

Stortingets finanskomité
finans@stortinget.no

Vår dato:

24.10.2017

Kommentarer til Finansdepartementets fagproposisjon 2018 (Prop. 1 LS)

Reiselivsnæringen har økt sin betydning som næring og sysselsetter i Norge de siste årene. I 2017 fikk reiselivsnæringen, gjennom reiselivsmeldingen "Opplev Norge – unikt og naturlig", også økt politisk oppmerksomhet. I meldingen la Regjeringen først og fremst vekt på viktigheten av gode, generelle rammebetingelser for næringen for at næringen skulle vokse og blomstre, og hovedbudskapet i Reiselivsmeldingen var økt konkurransevne for norsk reiseliv gjennom skatte- og avgiftslettelse til norske bedrifter. Dette fikk Regjeringen også flertall for i Stortinget da meldingen ble behandlet.

Imidlertid forslår Regjeringen i "Prop. 1 LS Skatter, avgifter og toll 2018" å øke den lave merverdiavgiften fra 10 til 12 prosent, med virkning fra 1. januar 2018. Dette vil ramme hotell, camping, fornøylesparker, skiheiser, idrettsarrangement, museer, kino og persontransport. Provenyeffekten beregnes til 700 millioner kroner. Denne merverdiavgiften økte fra 8 til 10 prosent i 2016, og foreslås nå altså økt ytterligere. Til sammen vil dette utgjøre **en momsøkning på 50 prosent på 2 år**.

NHO Reiseliv vil nedenfor peke på flere problematiske sider ved dette forslaget.

- 1) Uforutsigbart vedtak som ikke er i tråd med uttalt skatte- og avgiftspolitik

I Stortingets skatteforlik, vedtatt i 2016, står det ingenting om en ytterligere momsøkning for reiselivet, dette til tross for at meldingen bygget på Scheel-utvalgets utredning. Snarere står det i innstillingen fra finanskomiteen at regjeringen legger stor vekt på at de skattemessige rammebetingelsene bør være *mest mulig stabile og forutsigbare*.

I reiselivsmeldingen som ble vedtatt i år står det at regjeringen vil legge til rette for verdiskaping og lønnsomhet i reiselivsnæringen først og fremst gjennom å etablere gode rammebetingelser for å drive næringsvirksomhet. For å bedre norsk konkurransekraft, prioriterer regjeringen skatte- og avgiftslettelse til norske bedrifter.

Tilbakemeldingen fra næringen er at regjeringens praksis innen avgiftspolitikken gir betydelig frustrasjon. Det er totalt mangel på forutsigbarhet når reiselivsnæringen nå får en ytterligere økning i moms med 20 % som igjen gir en ekstraregning på 700 millioner kroner. Det at regjeringen nå vil øke reiselivsmomsen fra 10 til 12 %, kom ikke bare uten forvarsel, den kommer etter at regjering og storting har sagt at de skal gjøre det motsatte.

2) Vedtaket rammer arbeidsplasser

Reiselivsnæringen er med sine 160 000 årsverk, og enda flere ansatte, en viktig jobbskaper. Antall ansatte utgjør mer enn fiskeoppdrett, landbruk og oljeboring til sammen. Når andre næringer nedbemanner og digitaliserer bort jobbene, ansetter reiseliv.

I 2016 var reiseliv den næringen som hadde størst prosentvis vekst i antall ansatte, med over tre prosent. Og til forskjell fra mange andre næringer, er reiseliv i hele Norge. Det er den lokale reiselivsbedriften som holder mange kommunene levende. En ungdoms- og integreringsnæring. 1 av 3 i reiselivet er under 24 år, og mer enn 1 av 3 har utenlandsk bakgrunn. Det gjør reiselivet til en ungdoms- og integreringsnæring, noe som Norge trenger i en tid hvor 1 av 5 står utenfor arbeidslivet. Det at regjeringen foreslår en momsøkning som treffer en av de næringene som både sysselsetter mange, og skaper jobber, er dårlig politikk.

3) Momsøkning rett på bunnlinjen.

Da oljesmellen kom uteble den velbetalende konferansegjesten, og næringen måtte raskt omstille seg for å få nye gjester. Det klarte den, og hotellene har hatt en økning av feriegjester de siste årene. Derfor er overnattingstallene gode, men volum og lønnsomhet er to ulike mål. Utenlandske feriegjester er prisfølsomme, og prisen kan ikke økes mer enn det kunden vil betale. Hotellrapporten fra 18. oktober i år (DNB/Horwath), dokumenterer at ca. halvparten av hotellene går med tap desember, januar, februar, mars og juli. De beste månedene er juni, august og september. I sesonger med tap er poenget at prisene ikke kan økes for å få flere kunder, hele regningen går til hotellet. Disse hotellene kan ikke ta en momsøkning ut på gjesten gjennom økt pris, men må selv bære kostanden. Det vil si at økningen går direkte på hotellets bunnlinje, og gjør tallene enda rødere.

For alpinnæringen som konkurrerer med Sverige, er situasjonen nå at Sverige har 8 pst moms, mens Norge får 12. For Trysil og Salen som bygger felles flyplass på hver sin side av grensen, blir kostnadsnivået og prisen nå en vesentlig ulempe på norsk side.

Norsk reiseliv konkurrerer i et internasjonalt marked. Det er mange som kjemper om amerikanerne og kineserne. Hvis reiselivsbedriften øker prisen tilsvarende momsøkningen, innebærer det at Norge blir et dyrere ferieland. Vi vet at markedet er prissensitivt, det har vi sett når kronen har vært svekket. Når kronen styrker seg, samtidig som at regjeringen vil øke momsen, vil norsk reiseliv få en dobbel prisøkning.

4) Selskapsskatt begrenset effekt.

Selskapsskatten har blitt redusert de siste årene, og foreslås i dette budsjettet å reduseres med ett prosentpoeng til 23 %. For at en bedrift skal kunne få utbytte av reduksjonen i selskapsskatten fordrer det at bedriften har et overskudd. Når mange hoteller som nevnt går med underskudd, eller har svært lave marginer, har ikke den reduserte selskapsskatten, kalt overskuddsskatt, noen vesentlig effekt for bedriften.

5) Konkurransesvridende mot de som ikke betaler MVA.

Innenfor utleievirksomhet er det flere som driver privat, altså at de ikke regnes som næring, disse betaler ikke MVA. Dette gjelder både hytteutleie, og leilighetsutleie innenfor f.eks. delingsøkonomiplattformen AIRbnb. Når momssatsen foreslås heves er en

konsekvens at færre vil drive med hytteutleie som næring, og heller tilpasse seg slik at det kan defineres som privat. Det kan og spekuleres i om det er flere som er MVA-pliktig enn det som registreres i dag. En ytterligere økning i momsen, gjør konkurransevridningen enda sterkere enn tidligere.

6) Distriktene og mangfoldet som rammes.


Norsk reiseliv har et mangfold våre nærmeste konkurrentland mangler – gode, attraktive opplevelshoteller i distriktene som drar utenlandske gjester til Norge, og som gir byhotellene overnatting på veien. Det er dette mangfoldet, distriktrikdommen som er et av Norges komparative fortrinn, men som nå trues av momsøkningen. Momsøkningen vil treffe distriktene hardest, og dermed påvirke hele det norske reiselivet.

Konklusjon:

I. MVA-økningen for reiseliv, fra 10 til 12 prosent utsettes. Forslaget må gjennomgå en grundig utredning av bl.a. sysselsettingsvirkningene, muligheten for lønnsom drift og effekten på antall bedrifter.

Med vennlig hilsen

NHO Reiseliv



Kristin Krohn Devold
Administrerende direktør



Ole Michael Bjørndal
Næringspolitisk rådgiver