



Influencers opgelet! Groeiende juridische verantwoordelijkheid van influencers

nieuws

legal, profit, non-profit, particulieren,

19 december 2023

Trouble in influencerland. Onlangs verscheen in de media volgende headliner “Influencer en YouTuber Acid, riskeert boete tot 80.000 euro omdat hij adres niet online zet”. Influencers worden volgens de Belgische en Europese wetgeving gekwalificeerd als ‘ondernemingen’, waardoor zij onderworpen zijn aan diverse verplichtingen uit het economisch en fiscaal recht.

Deze ontwikkeling werpt een onthullend licht op de spanning tussen consumentenbescherming en de privacy van publieke figuren. In dit artikel verschaffen we helderheid over de economische verplichtingen en informeren over recente wijzigingen in het BTW-regime voor influencers.

Kwalificatie als onderneming

Om te kwalificeren als onderneming moet het gaan om een natuurlijke persoon of rechtspersoon die op duurzame wijze een economisch doel nastreeft.

Vertaald naar influencers duidt het begrip ‘economisch doel’ op het aanbieden van goederen of diensten op een bepaalde markt. Influencers verlenen een dienst in de vorm van het plaatsen van reclameberichten voor merken in ruil voor een voordeel. Dit economisch doel wordt op een ‘duurzame’ wijze nagestreefd.

De Europese Commissie benadrukt dat het aantal volgers niet van belang is. Het zijn frequente promotieactiviteiten gericht op consumenten die een influencer tot een onderneming maken. Door de FOD Economie erkende reclamevormen omvatten het delen van kortingscodes en het organiseren van wedstrijden met gratis merkproducten als prijs. Voordelen voor influencers kunnen variëren van kortingen tot gratis producten, uitnodigingen voor evenementen of gratis maaltijden.

Kruispuntbank voor Ondernemingen (KBO)

Ten gevolge van deze kwalificatie als onderneming moet de influencer zich registreren in de KBO en moeten er conform de regels uit boek XII rond het recht van de elektronische

economie van het Wetboek Economisch Recht (WER) bepaalde ondernemingsgegevens kenbaar worden gemaakt op de sociale media pagina's en op de website. Het gaat om:

- het ondernemingsnummer,
- het adres van de onderneming en
- een e-mailadres.

Is een link naar mijn website voldoende?

Omwille van de beperkingen van elk social media kanaal, is het soms minder vanzelfsprekend om bovenstaande gegevens duidelijk te vermelden. De doelstelling van de regeling is om te voorzien dat afnemers van de dienst en de bevoegde autoriteiten gemakkelijk, rechtstreeks en permanent toegang krijgen tot de gegevens. Een link naar een website waar de gegevens vermeld staan, lijkt daarvoor een elegante oplossing maar is dit voldoende?

Noch in de wetgeving, rechtspraak of standpunten van de FOD Economie lijkt hierop een eenduidig antwoord gevonden te kunnen worden. In het kader van de doelstelling van de verplichting, lijkt het ons voldoende dat er een link op de social media pagina's wordt geplaatst naar een website die op een duidelijke manier de vereiste informatie weergeeft.

Wat als het adres van mijn onderneming mijn thuisadres is?

Acid benadrukt dat het publiceren van het thuisadres van een publiek persoon aanzienlijke veiligheidsrisico's en privacykwesties met zich meebrengt. De FOD Economie raadt daarom als oplossing aan gebruik te maken van erkende bedrijvencentra. Door twee vestigingseenheden te registreren, kan de influencer zowel vanuit huis als vanuit het bedrijvencentrum werken, waarbij alleen het adres van het centrum op social media wordt gedeeld.

Echter, deze aanpak is niet volledig waterdicht, aangezien het ondernemingsnummer nog steeds beschikbaar is op social media, waardoor het thuisadres makkelijk te achterhalen is. Voor maximale privacy is het wellicht verstandiger om voor het adres van de onderneming niet het thuisadres te gebruiken.

Welke sancties riskeer ik?

Wanneer uw onderneming niet is geregistreerd in de KBO, brengt dit naast mogelijke strafrechtelijke sancties enkele ernstige gevolgen met zich mee. Bij het indienen van een gerechtelijke vordering is de rechter verplicht om uw verzoek ambtshalve onontvankelijk te verklaren. Het is dus in uw eigen belang om de KBO correct in te vullen.

Daarnaast kan de Economische Inspectie geldboetes opleggen die variëren tussen 100 en 80.000 euro. Het is van cruciaal belang om de registratie in de KBO up-to-date te houden om juridische complicaties en boetes te voorkomen

Reclame

Een ander belangrijk element waar influencers rekening mee moeten houden is de verplichte vermeldingen rond reclame. Kort samengevat dient u rekening te houden met volgende elementen:

- **Voorzie een tag bij uw reclamebericht.** Vermijd tags zoals "collaboration", "sponsored", "partner", "ambassador", "met dank aan", "in opdracht van", evenals afkortingen zoals "recl", "ad", "adv". Gebruik daarentegen door de FOD Economie geaccepteerde labels zoals "reclame", "publiciteit", "advertentie", en maak gebruik van platformlabels zoals het "Betaald Partnerschap"-label van Instagram en het "Bevat betaalde promotie"-label van YouTube.
- **Hou rekening met uw doelpubliek.** Bepaalde groepen zoals kinderen hebben nood aan meer verduidelijking. Let daarbij ook op de taal waarmee u communiceert. Zijn uw boodschappen gericht tot kinderen, gebruik dan de overheersende moedertaal van uw doelpubliek. Het is daarnaast ook verboden om kinderen rechtstreeks aan te zetten om producten te kopen of om hun ouders daartoe te overtuigen. Vermeldingen die niet gebruikt mogen worden zijn "koop nu", "rep je nu naar de winkel voor", "zo wordt jij de coolste van de klas" of "klik nu snel op de kortingscode".
- **Maak duidelijk voor welke onderneming u reclame maakt.** In vele gevallen zal deze verplichting ook blijken uit het contract dat u met de opdrachtgever hebt. De wet vereist echter ook dat u de onderneming waarvoor u reclame maakt, tagt of duidelijk vermeldt.
- **Geef eerlijk uw mening.** Misleidende reclame is verboden, dus als influencer bent u verplicht om eerlijk uw mening te geven en geen valse verwachtingen te creëren.

De vermeldingen moeten op een duidelijke en passende wijze openbaar gemaakt worden, rekening houdend met het medium. De vermelding moet voldoende opvallend zijn om de gemiddelde of kwetsbare consument die de inhoud ontvangt naar behoren te informeren. Dit is bijvoorbeeld niet het geval wanneer de consument moet doorklikken via een knop "meer informatie".

Fiscaliteit: BTW-regime

Naast de verplichtingen uit het economisch recht, zijn influencers ook onderworpen aan de BTW-verplichtingen.

Sinds 2016 bestond er een bijzondere BTW-regeling voor influencers, deze regeling is afgeschaft sinds 1 juli 2023. Volgens de bevoegde minister is het landschap dermate veranderd dat een afwijking niet langer te verantwoorden is (*Vr. en Antw. Kamer 2022-23, nr. 114, 200-202*). De influencersector is sinds 2020 een *booming business* geworden. Het gaat vaak niet langer om studenten die een klein bedrag proberen bij te verdienen maar wel degelijk om professionele influencers.

Ook influencers zijn voortaan dus verplicht om facturen met btw op te stellen en periodieke

btw-aangiften in te dienen. Is hun jaaromzet echter lager dan 25.000 euro, dan is er de optie voor de btw-vrijstellingsregeling voor kleine ondernemingen.

Conclusie

Influencers staan voor een groeiende juridische verantwoordelijkheid, geïllustreerd door de recente zaak van YouTuber en influencer Acid. Gekwalificeerd als ondernemingen volgens Belgische en Europese wetgeving, moeten influencers economische en fiscale verplichtingen nakomen. Het registreren in de KBO en het delen van adresgegevens op sociale media, ondanks privacyzorgen, is verplicht.

Influencers moeten daarnaast rekening houden met de verplichte reclamevermeldingen, zoals duidelijke tags bij berichten en het vermijden van vage termen zoals "*collaboration*". Het is van essentieel belang om transparant te zijn over gesponsorde inhoud en eerlijke meningen te delen, terwijl specifieke aandacht moet worden besteed aan doelpublieken zoals kinderen. Tot slot is het belangrijk om de fiscale regelgeving in het oog te houden.

Als influencer hou je best goed in de gaten aan welke verplichtingen je onderworpen bent. Via het Content Creator Protocol van de Vlaamse Overheid kan je alvast handige tips vinden, die je verder op weg kunnen helpen.



Silke Rogiers *advisor legal*
s.rogiers@atern.io

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

aternio