

De fiscale saga van de 'kosten van onthaal' en de 'publiciteitskosten'

Kosten van onthaal versus publiciteitskosten – even schetsen :

Kosten met betrekking tot het onthaal van bezoekers in een onderneming vallen inzake directe belastingen onder de receptiekosten. Receptiekosten zijn slechts voor 50 % aftrekbaar (art 53, 8 WIB). De BTW op kosten van onthaal zijn volgens artikel 45, §3, 3° WBTW niet aftrekbaar.

Publiciteitskosten daarentegen zijn inzake directe belastingen aan te merken als algemene kosten en zijn volledig aftrekbaar. De BTW op publiciteitskosten valt eveneens onder de algemene aftrekregeling en is dus voor 100 % aftrekbaar.

Onthaalkosten kunnen publiciteitskosten zijn.

Al enige tijd worstelt men in de fiscale wereld met de vraag of de BTW op onthaalkosten, gemaakt bij de organisatie van een publicitair evenement, al dan niet aftrekbaar is. Gelet op het feit dat bij een publicitair evenement al de gemaakte kosten een zelfde doel hebben, met name de verkoop bevorderen, is het onderscheid tussen onthaalkosten en publiciteitskosten niet altijd even gemakkelijk te maken, en zelfs kunstmatig ... volgens recente rechtspraak.

Inderdaad, het Hof van Cassatie besliste reeds in 2005 in het befaamde 'Mediaxis-arrest' dat als kosten van onthaal kunnen aangemerkt worden : de kosten gedaan voor onthaal en ontvangst, desgevallend gepaard gaand met vermaak of ontspanning, van aan het bedrijf vreemde bezoekers, inzonderheid klanten en leveranciers, met het oog op het bestendigen of verstevigen van zakelijke relaties. Het Hof stelde verder dat wanneer de betrokken activiteit 'hoofdzakelijk en rechtstreeks tot doel heeft de eindkoper in te lichten over het bestaan en de hoedanigheden van een product of dienst met de bedoeling de verkoop ervan te bevorderen, zij een reclame is waarvan de kosten niet van aftrek uitgesloten zijn'.

Met andere woorden, indien de activiteit erop gericht is om :

- hoofdzakelijk en rechtstreeks de eindkoper in te lichten
- over het bestaan en de hoedanigheden van een product of dienst
- met de bedoeling de verkoop ervan te bevorderen,

dan hebben we te maken met publiciteitskosten, waarvan de BTW volledig aftrekbaar is.

De fiscale administratie legde zich neer bij deze beslissing, maar maakte uitdrukkelijk voorbehoud voor de kosten van logies, spijzen en dranken. De BTW op deze diensten is op grond van artikel 45, §3, 4° WBTW niet aftrekbaar (behoudens in enkele uitzonderingsgevallen). Het argument was daarbij dat het Hof van Cassatie zich uitgesproken had over de toepassing van artikel 45, §3, 3° WBTW en niet over de toepassing van artikel 45, §3, 4° WBTW. Gevolg was dat de BTW over de restauratiekosten bij publicitaire evenementen niet aftrekbaar was volgens de BTW-Administratie.

Dit standpunt stootte op veel kritiek binnen de fiscale wereld en ook de rechtspraak begon zich hierbij aan te sluiten.

Het Hof van Cassatie heeft dit vraagstuk recent beslecht. In een arrest van 11 maart 2010 besliste het Hof dat horecakosten die integrerend deel uitmaken van een event en een aansporing vormen om in te gaan op de uitnodiging voor het event, aan te merken zijn als kosten van publiciteit. Bovendien heeft het geen belang dat het event al dan niet gericht is op een 'eindkoper' (term zoals eerst gebruikt in het arrest van 2005). Het mag dus ook gericht zijn op een potentiële koper.

De BTW betaald over de horecakosten bij een dergelijk publicitair evenement, is derhalve aan te merken als publiciteitskosten, en is volledig aftrekbaar.

Kan dit succesverhaal ineens doorgetrokken worden tot de directe belastingen ?

M.a.w. zijn onthaal- en horecakosten die in het kader van BTW-regeling als publiciteitskosten aan te merken zijn, dat ook voor de toepassing van de directe belastingen ? Kan hier zomaar een parallel getrokken worden ?

Recente literatuur wijst op enige voorzichtigheid.

Het Hof van Beroep van Antwerpen besliste in een arrest van 19 januari 2010 dat kosten gemaakt voor de huur van tafels, stoelen, springkasteel, enz ... in het kader van een opendeurdag aan te merken zijn als receptiekosten en dergelijke kosten zijn slechts voor 50 % fiscaal aftrekbaar (artikel 53,8 WIB).

Een vergelijkbaar standpunt was al eerder ingenomen door de Minister van Financiën, in een antwoord op een parlementaire vraag van volksvertegenwoordiger Carl Devlies (Parlementaire vraag van 11 januari 2008). Volksvertegenwoordiger Carl Devlies merkte op dat het hanteren van twee verschillende definities van reclamekosten niet mogelijk is in het kader van behoorlijk administratief bestuur, zeker in het kader van een A.O.I.F.-controle. Maar de minister deelt die opvatting niet.

De verschillende benadering is, aldus de minister, te verantwoorden door de verschillende aard van beide belastingen. De minister benadrukte dat wat voor de ene belasting geldt, niet noodzakelijkerwijze ook voor de andere geldt. In de BTW-wetgeving zijn kosten van onthaal alle kosten die een BTW-belastingplichtige aangaat in het kader van public relations, ontvangst en vermaak van aan het bedrijf vreemde personen, waarvan het recht op aftrek uitgesloten is op grond van artikel 45, § 3, 4° van het BTW-Wetboek. De uitsluiting vindt haar verantwoording in artikel 176, eerste lid van de BTW-Richtlijn 2006/112 van 28 november 2006. Deze Richtlijn is niet toepasselijk inzake inkomstenbelastingen. In antwoord op een mondelinge vraag van kamerlid Chabot, benadrukte staatssecretaris Jamar in 2005 dat deze richtlijn niet toepasselijk is inzake inkomstenbelastingen, en derhalve niet kan worden ingeroepen om de 50 %-beperking te ontlopen.

In de inkomstenbelastingen worden 'receptiekosten' omschreven als de kosten die een belastingplichtige maakt in het kader van zijn externe relaties voor de ontvangst van derden. Hiermee worden inzonderheid de kosten beoogd die verbonden zijn aan de ontvangst van mogelijke leveranciers of klanten, zakenrelaties en andere personen die de belastingplichtige in eigen lokalen of elders ontvangt. Het betreft ondermeer de kosten van maaltijden, snacks, versnaperingen, dranken, rookartikelen, bloemen e.d.

De minister erkent dat de definities van receptiekosten en kosten van onthaal in grote lijnen gelijklopen.

Maar desalniettemin worden de kosten van onthaal in de BTW uitgesloten van de BTW-aftrek, terwijl de receptiekosten op het vlak van de inkomstenbelastingen in de regel een strikt professioneel karakter hebben, en dan ook ten dele aftrekbaar zijn als beroepskosten. Het Mediaxis-arrest heeft de kosten van onthaal die ondergeschikt zijn aan het publicitaire doel wel als uitgaven met een professioneel karakter bestempeld waardoor zij wel in aanmerking komen voor BTW-aftrek onder de noemer 'publiciteitskosten'. De minister weigert evenwel de lijn door te trekken naar de inkomstenbelastingen.

Conclusie : een parallel kan niet zomaar getrokken worden, of m.a.w. één mooie vogel maakt de lente nog niet ... (maar het helpt wel).

Kosten van business-seats zijn publiciteitskosten

De Rechtbank van Eerste Aanleg te Hasselt heeft recent nogmaals bevestigd dat de huur van business-seats in het voetbal geen kosten van onthaal, maar publiciteitskosten zijn (Rb. Hasselt, 1 oktober 2009). De daarop verschuldigde BTW is dan ook integraal aftrekbaar. De rechter verwijst naar de administratieve beslissingen van 7 en 10 juli 1989, E.T. 63.540 (BTW Revue, nr. 88/11/89, 433), waarbij de uitgaven met betrekking tot het gebruik van business-seats en loges niet als kosten van onthaal maar als publiciteitskosten worden aangemerkt voor zover de onderneming door middel van die business-seats en loges onder één of andere vorm publiciteit maakt.

Maar voor de kosten die verband houden met het gebruik van de seats, is het een ander verhaal. Het betreft dan hoofdzakelijk kosten van dranken, restaurantkosten, snacks, versnaperingen, etc. Op een parlementaire vraag van 11 januari 2006, antwoordde de Minister van Financiën dat inzake BTW deze kosten moeten aangemerkt worden als kosten van onthaal waarvan de BTW niet aftrekbaar is.

Vraag is nu of deze kwalificatie kan gehandhaafd blijven in het licht van hoger vermelde cassatierechtspraak.

Inzake directe belastingen zijn kosten met betrekking tot sponsoring en huur van loges of business-seats in sportstadia aftrekbaar voor 100 % als publiciteitskosten. De kosten moeten een normaal karakter hebben en de vereiste bewijsstukken moeten kunnen worden voorgelegd.

De administratieve commentaar bevestigt dat de bedragen die een belastingplichtige aan reclame of publiciteit voor zijn zaak besteedt, aftrekbare beroepskosten zijn indien de voorwaarden van artikel 49 WIB vervuld zijn (COM IB, nr. 52/205). In geval er twijfel bestaat over een kwalificatie als publiciteitskosten dan wel als Liberaliteiten, zal de administratie aan de hand van de feitelijke gegevens moeten oordelen of de gedane uitgaven bijdragen tot de bloei van de zaak, door het geven van een grotere ruchtbaarheid of om haar activiteiten in een gunstig daglicht te plaatsen bij het publiek (COM IB, nr. 52/206).

De kosten die verband houden met het gebruik van de seats zijn slechts gedeeltelijk aftrekbaar enerzijds als receptiekosten en anderzijds als restaurantkosten. Receptiekosten zijn slechts voor 50 % aftrekbaar. Restaurantkosten zijn voor 69 % aftrekbaar.