

INFLUENCERS INCOME, TAX TREATMENT

VENITUL INFLUENCERILOR, TRATAMENTUL FISCAL

BIVOL Mihai, student, specialitatea: Contabilitate

Academia de Studii Economice din Moldova,

Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

e-mail: mihaibivol10@gmail.com

Abstract: In the contemporary digital world, influencers represent a powerful force, capturing the attention of the masses on social platforms such as YouTube, Instagram, or blogs. These content creators, with thousands or even millions of followers, leverage their charisma and expertise to shape opinions and behaviors. In exchange for this influence, they generate income from a variety of sources, including product promotion, brand partnerships, sponsored content, and affiliate marketing. Additionally, they may develop and sell their own products, organize events, or receive donations from followers. However, with the rise in influencer income comes tax responsibility. According to the Tax Code, influencers are required to declare and pay taxes on their earnings. These tax obligations vary depending on the influencer's status and the type of collaborations they have with brands. Ignoring tax obligations can lead to serious consequences, including legal sanctions and financial penalties. Therefore, it is essential for influencers to manage their income and fulfill their tax responsibilities properly. Adopting a responsible approach and complying with the legal requirements associated with online earnings is crucial for building a successful career in the digital environment and avoiding long-term tax issues.

Keywords: influencer, declaration, tax, income, regulations

JEL CLASSIFICATION: M40, M41

INTRODUCERE

Un influencer este o persoană cu o audiție considerabilă pe diverse platforme sociale, având mii sau milioane de urmăritori. Ei produc și distribuie o gamă variată de conținut, inclusiv fotografii, videoclipuri și alte materiale, având abilitatea de a influența în mod semnificativ urmăritorii lor. Sunt priviți ca lideri de opinie, caracterizați prin carismă, autoritate, responsabilitate și capacitatea de a convinge. Principala lor activitate constă în promovarea produselor și a mărcilor în schimbul unei compensații. Influencerii sunt activi pe diverse rețele sociale, precum Facebook, YouTube, Instagram, Twitter, TikTok și devin puncte de referință în domenii precum modă, călătorii, fitness etc., construindu-și astfel o reputație online.

Astfel, în această cercetare, autorul și-a propus să examineze principalele surse de venit ale influencerilor, precum și modul de impozitare a veniturilor obținute de către aceștia;

CONȚINUTUL DE BAZĂ

În cadrul elaborării cercetării științifice, autorul a examinat o serie de acte normative, printre care se numără: Codul Civil nr. 1107 din 06.06.2002, Legea nr. 135 din 14.06.2007 privind societățile cu răspundere limitată, Legea nr. 34/2024 privind efectuarea decontărilor în numerar, Legea nr. 845 din 03.01.1992 cu privire la antreprenoriat și întreprinderi, Legea nr. 287 din 15.12.2017 privind contabilitatea și raportarea financiară, Standardele Naționale de Contabilitate, Codul fiscal nr. 1163 din 24.04.1997, precum și alte acte normative relevante pentru subiectul cercetării. De asemenea, s-a realizat un studiu și al articolelor publicate de către autorii autohtoni în revistele de specialitate.

Pentru realizarea acestui articol s-au analizat mai multe studii și cercetări în domeniu. Cercetarea noastră implică observarea obiectivă, raționamentul profesional și verificarea, cu scopul de a reprezenta evenimentele într-o perioadă finită de timp.

Printre principalele surse de venit ale influencerilor se enumeră:

- *Plăți pentru promovarea produselor și serviciilor.* Influencerii pot primi plăți pentru promovarea diferitelor produse și servicii pe platformele lor de social media. Aceștia pot prezenta și recomanda anumite produse sau mărci prin postări, stories sau videoclipuri;
- *Parteneriate cu branduri.* Influencerii pot încheia parteneriate cu diverse branduri pentru promovarea pe termen lung a produselor acestora. Aceste colaborări pot implica plăți pentru fiecare postare sau pot include și alte beneficii, cum ar fi produse gratuite sau reduceri pentru următorii cumpărători;
- *Conținut sponsorizat.* Influencerii pot crea conținut sponsorizat pentru branduri sau agenții de publicitate. Acest conținut poate fi sub formă de videoclipuri, articole sau alte tipuri de postări care sunt plătite de către branduri pentru a promova mesajul lor;
- *Affiliate marketing.* Prin intermediul programelor de afiliere, influencerii pot câștiga comisioane pentru fiecare vânzare sau acțiune generată de către urmăritorii lor. Acest lucru presupune adesea parteneriate cu platforme de comerț electronic sau alte branduri care oferă programe de afiliere;
- *Crearea și vânzarea de produse proprii.* Unii influenceri pot dezvolta propriile produse sau linii de produse, cum ar fi îmbrăcăminte, cosmetice sau accesorii, pe care le pot vinde urmăritorilor lor;
- *Abonamente și donații.* Pe anumite platforme, influencerii pot obține venituri din abonamentele plătite de urmăritori pentru a accesa conținut exclusiv sau prin donații directe de la urmăritori;
- *Consultanță și colaborări profesionale.* Influencerii pot oferi servicii de consultanță în domeniile lor de expertiză sau pot colabora cu alte companii pentru proiecte specifice.

Conform Codului Fiscal, nu există o definiție clară pentru termenul de influencer. Însă, în general, aceștia sunt considerați persoane fizice conform art. 13, alin. 3, litera a) al Codului Fiscal. De asemenea, conform articolului 18, litera c) din Codul Fiscal, veniturile impozabile includ plățile pentru serviciile prestate, cum ar fi promovarea, către diverse categorii de clienți.

Din punct de vedere fiscal, influencerii online pot presta servicii de promovare pentru următoarele categorii de clienți:

- 1) Persoane fizice rezidente ce nu practică activitatea de întreprinzător
- 2) Persoane fizice și juridice rezidente ce practică activitatea de întreprinzător
- 3) Persoane fizice și juridice nerezidente

Conform art. 83 din Codul Fiscal, influencerii sunt obligați să declare veniturile obținute din activități, precum reclamă, promovare sau publicitate și să plătească impozitul pe venit din acestea. Declararea veniturilor se face prin intermediul *Declarației persoanei fizice privind impozitul pe venit (forma CET 18)*, iar termenul limită pentru depunerea acesteia este **30 aprilie a anului următor celui în care s-au obținut veniturile**. Veniturile provenite din activitatea de influencer se includ în categoria "Alte venituri impozabile" din declarația respectivă.

Potrivit art. 33, alin. (1) din Codul Fiscal, fiecare contribuabil (inclusiv, influencerii în calitate de persoane fizice rezidente) care obține un venit anual impozabil mai mic de 360 000 de lei, cu excepția anumitor venituri, are dreptul la o scutire personală în sumă de 27 000 de lei pentru anul 2024. De asemenea, conform art. 35, alin. (1) Cod Fiscal, influencerii au dreptul la o scutire în sumă de 9 000 de lei pentru anul 2024 pentru fiecare persoană întreținută.

În ceea ce privește impozitele, influencerii platesc impozit pe venit în mărime de 12% din venitul anual impozabil conform art. 15, litera a) din Codul Fiscal.

Venitul impozabil se determină în baza următoarei relații matematice:

$$\text{Venitul impozabil} = \text{Venitul brut} - \text{Scutiri} - \text{Deduceri}$$

Impozitul pe venit se calculează, astfel:

$$\text{Impozitul pe venit} = \text{Venitul impozabil} * 12\%$$

În continuare, autorul va ilustra modul de impozitare a veniturilor obținute de un influencer – persoană fizică, clientul său fiind, de asemenea, persoană-fizică.

Exemplul 1. Dan este un influencer și deținătorul unei pagini de Instagram cu 350 000 de urmăritori. În 2023, el a primit plăți de la clienții săi, persoane fizice pentru postări publicitare pe care le-a făcut pe Instagram, în sumă totală de 350 000 de lei. Dan nu are copii și nu este căsătorit.

Pentru a determina suma impozitului care urmează a fi achitată de către influencer, se vor parcurge următoarele calcule:

- Determinarea venitului impozabil:

$$\text{Venitul impozabil} = 350\,000 - 27\,000 = 323\,000 \text{ lei}$$

- Reflectarea calcului impozitului pe venit:

$$\text{Impozit pe venit} = 323\,000 \cdot 12\% = 38\,760 \text{ lei}$$

Astfel, suma impozitului pe venit care urmează a fi achitată de către influencer în condițiile descrise reprezintă 38 760 lei.

În momentul în care, un influencer - persoană fizică, colaborează cu o companie, există două posibilități în ceea ce privește statutul său:

1) *Influencerul poate fi considerat angajat al companiei-client*, ceea ce înseamnă că se încheie un Contract individual de muncă (CIM). În acest caz, influencerul, în calitate de angajat, are dreptul la concediu anual de odihnă, la indemnizație pentru incapacitate temporară de muncă (foaie de boală) și la alte beneficii specifice unei relații de muncă;

2) *Influencerul poate fi considerat prestator de servicii*, ceea ce presupune încheierea unui contract civil (CC).

În ambele cazuri, compania va reține din venitul brut, care urmează a fi achitat influencerului, prime de asigurare medicală (9 % din venitul brut) și impozitul pe venit (12 % din venitul impozabil), iar suplimentar, v-a calcula contribuții de asigurări sociale (24 % din venitul brut).

Respectiv, până în data de **1 martie a anului fiscal imediat** următor celui în care au fost efectuate plățile, compania-client este obligată să prezinte beneficiarului (influencerului) informații privind tipul venitului achitat, suma acestuia, suma scutirilor acordate conform art. 33-35 CF, suma deducerilor prevăzute la art. 36 alin. (6) și (7) CF, precum și suma impozitului reținut în cazul reținerii (conform art. 92, alin. (4), CF).

În continuare, autorul va ilustra modul de impozitare a veniturilor obținute de un influencer – persoană fizică, clientul său fiind, persoană-juridică (companie).

Exemplul 2. Andrei Spiridon, un influencer cunoscut pentru conținutul său online, a semnat cu SC IUVAS. S.R.L. un contract de promovare a unui brand de haine. Pe parcursul anului 2023, SC IUVAS. S.R.L. a virat suma brută de 250 000 de lei pentru serviciile prestate de Andrei. Acesta a beneficiat de scutire personală și nu a înregistrat alte venituri în acel an.

Pentru a determina suma impozitului care urmează a fi achitată de către influencer, se vor parcurge următoarele calcule:

- Calcularea primelor de asigurare medicală:

$$\text{PAM, 9\%} = \text{Venitul brut} \times 9\% = 250\,000 \cdot 9\% = 22\,500 \text{ lei};$$

- Determinarea venitului impozabil:

$$\text{Venitul impozabil} = 250\,000 - 27\,000 - 22\,500 = 200\,500 \text{ lei, unde } 27\,000 \text{ lei} - \text{reprezintă suma scutirii personale pentru anul 2023};$$

- Calcularea impozitului pe venit:

$$\text{Impozit pe venit} = 200\,500 \times 12\% = 24\,060 \text{ lei.}$$

Astfel, suma impozitului pe venit care urmează a fi achitată de către influencer în condițiile descrise reprezintă 24 060 lei.

Conform art. 13, alin. (1), lit. b) din CF, subiecți ai impunerii sunt persoanele fizice rezidente cetățeni ai RM care nu desfășoară activitate de întreprinzător și pe parcursul perioadei fiscale obțin venituri impozabile din orice surse aflate în Republica Moldova și din orice surse aflate în afara Republicii Moldova pentru activitatea lor în Republica Moldova (veniturile încasate de influencer de la compania-client din străinătate, de exemplu pentru reclamă plătită pe YouTube).

CONCLUZIE

În concluzie, veniturile influencerilor provin dintr-o gamă variată de surse, inclusiv promovarea produselor, parteneriatele cu branduri și conținutul sponsorizat, reflectând potențialul lor de a câștiga sume semnificative. Totuși, este esențial ca aceștia să fie conștienți de obligațiile lor fiscale și să declare corect și să achite impozitele corespunzătoare. Ignorarea acestor responsabilități poate conduce la probleme legale și financiare, deoarece autoritățile fiscale acordă o atenție tot mai mare veniturilor din mediul online. Pentru a construi o carieră online de succes și a evita problemele legate de fiscalitate, influencerii ar trebui să adopte o atitudine responsabilă, respectând întotdeauna cerințele legale și morale în ceea ce privește veniturile obținute.

BIBLIOGRAFIE

1. *Codul Fiscal: nr. 1163-XIII din 24.04.1997*. Disponibil [online]: <http://www.lex.md/fisc/codfiscaltxtro.htm>
2. *Legea contabilității și raportării financiare, nr. 287 din 15-12-2017*. În Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr. 1-6, art. 22. Disponibil [online]: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=136356&lang=ro#
3. *Legea nr. 135 din 14.06.2007 privind societățile cu răspundere limitată*. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova din: 17.08.2007, Nr. 127-130. Disponibil [online]: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=138260&lang=ro#
4. *Legea privind efectuarea decontărilor în numerar și pentru modificarea unor acte normative Nr. 34 din 29-02-2024*. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova din 01.03.2024, Nr. 86-88. https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=142089&lang=ro;
5. JIZDAN, A. Impozitarea bloggerilor, vloggerilor și influencerilor. Disponibil [online]: <https://monitorul.fisc.md/expert/impozitarea-bloggerilor-vloggerilor-si-influencerilor.html/>
6. Cum fac bani influencerii și creatorii de conținut. Disponibil [online]: <https://worldofdigital.ro/cum-fac-bani-influencerii-si-creatorii-de-continut-in-2023/>
7. Cum se impozitează venitul obținut de freelancer, blogger/vlogger/influencer din prestarea serviciilor contra plată persoanei fizice care nu desfășoară activitatea de întreprinzător? Disponibil [online]: <https://sfs.md/ro/intrebare-baza-de-date-generalizare/56#2971>
8. Taxele și influencerii. Disponibil [online]: <https://pro-active.md/revista/taxe-si-influenceri/>

Coordonator științific: CARAMAN STELA, asist. univ.

Academia de Studii Economice din Moldova,
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md

Telefon: + 37369136050

e-mail: caraman@ase.md