



Influenceur, nouveau métier du web. Quel statut professionnel ?



15/10/2020

Ces dernières années, la toile a vu se développer une nouvelle catégorie de travailleurs appelés «influenceurs». Qu'ils soient bloggeurs, instagrammeurs, youtubeurs ou tiktokeurs, tous ont appris à s'adapter à l'évolution de notre société plus numérique que jamais.

Tu aimerais te lancer le défi d'être à ton tour influenceur et tu te questionnes sur le statut professionnel ? Tu es simplement curieux d'en savoir un peu plus sur ce job ? Tu es pile au bon endroit !



Qui sont-ils ?

Bien souvent simples «lambdas» à leurs débuts, les influenceurs sont des pros de la création de contenu en continu. En plus de cela, ils maintiennent une relation de confiance avec leurs abonnés, qui se retrouvent en eux et boivent leurs paroles.

Les entreprises l'ont très bien compris elles-aussi et se tournent à présent vers ce marketing d'influence pour rendre indispensable leur marchandise en les promouvant, auprès d'un public ciblé, à travers les posts sponsorisés (ou non) de ces personnes influentes sur le web.

Statut indépendant

En te lançant en tant qu'influenceur, tu seras sous le statut d'indépendant. Tu devras donc réaliser un certain nombre de démarches, à savoir : ouvrir un compte à vue professionnel, t'inscrire à la Banque-Carrefour des Entreprises, obtenir un numéro de TVA et t'affilier à l'INASTI.

Sois vigilant au fait qu'il te faudra payer chaque trimestre une certaine somme d'argent appelée cotisations sociales. Tu dois donc gagner suffisamment d'argent pour pouvoir maintenir cette activité à flot. De nombreuses aides sont cependant fournies aux jeunes indépendants.

Mineur et influenceur

Pour avoir le statut d'indépendant, il te faut nécessairement être majeur. La loi est d'ailleurs très stricte concernant le travail des mineurs et malheureusement, la question du statut des mineurs influenceurs n'a pas encore été réglée légalement en Belgique. Tu peux toutefois essayer de demander une dérogation au Contrôle des Lois Sociales si tu te trouves dans cette situation mais cela ne te confèrera pas un statut pour autant. Si tu obtiens cette dérogation, sache que tes revenus ne peuvent pas dépasser un certain montant et que tu devras déclarer ces revenus comme tout autre travailleur.

Il existe un cas dans lequel tu peux être considéré comme majeur sans l'être : si tu es émancipé. Dans ce cas, tu peux donc avoir accès au statut d'indépendant.

Revenus

Il est difficile de savoir exactement combien tu peux gagner en tant qu'influenceur. Tout dépend bien sûr de ta notoriété, et cela peut en conséquence atteindre des sommes assez impressionnantes pour les plus connus !

Pour te donner un exemple, les influenceurs ayant plus d'une centaine de milliers de followers peuvent gagner pour chaque post entre 400 et 600 €. Mais en règle générale, un contrat peut te rapporter environ entre 150 et 200 €.

Règles à respecter

Ce n'est pas tout de parler de sa vie et de présenter des produits, les influenceurs doivent également respecter certaines règles qui se retrouvent dans les «recommandations du Conseil de la Publicité en matière d'influenceurs en ligne».

Ces recommandations ne s'imposent que lorsqu'il s'agit de «marketing d'influence». Pour cela, deux conditions doivent être remplies :

- Une contrepartie doit exister, qui peut être en argent ou en nature (don d'un produit pendant une certaine période, invitation à participer à un voyage,...) ;
- L'annonceur doit exercer un contrôle sur l'influenceur. Cela signifie que ce dernier ne peut être totalement libre quant au message qu'il transmet à ses abonnés sur le produit qu'il présente. À partir du moment où la marque doit donner son approbation sur ce message ou qu'elle rédige elle-même celui-ci, la communication sera dite «commerciale».

Par exemple : une youtubeuse passionnée par les produits de beauté reçoit un échantillon gratuit de mascara. Elle le teste et poste une vidéo d'elle. Doit-elle respecter les recommandations ? Non si elle souhaite simplement partager son expérience personnelle tout en restant libre du message qu'elle communique à ses followers. Il en ira différemment s'il existe un accord avec la marque et que celle-ci lui impose de ne faire que des commentaires positifs.

Transparence vis-à-vis des abonnés

Lorsqu'il procède à la promotion d'un produit, l'influenceur doit préciser à ses abonnés qu'il s'agit de communications commerciales. Il doit le faire d'une manière suffisamment compréhensible pour ses abonnés et doit en outre leur donner des informations correctes.

Attention, si l'influenceur se présente comme un simple consommateur alors qu'il agit dans le cadre d'une activité professionnelle et qu'il ne précise pas qu'il s'agit d'une communication commerciale, il est susceptible d'être sanctionné par la justice.

Sources

LexGo.be
Site du Jury d'Ethique Publicitaire