

#1 - 30 MAI 2022

## LES ENFANTS DANS LES CAMPAGNES D'INFLUENCE : EST-CE LÉGAL ? DOIVENT-ILS ÊTRE PAYÉS ? ET PAR QUI ? LE DROIT APPLICABLE AU CAS PAR CAS

### Un vide juridique ? Really ?!

Comme à chaque fois qu'une pratique sociale non professionnelle se répand et devient un nouveau marché commercial fructueux, le spectre de l'énigmatique « vide juridique » plane dans les esprits et vient ouvrir la voie à toutes les rives et dérives. Et pourtant, la nouvelle sera bonne ou mauvaise selon le lecteur, mais il n'y a aucun vide juridique face à ces questions.

D'une part, des évolutions législatives « récentes » (Loi n°2020-1266 du 19 octobre 2020 + ses 1<sup>ers</sup> décrets du 28 avril 2022 et bientôt les suivants sur les seuils d'application) sont venues spécifiquement encadrer certaines pratiques désormais usuelles de recours à l'image d'enfants dans les contenus des Influenceurs. D'autre part, le droit n'est pas si mal fait que ça : quand il n'y a pas de droit spécial pour une situation, il y a toujours le droit « de base », dit droit commun. Donc, désolés pour les aficionados du vide, la nature en a horreur et le droit encore plus, donc pas de « *loopholes* » pour les enfants du marketing d'influence.

**En effet, il existe désormais 4 régimes juridiques applicables aux enfants de moins de 16 ans, décrits ci-dessous, qui trouvent à s'appliquer dans divers cas concrets que nous vous présenterons semaine après semaine dans nos fiches ALWAYS ON YOUR SIDE.**

### 1. À CHAQUE CAS SON RÉGIME JURIDIQUE

Régime juridique =>	A -Enfant Mannequin	B- Enfant Sujet principal de vidéos de marketing d'influence	C- L'usage de l'image de l'enfant dans une vidéo en ligne importante en durée ou en recettes	D- Autres usages de l'image l'enfant
Scope des textes	L'enfant est chargé de présenter au public, directement ou indirectement par reproduction de son image sur tout support visuel ou audiovisuel, un produit, un service ou un message publicitaire ;	L'enfant est engagé ou produit par une société qui réalise des vidéos dont le sujet principal est un enfant pour diffusion à titre lucratif sur un service de plateforme de partage de vidéos	L'image de l'enfant comme le sujet principal est diffusée sur un service de plateforme de partage de vidéos	Autres usages de l'image d'un enfant
Fondement	L.7124-1 3° Code du Travail	L.7124-1 5°Code du Travail	Art 3 Loi 2020	Droit Commun
Responsable	Employeur	Employeur	Représentants légaux	Représentants légaux
Forme contractuelle obligatoire	Oui – Contrat de travail	Oui – Contrat de travail	Non	Non
Démarches préalables obligatoires	Autorisation + certificat médical (avec aménagements via agence de mannequins L.7124-4)	Agreement	Déclaration	Non
Convention collective nationale applicable	CCN du Mannequinat si embauche par agence de mannequins, sinon CCN de l'employeur	CCN de l'employeur	Non	Non

Restrictions du temps et conditions de travail	Oui L.7124-6 à -8	Oui L.7124-6 à 8	Recommandations similaires	Pas de « travail » possible
Conditions de rémunération et Retenue Caisse des dépôts et consignations	Oui L.7124-9 à -12	Oui L.7124-9 à -12	Oui Art.3 II-4°	Libre

## 2. CAS CONCRET #1 **GASPARD, 6 ANS, FILS D'INFLUENCEUR, APPARAÎT DANS SES REELS SPONSORISÉS POUR UNE MARQUE DE PÂTES.**

Mise en situation : vous êtes influenceur, créateur de contenu et parent de Gaspard. Une agence de marketing vous commande des contenus et leurs diffusions sur vos réseaux dans le cadre d'une campagne de marketing qu'elle réalise pour une marque de pâtes :

1. Le brief transmis par l'agence demande expressément à ce que Gaspard figure dans vos stories pour cette campagne. Mercredi lors du dîner, vous demandez donc à Gaspard de manger ses pâtes avec joie, de sourire à votre iPhone et d'avoir l'air de se régaler. C'est dans la boîte, vous apposez le nom de pâtes sur votre vidéo et votre reel pour cette campagne est fait. **Verdict : Gaspard a travaillé. Il est Mannequin (A). Qui est son employeur ? Vous, car vous dirigez Gaspard dans sa prestation et êtes responsable de la production de ce contenu publicitaire à livrer à l'agence.**
2. Le vendeur de pâtes n'a pas demandé à ce que Gaspard figure dans vos stories, mais Gaspard est trop mignon et adore les pâtes en plus, vous décidez de votre propre chef de demander à Gaspard de vous aider à préparer les pâtes, de les goûter et de dire à la caméra qu'elles sont délicieuses. Il rate d'ailleurs une ou deux fois et vous retournez la scène : « Gaspard, mets-y un peu du tien s'il te plaît ! ». **Verdict : Gaspard a travaillé. Il est Mannequin (A). Qui est son employeur ? Vous, pour les mêmes raisons qu'au point 1.**
3. Personne ne demande rien à Gaspard, spécialement pour cette campagne de pâtes. Mais vous vous avez déjà en stock des tonnes de vidéos, que vous avez fait faire antérieurement à Gaspard dans pleins de contextes différents pour les utiliser dans vos contenus sponsorisés. Tiens, vous en avez justement une avec Gaspard qui mange des pâtes, ce ne sont pas celles de cette marque en question mais elle illustre bien le sujet. Vous l'utilisez pour cette campagne. **Verdict : Gaspard a travaillé. Il est Sujet principal d'une vidéo destinée au marketing d'influence (B). Qui est son employeur ? Vous, car vous êtes responsable de la production de ce contenu publicitaire à livrer à l'agence et vous avez dirigé Gaspard dans ses prestations pour réaliser ces vidéos dont le sujet principal est un enfant de moins de seize ans, en vue d'une diffusion à titre lucratif sur les réseaux.**
4. Cette bibliothèque de vidéos de Gaspard, ça prend du temps à réaliser, et vous n'avez pas le temps. Vous confiez cela à une agence de contenus, ils réalisent pour vous des tonnes de vidéos de Gaspard à la plage, Gaspard à la montagne, Gaspard à l'école. Ensuite, en fonction des commandes que l'on vous passe et du sujet de la campagne, vous mettez la vidéo de Gaspard à la plage pour sponsoriser des maillots de bain, de Gaspard à l'école pour sponsoriser des cahiers, etc. **Verdict : Gaspard a travaillé. Il est Sujet principal d'une vidéo destinée au marketing d'influence (B). Qui est son employeur ? L'agence de contenus que vous avez payé pour diriger Gaspard pour réaliser ces vidéos et produire ces contenus.**
5. Le brief, c'est vous, les pâtes, une cuisine et c'est tout. Vous n'aviez pas l'intention d'y faire figurer Gaspard, mais il entre dans la cuisine au moment où vous enregistrez votre reel (ou story photos), vous coupez la parole et parle une minute entière de ces pâtes qu'il adore. Ça vous plaît, vous incrustez le nom des pâtes et en faites votre reel. **Verdict : Gaspard n'a pas travaillé mais vos utilisations de ce reel ou story photos vous rapportent beaucoup d'argent, ou le nombre ou la durée des contenus sont importants, Gaspard est protégé par le régime *ad hoc* de l'article 3 de la loi de 2020 (C). Qui doit le déclarer et suivre ces directives ? Vous, le représentant légal de Gaspard.**
6. Même scénario qu'au 5), mais cette fois la campagne vous a rapporté 3 clous ou c'est une vidéo isolée qui dure 30 secondes. **Verdict : Gaspard n'a pas travaillé. Vous n'avez rien à faire, mais si quelqu'un veut utiliser cette image de Gaspard à des fins publicitaires, ou non, il lui faudra votre accord en tant que parent de Gaspard (D).**

On vous l'avait dit, ce n'est pas si compliqué !

À votre service,

**SIDE** Avocats,

#Influenceurs #Réseaux sociaux #Travail des enfants #SideAvocats #Simplicité

