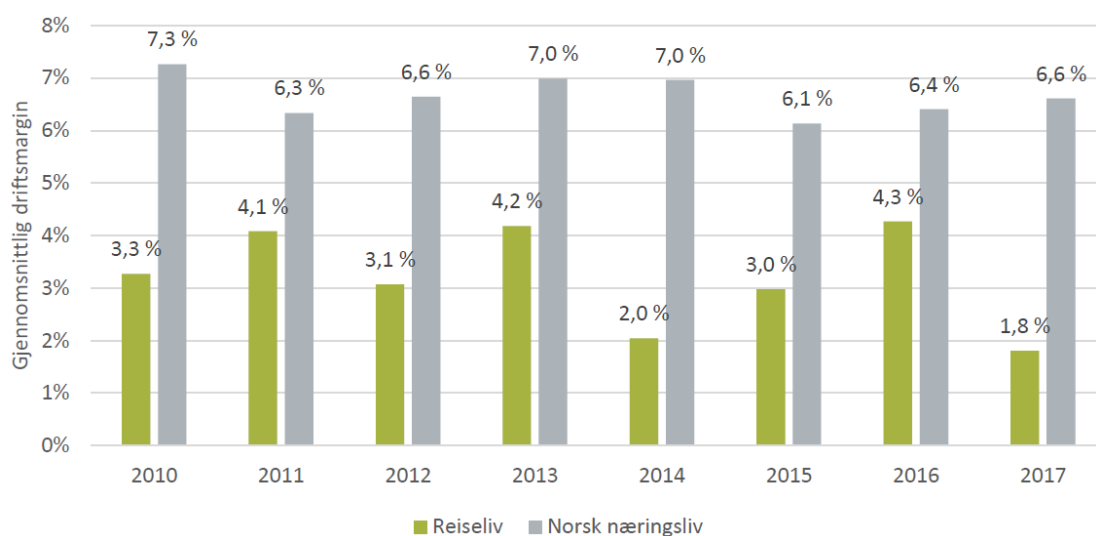
skiheiser, fornøylesparker og opplevelsessentre mm. betaler 12 pst. MVA, restauranter og andre serveringssteder betaler 25 pst. MVA. I tillegg har guidetjenester 0 pst. MVA.

Overnattingstjenester ble innlemmet i den lave satsen i 2006, og den lave satsen var da til 8 pst. Forslaget fra utvalget vil være katastrofalt for norsk reiselivsnæring. De to MVA-økningene i 2016 og 2018 har sendt norsk overnattingsmoms opp i Europatoppen. En ytterligere økning vil dramatisk forverre konkurransevilkårene til en samlet norsk reiselivsnæring.

Det er fem bransjer som utgjør det vi vanligvis definerer som reiselivsnæringen: overnatting, servering, opplevelser, transport og formidling. Disse bransjene er gjensidig avhengig av hverandre. Dersom det er et mangelfullt tilbud på en destinasjon, er det ikke noe grunnlag for å frakte folk dit, og er det ikke lønnsomt å frakte folk til et sted, er det heller ikke noe kundegrunnlag for å starte en reiselivsbedrift der.

Lønnsomheten i reiselivet

Lønnsomheten i reiselivet, målt i form av driftsmargin, varierer relativt mye både mellom reiselivsbransjene og fra år til år. Driftsmargin forholdet mellom en virksomhets driftsresultat før renter og skatt og bedriftens driftsinntekter. Figur 1 under viser gjennomsnittlig driftsmargin i reiselivet og for norsk næringsliv samlet. Som figuren viser ligger den gjennomsnittlige lønnsomheten systematisk lavere i reiselivet enn i annet norsk næringsliv. Det liten tvil om at reiselivsnæringen har slitt med lav lønnsomhet i en årrekke.



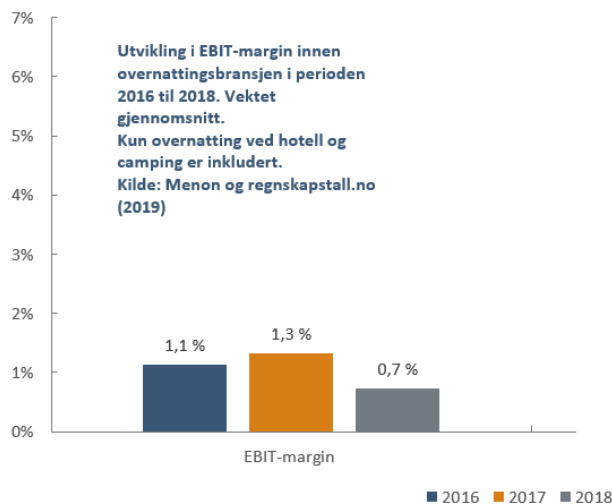
Figur 1. Gjennomsnittlig driftsmargin i reiselivsnæringen og for hele norsk næringsliv unntatt oljeselskaper og finans, 2010–2017. Kilde: Menon

Lønnsomheten varierer mellom reiselivsbransjene. Den bransjen som allerede har lavest driftsmargin, overnattingsbransjen, er også den som vil bli hardest rammet av forslaget. Overnattingsbransjen hadde høyest lønnsomhet i 2007, med en driftsmargin på 6,4 prosent. Også resten av perioden 2005–2009 og 2011 var år med relativt god lønnsomhet innen overnatting. Siden 2014 har driftsmarginen ligget under 2 prosent. Vi minner om at de to siste MVA-økningene har kommet i 2016 og 2018, og driftsmarginen til overnattingsbransjen er nå under 1 %. NHO Reiseliv har fått Menon til å beregne

driftsmarginen for landets hoteller og andre overnattingssteder som så langt (august 2019) er sendt inn til Brønnøysundregisteret. Disse viser at driftsresultatet før nedskrivninger, renter og skatt er nede i 0,7 %, en reduksjon på 53,3 % fra året før. Se figur 2 under for fremstilling. Det er med andre ord ikke rom for flere avgiftsøkninger nå. Økt MVA vil føre til nedleggelse.

Det har heller ikke vært mulig å hente inn momsøkningen med økte priser. Gjennomsnittlig nominell rompris var NOK 868 i 2008 og 960 i 2018. Kjøpekraften økte med ca 20 pst. disse ti årene, og til sammenlikning økte gjennomsnittlig rompris med 10,5 pst. Med andre ord harden reelt sett gått ned.

Overnattingsbransjen: Utvikling i EBIT-margin, vektet gjennomsnitt



Figur 2. Utvikling i driftsmargin i reiselivet siste tre år. Kilde: Menon

Servering har en driftsmargin som også er synkende, og er nå nede i under 3 pst. Opplevelsesbransjen hadde også lavest lønnsomhet rundt 2008–2010, men har senere hatt en (ujevn) vekst. Siden 2013 har opplevelsesbransjen hatt høyere driftsmarginer enn både overnatting, servering og reiselivsnæringen.

For en av de største hotellkjedene vil en økning opp til 25 pst. MVA innebære å få redusert resultatet med 230 mill. kroner. Bare en økning opp til 15 pst. betyr et redusert årlig resultat på 60 mill. kroner. For et frittstående hotell i distriktene med ca. 150 rom som kun holder åpent rundt seks – syv måneder i året utgjorde 12 pst. MVA 2.290.000 i 2018-tall. Hvis MVA hadde vært 25 pst ville den vært 4.770.000. Da hadde det ikke vært noe overskudd igjen og man ville blitt nødt til å vurdere videre drift.

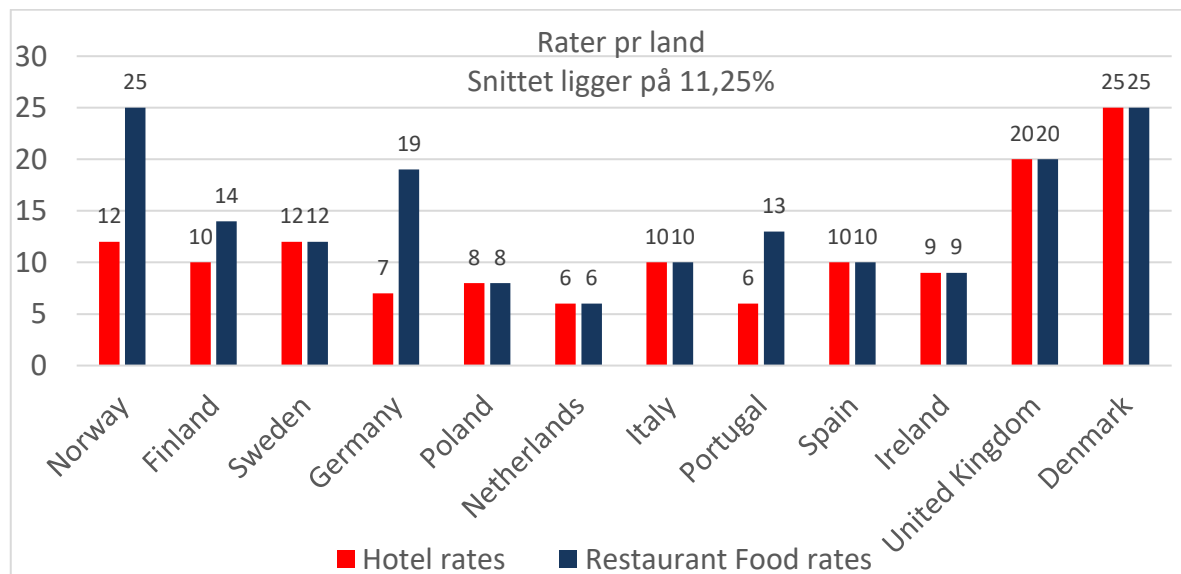
Om norske myndigheter forverrer rammebetingelsene til norske overnattingsbedrifter og transporttjenester, vil dette i tillegg gi en enorm konkurransefordel til cruise-industrien. Disse betaler ingen eller svært lite skatter og avgifter (inkludert MVA) til Norge, og de besøkende fra cruise er også de minst lønnsomme for Norge med tanke på hvor mye penger de ulike segmentene av reisende legger igjen.

Norsk reiselivsnæring har de siste årene måtte bruke mer og mer penger på markedsføring og provisjon gjennom såkalte online travel agents, OTAer. Mer og mer av salget går gjennom disse kanalene, som betyr at utenlandske aktører som ikke skatter til Norge tar en betydelig andel av veksten i omsetningen som genereres av flere overnattinger i Norge. I tillegg har konkurransen fra AirBnb og andre aktører innen formidlingsøkonomien blitt betydelig. Dette er private utleiere som ikke er underlagt de samme skatte-, avgift- og tilsynskrav som reiselivsnæringen.

NHO Reiseliv vil også påpeke at i utvalgets opprinnelige mandat stod det at utvalget skulle "legge frem anbefalinger om et enklere merverdiavgiftssystem med færre satser, herunder minst ett forslag med en provenynøytral omlegging". Dette har utvalget ikke gjort, noe NHO Reiseliv mener er uheldig. En slik provenynøytral omlegging ville vært interessant for særlig serveringsbransjen. Serveringsbransjen har i mange år nå hatt svekkede konkurransevilkår mot dagligvare og bedrifter som kan levere take away. Servering har 25 pst. MVA, mens take away har 15 pst. Regjeringspartiene Høyre, Fremskrittspartiet og Venstre har alle vedtatt at de ønsker å harmonisere disse satsene, og da samtidig redusere MVA på servering. Dette har blitt gjort blant annet i Sverige, hvor man reduserte MVA på servering fra 25 til 12 pst. 1.1.2012. Dette hadde en svært positiv effekt på omsetning og sysselsetting i Sverige. Utvalget har helt sett bort ifra denne delen av mandatet som ville kunne gitt likere konkurransevilkår for en voksende næring i Norge som særlig sysselsetter mange unge arbeidstakere.

Konkurransen med utlandet

Reiselivet er i en hard internasjonal konkurranse, og Norge er allerede i Europatoppen hva gjelder MVA på overnatting og restaurant. Som figur 3 under viser er gjennomsnittssatsen på MVA på overnatting på 11,25 pst. Norge er allerede i Europatoppen på både overnatting og servering. Vi minner i tillegg om at tjenester som skiheiser har 6 pst MVA i vårt naboland Sverige, mot 12 pst i Norge. Dessuten er grunnlaget avgiften regnes ut ifra langt høyere i et høykostland som Norge. Tall fra Eurostat 2018 viser at prisnivået på overnatting og restaurant i Norge er nest høyest i Europa, etter Island.



Figur 3 Merverdiavgift på overnatting og servering i Europa.

Norsk reiseliv opplevde i starten av 2010-årene en vekst fra både utenlandske og norske markedet, men tall viser nå at veksten fra utlandet flater ut. Det var en vekst i antall overnattinger på én prosent fra 2016 til 2017, som er langt svakere enn hva som har vært «normalen» for reiselivet de siste årene: fire prosent i 2014, fire prosent i 2015 og fem prosent i 2016.

Kronekursen har og en påvirkning på prisen av det norske overnattingsproduktet, og sier noe om hvor prissensitivt markedet er. Analysebyrået Menon publiserte i 2015 en undersøkelse av hvordan utviklingen i kronekursen påvirker etterspørselen etter norske hotelltjenester. Hovedresultat av analysen er at en persistent prosentvis endring i kronekursen kan forventes å føre til omtrent den samme prosentvise endringen i etterspørselen etter norske hotelltjenester om lag et halvt år etter. På samme måte vil en økning i merverdiavgiften innebære en lavere etterspørsel etter norske hotelltjenester.

MVA-økning på transport: En dobbelt uheldig effekt

Norsk reiseliv er avhengig av transporttjenester, og store deler av transportbransjen regnes også som reiseliv. Det var 166 000 arbeidsplasser innen reiselivsnæringen i Norge i 2017, og 113 000 årsverk. Transportbransjen krever størst samlet arbeidsinnsats av bransjene med 37 500 årsverk i 2017.

Å fordyre norske overnattinger og transport i Norge vil gjøre utenlandsmarkedet mer attraktivt for både nordmenn og utenlandske gjester. En økning i merverdiavgiften har dermed en dobbelt uheldig effekt for det norske reiselivsproduktet, og vil ramme bedrifter i hele verdikjeden.

Vi viser her til Widerøes hørings svar til NOU 2019:11 hvor de beregner over 150 millioner i økte kostnader med påfølgende avvikling av de fleste kommersielle ruter og dermed en halvering av selskapet. Totalt vurderer Widerøe at de kan bli nødt til å legge ned 37 ulike ruter i Norge. Dette vil naturlig nok ha dramatiske konsekvenser for reiselivets tilgjengelighet i hele Norge.

Innenriks luftfart nå er pålagt "dobbel" skattlegging for klimagassutslipp, samt en betydelig fiskal flypassasjeravgift. Flypassasjeravgiften får størst effekt (tilnærmet dobbelt) på innenriks flyruter siden avgiften pålegges alle flyruter, mens denne avgiften kun pålegges avreisende internasjonale flyruter. CO₂ avgiften gjelder kun innenriks luftfart, og ikke internasjonal luftfart. Det er derfor et betydelig høyere skatte- og avgiftsnivå for innenriks luftfart enn for utenriks luftfart. I tillegg er luftfarten, godt utover andre sektorer, pålagt "doble" miljøavgifter og ekstra fiskale avgifter. Vi viser til videre utdypning av de problematiske sider ved utvalgets forslag til MVA-økning på innenriks luftfart som beskrives i hørings svaret fra NHO Luftfart til NOU 2019:11.

Sesongutvidelse

I hotellnæringen har over halvparten av hotellene underskudd i desember, januar, februar og mars. Og så mange som 44 prosent av hotellene taper penger i juli, som er den beste måneden for reiselivet sett under ett. Det er også en politisk ambisjon om å utvide sesongene i Norge, eller "Hele Norge, hele året". Det er kunden som bestemmer prisen i lavsesong, og det er ikke mulig å øke prisen tilsvarende økningen i MVA. Hadde overnattingsbedriftene kunne tatt en høyere pris, hadde de allerede gjort det. Derfor er det bransjens lønnsomhet som betaler for økningen. Hotellene har stort sett tre gode måneder, tre tapsmåneder og 6 "nøytrale" måneder. Det er bare i de 3 beste månedene prisen kan økes nok til at kunden betaler. Flere hoteller vil som følge av utvalgets forslag

velge å stenge hotellene i lavsesongen. Dette vil ramme sysselsettingen, tilstøtende virksomheter i området og redusere bolysten i disse områdene.

Tvilsom kostnadsberegning av økt MVA

Utvalget skriver i NOU 2019:11 følgende:

At romutleie mv. har redusert sats, har vært begrunnet med at overnattingsbransjen har betydning for distriktene, og at alminnelig merverdiavgiftssats kan ha negative konsekvenser for en konkurranseutsatt reiselivsnæring (...) Utvalget vil påpeke at økt merverdiavgift på romutleie vil øke kostnadene noe for norske og utenlandske turister som overnatter i Norge, og kan føre til at turister velger andre land. Overnatting ilegges i stor grad redusert sats i andre land, herunder i Sverige. Overnatting utgjør imidlertid bare en andel av turistenes samlede kostnader ved å feriere i Norge, samt at en avgiftsøkning neppe vil overveltes fullt i prisene. Effekten av en avgiftsøkning til alminnelig sats på turistenes samlede kostnader antas å utgjøre om lag 2–3 pst.

NHO Reiseliv viser til Innovasjon Norges turistundersøkelse over norske og utenlandske gjester forbruk. Den viser at overnatting og transport utgjør fra 45 til 68 pst. av kostnadene for de ulike grupperingene. En gjennomsnittlig norsk turist bruker 1135 kroner i døgnet på ferie, mens en fra utlandet bruker 1490. Gjennomsnittlig antall overnattinger i Norge er åtte. NHO Reiseliv har regnet på at mer enn en dobling av merverdiavgiften fra 12 til 25 pst på både overnatting og transport vil øke de samlede kostnadene til turister ikke til 2-3 pst, men til over 7 pst. I tillegg vil utvalgets forslag ramme prisen på skiheiser, opplevelser, matvarer med mer, noe vi ikke har tatt med i beregningen. Norge er allerede blant de aller dyreste landene i verden. Utvalgets forslag gjør konkurransevilkårene til norsk reiseliv opp mot utlandet betydelig verre.

En MVA-økning vil også ramme tilgjengeligheten til det norske reiselivsproduktet. Norges geografi gjør at vi er helt avhengig av kortbanenettet, togtransport, fergetransport og busstjenester for å komme oss rundt på våre ulike severdigheter. Utvalgets forslag vil ramme arbeidsplasser og verdiskaping i hele landet, og bør ikke tas til følge.

Med vennlig hilsen



Kristin Krohn Devold
Adm.dir. NHO Reiseliv



Ole Michael Bjørndal
Næringspolitisk fagsjef

