

regler, må imidlertid også skattekontoret og skatteklagenemnda gjøre det. Akkurat i denne saken var det dessuten ikke vanskelig å komme frem til reell bruk.

### Felles driftskostnader og manglende logikk

Klager hadde krevd fullt fradrag for mva på felles driftskostnader til fellesarealene, og det ble akseptert av skattekontoret. Spørsmålet om fradragsrett for driftskostnader var derfor ikke en del av klagesaken.

Klager anførte imidlertid at det ikke var logisk å få delvis fradrag med 16,72 % når det gjaldt rehabiliteringskostnadene, men 100 % fradrag for driftskostnader.

Skattekontoret hevdet dette ikke var ulogisk, fordi det benyttes ulike fordelingsprinsipp. Rehabiliteringskostnadene skal fordeles etter antatt bruk, mens driftskostnadene kan fordeles etter omsetning. Siden utleier bare hadde én leietaker og all husleie var fakturert med mva, mente skattekontoret at det var riktig at utleier fikk 100 % fradrag for mva på felles driftskostnader.

Sekretariatet var enig i skattekontorets vurdering. Spørsmålet var uansett ikke en del av klagesaken og da var det ikke nødvendig for sekretariatet å ta stilling til eventuell manglende logikk.

Det er riktig at klager skal ha fullt fradrag for mva på driftskostnadene, fordi kostnaden fullt ut er til bruk i mva-pliktig virksomhet, men skattekontorets begrunnelse er feil. Ifølge mva-forskriften § 8-2-2 **kan** driftskostnader, som f.eks. rengjøring, fordeles etter omsetning, men bare hvis fordelingen i rimelig grad gjenspeiler den antatte bruken. Når skattekontoret mente at den antatte bruken av fellesarealene i mva-pliktig virksomhet var 16,72 %, gjenspeiler ikke omsetningen den antatte bruken. Da skulle skattekontoret også tilbakeført fradraget som gjaldt driftskostnadene.

I stedet for å forholde seg til forskriften kommer sekretariatet med et postulat:

«... det er, både faktisk og rettslig, forskjell på driftskostnader og rehabiliteringskostnader.»

Det er vanskelig å se hva den rettslige forskjellen består i. Hovedprinsippet for fradrag for alle typer kostnader er antatt

bruk i mva-pliktig virksomhet. Byggekostnader til fellesareal kan subsidiært fordeles etter areal eller omsetning, hvis det gjenspeiler den antatte bruken. Felles driftskostnader skal fordeles etter antatt bruk, men man kan velge å fordele etter omsetning hvis det gjenspeiler den antatte bruken.

### Avsluttende kommentar

Vedtakene, som ble fattet av en enstemmig nemnd i stor avdeling, bygger på feil forståelse av regler som er svært sentrale. Begrunnelsen for vedtaket er oppkonstruert og tyder på at skattekontoret må ha bestemt seg for resultatet før subsumsjon.

Klager ble etterberegnet nesten 15 millioner kroner. Bygget ble etter hvert leid ut til flere, og klager har antakelig kunnet kreve større fradrag senere. Det endrer imidlertid ikke det faktum at vedtaket har kostet klager penger i form av tapt fradrag og bistand med klagen.

Det er å håpe at vedtakene ikke blir stående, men at nemnda tar opp de tre klagesakene til ny vurdering basert på gjeldende rett.

# Starten på slutten for grønnvasking

Standarder for selskapsrapportering på bærekraft har gått gjennom en modningsprosess de siste årene, og det kommer stadig nye endringer i rapporteringskrav og standarder. I tillegg vil det komme økende regulatoriske krav fra myndigheter om rapportering fremover, særlig for de som kaller seg grønne.



Master i samfunnsøkonomi  
Marie Skara  
Associate Climate Change and Sustainability Services i EY



Master i astrofysikk  
Ingrid Marie Kjølseth  
Associate Climate Change and Sustainability Services i EY

Investorer og kunder setter økte krav til bedrifters samfunnsansvar og dette har resultert i økt etterspørsel etter tredjepartsverifiseringer, ESG-rater og produktmerkeordninger. Bærekraftige selskaper må i større grad enn tidligere vise til faktiske resultater, verifiseringer eller produktmerker om de skal fremstå som pålitelige. Hensikten

med dette er at kunder og investorer skal kunne ta sine egne beslutninger og vurderinger.

### Grønnvaskings opprinnelse

Grønnvasking er et begrep som har vært i bruk siden 1986 da Jay Westerveld i en kritisk artikkel rundt mil-

jøvern brukte begrepet for første gang. I årene etter har det vokst og blitt et viktig begrep i kampen mot selskaper som maler seg som bærekraftige, når de er nærmere det motsatte. Mange selskaper har prøvd å skape et bilde av seg selv som bærekraftig, uten et ønske om faktisk å bidra til å verne miljøet på en positiv måte. Begrepet har vært brukt som en salgsstrategi, for å tiltrekke seg kunder av den yngre generasjonen, som statistisk sett er mer opptatt av å velge bærekraft enn den eldre delen av befolkningen.

Nå har informasjon om bærekraft blitt mye lettere tilgjengelig, noe som bidrar til at kunder i økende grad er bevisste og kunnskapsrike når det kommer til klima og bærekraft. Kritiske kunder vil også bety at bedriftene i større grad blir tvunget til å tilfredsstille det som kreves for å kunne markedsføre noe som klimavennlig. Dette betyr at mange selskaper må redefinere hele verdikjeder og produktmerking for å beholde det som tidligere har hatt en grønn merkelapp.

### Detaljerte regelverk og økt krav

EU utarbeider for øyeblikket et regelverk som skal klassifisere hva som faktisk kan defineres som grønt. Dette vil gjøre at investorer og utlånere kan ta beslutninger basert på et helhetlig standardisert sett med sektorspesifikke kriterier om selskapets miljøpåvirkning.

Mange selskaper som selv tror de er grønne, eller markedsfører seg som grønne, vil ikke leve opp til kravene for hva som faktisk er grønt. De kommende kravene er objektive, og det handler om å være miljøvennlig etter spesifikke definisjoner og kriterier. Disse standardene og kriteriene vil bli grunnlaget for selskapene vi behøver for å nå nullutslippssamfunnet.

Vi beveger oss vekk fra rapportering av den selvkonstruerte storyen om selskapets samfunnsansvar og beveger oss mot en standardisert rapportering av selskapets *faktiske* påvirkning på samfunnet – positiv og negativ. Global



*GRØNNVASKING: Mange selskaper har prøvd å skape et bilde av seg selv som bærekraftig, uten et ønske om faktisk å bidra til å verne miljøet på en positiv måte.*

Reporting Directive har også gjennomført en endring i sitt rammeverk slik at det er blitt større fokus på faktisk klimapåvirkning. Det blir vanskeligere for selskapene å skape sin egen fortelling ved å velge ut temaer som setter dem i et godt lys. De vil da ikke lenger ha muligheten til å grønnvaske seg uten å bli gjennomskuet. Økende krav til bruk av tredjepartverifisering av bærekraftsrapportering vil også gi økt integritet til rapporteringen, noe som reduserer omdømmerisikoen og fjerner risikoen for grønnvasking.

### Dobbel vesentlighet

Investorer, kunder og interesseorganisasjoner setter stadig høyere krav, og dette er bra for de selskapene som er frempå. I tillegg til å rapportere om hvordan et selskap påvirker omverdenen, anbefaler EU at man også rapporterer om opplysninger om bærekraftsrisiko – såkalt dobbel vesentlighet. Hvis negative miljømessige og sosiale forhold eller hendelser oppstår, kan det forårsake vesentlig negativ påvirkning på verdien av et selskap eller en investering. Om vi for eksempel ser på klimarapportering, bør selskaper rapportere om hvilken påvirkning de har på klimaet gjennom egen drift ved for eksempel å rapportere om klimagassut-

slipp. I tillegg bør selskapet rapportere hvordan endrede klimaforhold vil påvirke deres drift og være en risiko i fremtiden.

Selskaper og investorer har begynt å forstå at det er nødvendig å ta hensyn til risikoer knyttet til klimaets påvirkning på selskapet og selskapets påvirkning på klimaet. Risikoen er større for de som ikke henger med på utviklingen. Omdømmerisikoen og kostnaden av negativ medieoppmerksomhet for misvisende praksis kan være skyhøy. Med økt kunnskap om bærekraftsrapportering, økte regulatoriske krav, tredjepartverifiseringer og produktmerkeordninger vil det ikke lenger være like fristende for selskaper å grønnvaske seg, men heller ta steget mot å rapportere faktiske resultater, påvirkning og risiko.

### Er dette stoppen på grønnvasking?

Det kan i alle fall peke mot starten på slutten. Det er fortsatt en jobb å gjøre og en vei å gå. Implementeringen av nye regelverk og prosedyrer vil ta betydelig med tid, men innen 2030 vil vi kunne se en drastisk endring i kravene som stilles til bedrifter, og hvordan bedriftene rapporterer sitt klimaavtrykk. Den nye generasjonen med forbrukere har også høyere forventninger som bedriftene må leve opp til. Dette er med på å gjøre selskaper med en sterk bærekraftsprofil mer attraktive for investorer. Nå som man kan se hvilken retning alt beveger seg i, vil det dermed aldri skade å være foran resten av markedet i en slik endringsprosess. Da kan man velge om man vil risikere selskapets verdi og fremtid på å være treg og henge seg fast i fortidens forsøplede klimavett, eller ta en helomvending til en grønnere tid.