



Influencers op social media: de fiscus als ongewenste volger?

nieuws

particulieren, Nieuws: finance, legal, profit, 31 juli 2020

Het leven van een influencer. Als we social media geloven is het vooral rozengeur en maneschijn. Het bestaan verpakt in ‘pearly whites’ en trendy kledij. Influencers zijn er in alle vormen en maten. Via diverse social media kanalen proberen zij het koopgedrag van hun volgers te beïnvloeden.

Steeds meer ondernemingen doen beroep op influencers om hun producten of diensten te promoten. Dit kan gaan over bijvoorbeeld restaurants, make-up, zonnebrillen, lingerie of andere kledij. Met hun talrijke volgers op Instagram of YouTube bereiken ze vaak een beter doelpubliek dan via meer traditionele publiciteit. In ruil voor hun inspanningen worden ze betaald, mogen ze de producten houden waarvoor ze promotie maken of kunnen influencers gratis gebruik maken van de door hen aangeprezen diensten.

Wat denkt de fiscus hiervan? Zijn er nog zaken waar een influencer moet aan denken?

Personenbelasting – voordeel alle aard

In antwoord op een parlementaire vraag antwoordt de minister van Financiën dat de producten of de diensten die een influencer ontvangt in ruil voor de geleverde reclamediensten een voordeel alle aard zijn. Dergelijke voordelen kwalificeren als baten en zijn belastbaar als beroepsinkomen in de personenbelasting.

Een influencer die bijvoorbeeld kledij promoot en de geshowde kledij, na de promotie op social media, mag houden, moet dus weten dat dit aanleiding geeft tot een belastbaar voordeel alle aard.

De onderneming die het voordeel heeft verleend mag de kosten voor promotie van de kleding fiscaal als kost aftrekken, mits aangifte van het voordeel in de personenbelasting. Daarom is de onderneming ertoe gehouden om de voordelen op te nemen op de passende fiscale fiche en samenvattende opgave. In geen geval mag de onderneming die het voordeel heeft verleend, kiezen voor de toepassing van een ander belastingstelsel, zoals het opnemen van de kosten onder de verworpen uitgaven.

Indien naast de voordelen in natura toch geldsommen worden uitbetaald kan het fiscaal regime van auteursrechten een interessante optie zijn. Teksten die een influencer schrijft en de beelden die de influencer maakt kunnen eventueel (deels) in auteursrechten worden uitbetaald. Inkomsten uit auteursrechten zijn namelijk gerangschikt onder de roerende inkomsten en zijn binnen bepaalde grenzen belastbaar tegen 15%. Let wel: inkomsten boven de grens van €62.090,00 (voor aanslagjaar 2021) worden meestal belast als beroepsinkomen.

BTW

Uiteraard zijn er ook btw-aspecten verbonden aan de prestaties van de influencers. Een influencer die geregeld op zelfstandige basis dergelijke promotionele dienstprestaties verricht is namelijk een btw-plichtige. Door het veelvuldig en ijverig 'promotioneel' posten op bijvoorbeeld Instagram, zijn de activiteiten ook makkelijk vast te stellen.

Dit impliceert dat heel wat influencers de hoedanigheid van btw-plichtige verkrijgen, waardoor zij zich voor btw-doeleinden moeten identificeren. Het gevolg is dan ook dat de dienstprestaties van een influencer in principe aan btw zijn onderworpen. Hierbij horen verplichtingen, denk maar aan het indienen van periodieke aangiftes en het uitreiken van facturen.

Indien het omzetcijfer van de influencer niet hoger is dan 25.000 euro, kan geopteerd worden voor een bijzonder regime. Dit afwijkende regime laat toe dat men zich niet moet registreren voor btw-doeleinden en er geen indiening van periodieke btw-aangiften is vereist. De consequentie is dat de influencer geen recht heeft op btw-aftrek. Om zich te beroepen op dit bijzonder regime moet de influencer een individuele én voorafgaande toelating van de fiscale administratie verkrijgen.

Sociale en administratieve verplichtingen

Een influencer ontsnapt evenmin aan de verplichting om in orde te zijn met het sociaal statuut.

Als vertrekpunt is het statuut van zelfstandige het meest aangewezen. De keuze tussen zelfstandige in hoofd- of bijberoep zal afhangen van het antwoord op de vraag of er voldoende sociale rechten worden opgebouwd als werknemer of als ambtenaar. Aansluiten bij een sociaal verzekeringsfonds én betalen van sociale bijdragen zijn de opdracht. Daarnaast is een inschrijving noodzakelijk bij de Kruispuntbank voor Ondernemingen. Met tussenkomst van een ondernemingsloket verkrijgt men een ondernemingsnummer (incl. activering van het btw-nummer). Vergeet ook niet dat een zelfstandige influencer een (vereenvoudigde) boekhouding moet voeren.

Is dit 'over the top' dan kan een interimcontract, *i.e.* een tijdelijk arbeidscontract, een oplossing bieden. De prestaties gebeuren dan als werknemer door tussenkomst van een interimbureau. Zodra de opdracht door de influencer is uitgevoerd stuurt het interimbureau een factuur aan de opdrachtgever en het interimbureau betaalt aan de influencer het loon, na aftrek van sociale

bijdragen en belastingen.

Consumentenbescherming

Als influencer is het belangrijk te weten dat Europees en Belgisch consumentenrecht verplicht om reclame steeds als dusdanig herkenbaar te maken. Elke misleiding of het weglaten van informatie die de beslissing van de consument kan beïnvloeden is verboden. De wijze waarop de verwijzing naar reclame moet gebeuren staat niet vast en kan verschillen van land tot land. Denk hierbij aan de verplichte vermelding “commerciële communicatie”, gebruiken van hashtags of mondelinge waarschuwing in video’s.

De Aanbevelingen van de Raad voor de Reclame inzake online influencers gelden voor influencers die een vergoeding ontvangen én waarbij de adverteerder controle heeft over de commerciële communicatie. Zijn beide voorwaarden niet voldaan dan gaat het het eenvoudigweg om een mening die een individu verspreidt via het internet.

Conclusie

Als influencer laat u niet alleen een marketingspoor na, ook de fiscus kan interesse hebben in uw populaire digitale activiteiten. Bovendien zijn er een aantal sociale en administratieve verplichtingen die om de hoek loeren. Het zou nonchalant zijn om de regels inzake consumentenbescherming niet ernstig te nemen. Een verstandige influencer vergeet ook niet dat duidelijke en goede afspraken met de opdrachtgever(s) inzake financiële en commerciële marketingprestaties aangewezen zijn.

Contacteer ons indien u duidelijkheid wenst omtrent uw huidige positie als influencer.



Johan Lemmens *managing partner*
(cko)
j.lemmens@atern.io

Check atern.io/nieuws voor
meer finance, tax en legal
nieuws.

aternio