

Revisorforeningen i ny drakt

Ny visuell profil for Revisorforeningen og nytt materiell for omdømmekampanjen ble lansert torsdag 13. april. – Den nye visuelle identiteten med like uttrykk på alle flater er laget for bedre å synliggjøre Revisorforeningen som avsender, sier kommunikasjons- og strategidirektør Cathrine Torp.

Det er vårt identitetsbyrå Bielke & Yang som har utviklet ny logo, fargevalg og stil.

Den nye visuelle identiteten med like uttrykk på alle flater er laget for bedre å synliggjøre Revisorforeningen som avsender, sier Cathrine. Hun legger til at en nylig utført undersøkelse utført av innsikts- og analysebyrået Opinion viser at Revisorforeningen er lite kjent i befolkningen.

– En kjent og tydelig avsenderidentitet gjør det enklere å nå igjennom med budskapene våre i samfunnsdebatten og få en god effekt av omdømmekampanjen. Det var derfor viktig å utvikle en ny visuell identitet og hensiktsmes-

sig å få en ny profil på plass innen materiellfristen for neste steg i omdømmekampanjen, sier hun.

Basert på tre verdier foreningen har utviklet i løpet av høsten – til stede, relevant samt modig har vi kortet ned essensen av hva vi prøver å uttrykke gjennom det visuelle uttrykket; *Overblikket som skaper tillit* – med arbeidstittelen *For di tillit er det mest verdifulle vi har*.

Implementeringen

For å holde kostnadene på et fornuftig nivå har Revisorforeningen valgt en forsiktig lanseringsstrategi hvor nye elementer (logo, farger, fotostil, skrift) i

første omgang vil bli lagt inn på viktige flater som web, og skjemaer i CRM-systemet. Den nye visuelle identiteten er fra 13. april fullt ut implementert i Power point-maler, sosiale kanal-bannere, foto og markedsføring via e-post, opplyser Cathrine.

– En tydelig grafisk profil vil øke kunnskapen om alt Revisorforeningen gjør blant medlemmene og forhåpentligvis bidra til økt tilfredshet med leversansene, legger hun til.

Omdømmekampanjen i 2023

Overskriften på målene for kampanjen i 2023 er å Fortsette å bygge

Opinionsundersøkelsen

Undersøkelsen ble gjennomført i uke 4 og 5 med 2000 fullførte intervjuer i et web-panel med et landsrepresentativt utvalg i alderen 18-67 år. Resultatene er sammenlignet mot samme undersøkelse utført på samme tidspunkt i fjor.

Kjennskap til rollen

- **Kjennskapen** til revisorens arbeid øker og er relativt høy, mens kjennskap til Revisorforeningen er lav; 39 % kjenner godt eller noe til bransjen, mens kun 10 % svarer det samme for Revisorforeningen. 52 % kjenner godt eller noe til

revisors oppgaver, mens 11 % ikke har hørt om hva revisor gjør.

- To av tre mener revisor er et ansvarsfullt yrke. Revisoryrket oppfattes i stor grad som å være et ansvarsfullt yrke. Samtidig er det imidlertid flere som er uenige enn enige (20 %) i at det innebærer interessante oppgaver, og omtrent halvparten mener det er kjedelig.

Revisors samfunnsrolle

- I oppstilling med flere yrkesgrupper og spørsmål om tillit, ser vi en svak, dog statistisk signifikant tilbakegang i tillit for revisorer. 55 %

har stor tillit til revisorer og kun 4 % har liten tillit.

- Det er en utbredt oppfatning at revisor har en nyttig rolle i samfunnet; 61 % mener at revisoryrket er et samfunnsnyttig yrke. Det er en signifikant økning fra i fjor.
- Fire av ti mener revisor bidrar til kvalitet og «gode valg» i næringslivets beslutninger. Det er en signifikant økning i de som mener revisor bidrar til at bedrifter betaler riktig skatt i forhold til tilsvarende undersøkelse i fjor, mens andelen som mener revisor bidrar til ansattes rettighet og det grønne skiftet, faller signifikant.

omdømme – øke kunnskapen og interessen.

Cathrine sier at Revisorforeningen vil være mer synlig også utenom kampanjepulsene. – Vi vil blant annet jobbe med artikler som gir rom for å fortelle mer om dybden i revisors hverdag, oppgaver og samfunnsoppdrag. Kommunikasjonen skal gjøre bransjen og revisorene stolte, sier hun.



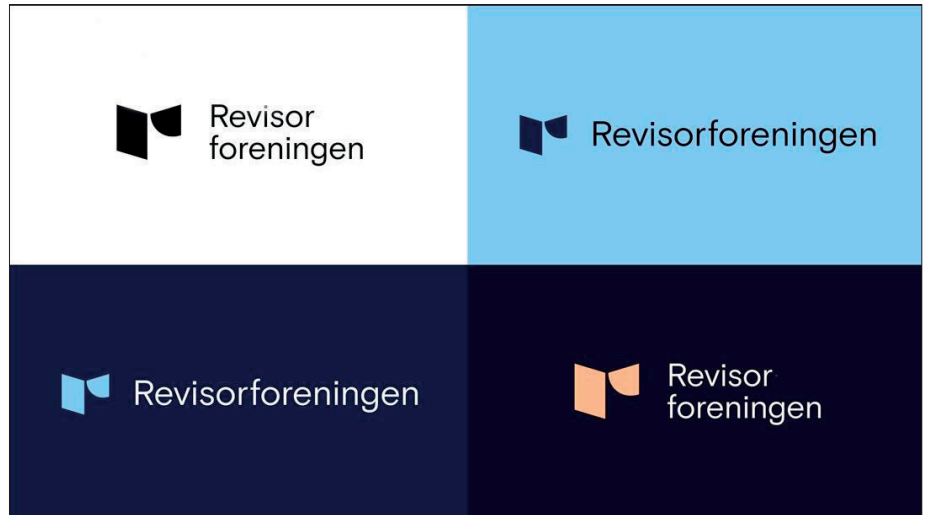
Kommunikasjons- og strategidirektør Cathrine Torp.

Revisorforeningen har valgt en ny samarbeidspartner etter en anbudsrunde blant fire ulike byråer høsten 2022 og valget falt på Sannum & Bergestuen med kreativt team fra Gr&EI.

Bli med på å fremsnakke yrket vårt – del kampanjen

Kampanjen i 2023 vil i større grad bruke ubetalte kanaler. – Det vil gi mer effekt også på det betalte. For å nå frem i ubetalte kanaler (både redaktørstyrte og sosiale medier) kreves nyhetsvinkel, aktualitet og spissing av budskapet samt en kjent avsenderidentitet og en tydelig posisjon. Ubetalt omtale har høyere effekt fordi fortjent omtale har høyere troverdighet. Det vil forsterke den betalte kampanjen og alle andre kommunikasjonstiltak. Økt fortjent omtale vil skape merverdi og over tid redusere behovet for investering i betalte kanaler, sier Cathrine.

Hun poengterer viktigheten av at hele bransjen jobber sammen om å vise hvor gøy og lærerikt det er å jobbe i revisjon. – Vi er ofte ute og møter medlemmer. Tilbakemeldingen er slående – revisorene forteller at de er stolte over jobben de gjør, hverdagen er variert, lærerik og sosial. De opplever at de bidrar til å gjøre kundene sine bedre. Det gir økt gevinst for næringslivet og samfunnet. Samtidig oppgir mange unge at de tror yrket begrenser muligheter, er ensformig og lite sosialt.



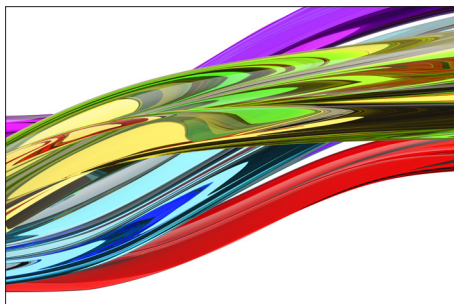
Ny logo sammen med Revisorforeningen



Her har vi en jobb å gjøre – og den må vi gjøre sammen. Omdømmekampanjen er bare en liten del, vi gjør ikke revisors rolle og bidrag til samfunnet kjent med den alene, avslutter Cathrine.

Merverdiavgift på digitale kunstverk

Skattedirektoratet har kommet til at omsetning av digitale kunstverk likevel ikke er avgiftspliktig omsetning av elektroniske tjenester, og dermed er omfattet av unntaket for omsetning av egne kunstverk.



Skattedirektoratet har i fornyet vurdering kommet til at omsetning av digitale kunstverk likevel ikke er avgiftspliktig.

Skattedirektoratet har i fornyet vurdering kommet til at omsetning av digitale kunstverk likevel ikke er avgiftspliktig.

Med digitale kunstverk menes her kunstverk i form av bilder utviklet digitalt, eksempelvis på en datamaskin. Spørsmålet Skattedirektoratet har tatt stilling til er om digitale kunstverk er omfattet av unntaket for «opphaverens omsetning av egne kunstverk og opphavsrett til egne litterære og kunstneriske verk» etter merverdiavgiftsloven (mval.) § 3-7 fjerde ledd.

Skattedirektoratet kommer i fornyet vurdering til at slik omsetning er omfattet av unntaket i mval. § 3-7 fjerde ledd.

Les mer på skatteetaten.no

Kartlegging av samfunnstrender og fremtiden for revisjonspraksiser

De siste par årene har Revisorforeningen samarbeidet med Nord Universitet om forskningsprosjektet [TRANSACT](#). Prosjektet handler kort fortalt om endringer i regnskaps- og revisjonsbransjen og hvordan organisasjoner forbereder seg på fremtiden. For øyeblikket gjennomføres det en spørreundersøkelse som vi håper du har mulighet til å svare på da det vil gi prosjektet verdifull informasjon.

Vi ønsker å forbedre vår forståelse av endringer i regnskaps- og revisjonsbransjen, slik at vi kan bistå dere bedre i fremtiden. Både gjennom mer praksisrelevant forskning og relevante tiltak gjennom bransjeforbund.

Delta i spørreundersøkelsen

Du finner spørreskjema og kan [delta i undersøkelsen her](#). Undersøkelsen er anonym og holdes åpen til 1. mai. Vi tilbyr et gavekort på 300 kroner som belønning til de første 300 medlemmene som svarer.

Merverdiavgift i EU

Alle medlemslandene i EU er undergitt et felles merverdiavgiftsdirektiv. Direktivet har bestemmelser om grensekryssende handel.

EUs merverdiavgiftsreform har ført til endringer for grensekryssende handel.

For e-handel av varer og tjenester til forbrukere i EU gjelder ordningene OSS (One Stop Shop) og IOSS (The

Import One Stop Shop). Ordningene innebærer forenklede registrerings- og rapporteringsløsninger for virksomheter som har omsetning i flere medlemsstater. Avgift skal beregnes med VAT-satsen i kjøpers medlemsstat. Selger rapporterer merverdiavgiften i OSS- eller IOSS-ordningene. Mellom landene skjer det et oppgjør slik at riktig VAT tilføres riktig medlemsstat.

EU-kommisjonen foreslår moderniseringer. Forslagene har til hensikt å:

- gjøre merverdiavgiftssystemet mer egnet for e-handel
- bidra til å bekjempe svindel og forbedre rettferdighet
- redusere administrative byrder
- samlet sett gjøre mva-rapporteringen mer effektiv

Det foreslås bestemmelser for å fremme e-fakturering og bestemmelser som fører til en tilnærmet sanntidsrapportering for grenseoverskridende handel i EU innen 2028.

Ungdommen inntar styrerommet

Ungdommen har inntatt styret i ærverdige Revisorforeningen. – Det skal alltid være minst tre styremedlemmer under 35 år hos oss, sier styreleder Henrik Woxholt.

– Det er stort behov for kompetente medarbeidere i bransjen, og i den sammenheng er det viktig å vise at vi tar de yngre på alvor og gir mulighetene de fortjener til å påvirke utviklingen i



UNGE STYREMEDLEMMER: Siv-Karin Randberg (f.v.), Lene Hjelmæsæth og Lasse Andersen.

I Kapital utgitt 23. mars har Bjørn Henning Grandal skrevet om ungdommene i Revisorforeningens styre og blant annet hvordan de ønsker å være et talerør for de unge og hvordan de ønsker å påvirke utviklingen i bransjen. I det samme intervjuet uttaler Revisorforeningens styreleder Henrik Woxholt at:

bransjen. Ikke minst vil dette være viktig innenfor bærekraft, som er et fagområde som de yngre revisorene er veldig opptatt av, sier Woxholt.

[Artikkelen er gjengitt på www.revisorforeningen.no](https://www.revisorforeningen.no) etter tillatelse fra Kapital.