

Blogueurs, Gamers, Youtubeurs, instagrameurs et influenceurs : quand les nouveaux médias font vivre de nouveaux professionnels

N°13.1 | nov. 2018 (1ère Partie)

Ces activités sont nées avec l'avènement des nouveaux media. Qu'ont-elles de commun ? De nombreuses choses :

- *Ce sont des activités récentes, en plein essor, mal définies et aux frontières floues,*
- *Ce sont des activités qui peuvent générer énormément d'argent, nécessiter l'emploi de salariés,*
- *Ce sont des activités polyvalentes : commerciales ou libérales, droit d'auteurs, production audiovisuelle, événementiel,*
- *Ce sont des activités dont les revenus proviennent de maints réseaux différents.*

Mais surtout, ce sont des activités pour lesquelles il n'existe pas de structure propre !



Après avoir défini ce que sont réellement ces activités, nous tenterons d'apporter des solutions sur les structures à adopter en fonction des conditions dans lesquelles elles s'exercent.

I. Comment définir ces nouvelles activités ou professions ?

A. Blogueurs

Si un blog est une page personnelle qui comporte des avis, des liens et des chroniques ... le blogueur est celui qui l'alimente.

Il en est souvent à l'origine et monétise son travail soit par la perception de revenus publicitaires directs sur le site, soit par la publication de billets de blog sponsorisés.

On trouve ainsi de nombreux blogs sur la mode, sur l'alimentation, les sorties culturelles...

Certains blogueurs sont de véritables vedettes qui touchent des millions de personnes et perçoivent des sommes conséquentes.

La problématique de leur statut - au départ désintéressés, puis uniquement « libéraux » - c'est que désormais les blogueurs emploient des salariés, organisent des événements, écrivent des ouvrages, sont payés pour participer à des émissions radio ou de télévision....

B. Gamers

Le gamer est un joueur de jeu vidéo.... mais celui qui nous intéresse ici, est le pro-gamer joueur professionnel et qui, à ce titre, monnaie son travail.

En effet, le pgm (pro gamer master) perçoit une rémunération contre un sponsoring imposant des contraintes et des objectifs à obtenir dans différents tournois.

Mais le gamer peut aussi tester de futurs jeux, alimenter un blog ou participer à une campagne publicitaire où son droit à l'image sera utilisé.



C. Youtubeurs

Le youtubeur produit des vidéos dans lequel il apparaît et qui sont diffusées sur YouTube.

Si certains le font de façon désintéressée, une nouvelle « race » de youtubeurs se révèlent être de véritables producteurs audiovisuels qui perçoivent des revenus de la plateforme mais également sous forme de sponsoring, de placement de produits. Le youtubeur est souvent un homme de réseau qui alimente en parallèle un blog.

Avec la montée en puissance des tutoriels et autres Mooc, le youtubeur développe ses revenus par d'autres sources.

D. Instagrammeurs

Toucher plus de personnes à l'international sans la barrière linguistique, c'est la proposition de certains blogueurs et influenceurs qui ne travaillent qu'à partir de photos publiées sur Instagram.

Certains sont rémunérés par des marques pour promouvoir un produit ou un service. Pour beaucoup, Instagram n'est que le prolongement de leur blog... mais dans tous les cas, les photos qui sont publiées, doivent respecter les conditions relatives aux droits d'auteurs.

E. Influenceurs

Au travers de ses écrits, il peut influencer sur le mode de consommation d'un produit, d'une marque ou d'un service.

Il est généralement suivi par des milliers de personnes car il est « expert » en son domaine et surtout jouit d'une totale indépendance ou autonomie. Il est parfois assimilé à un journaliste.

Pour qu'une marque soit repérée par un influenceur, elle lui offre cadeaux et échantillons... Attention alors à ce que l'influenceur ne soit pas influencé !

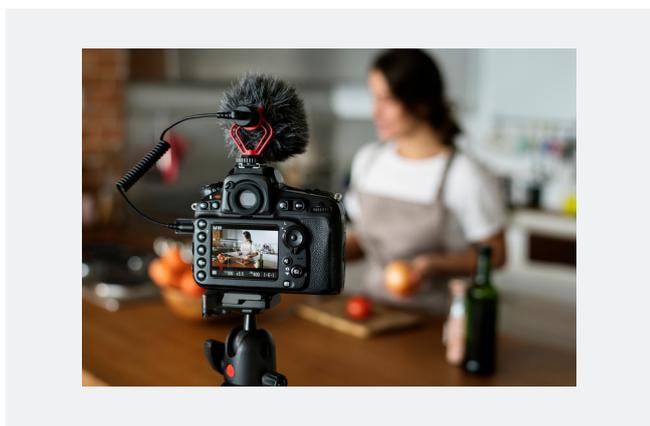
Pour monnayer son travail, l'influenceur devra donc trouver d'autres sources comme tenir un blog...



Blogueurs, Gamers, Youtubeurs, instagrameurs et influenceurs : quand les nouveaux médias font vivre de nouveaux professionnels

N°13.2 | nov. 2018

(2ème Partie)



II. Quel statut choisir pour exercer ces activités ?

Nous devrions plutôt dire « quels statuts » tant la variation des sources de revenus ne permettra pas de concentrer tout sous une même entité.

Dans la majorité des cas, je conseillerai de constituer une société commerciale de type SARL ou SAS qui réunira la possibilité de :

- percevoir toutes les sources de revenus car la vente de prestations publicitaires relève d'une activité commerciale,
- organiser des événements ou de produire des vidéos en employant des salariés voire des intermittents du spectacle,
- optimiser ses revenus entre rémunérations et dividendes,
- limiter les risques en cas de dépôt de bilan,
- gérer ses droits à l'image en en confiant le mandat à sa propre structure.

Entre la Sarl et la SAS, le choix se portera selon certains critères :

D'un point de vue social

- Le gérant de la Sarl relève de l'Urssaf avec des cotisations de l'ordre de 43 % et apporte une très grande souplesse sur les variations de rémunérations,
- Le Président de la SAS relève du régime général de la Sécurité Sociale avec des fiches de paye mais des charges sociales à hauteur de 75 %.

D'un point de vue investisseurs

- La Sarl est assez rigide dans son fonctionnement et sa direction,
- La SAS permet de faire « venir » des investisseurs en créant une distorsion entre le pouvoir de l'argent et le pouvoir de direction (pacte d'actionnaires).

Pour le reste, les deux structures sont en tous points semblables.

Pour l'écriture d'ouvrages, les revenus relèveront des droits d'auteurs. Le professionnel aura alors le choix de déclarer ses revenus en Traitements et Salaires ou en Bénéfices Non Commerciaux.

Ayant déjà la possibilité de déduire les frais sur son autre structure, il est préférable alors de déclarer ses droits d'auteurs en Traitements et Salaires.

Lors d'interventions à la radio, la télévision ou sur des événements, il lui sera proposé, en règle générale, un salaire.

Il sera plus profitable alors de préférer une facturation mais l'administration « appréciera » en contrepartie que le dirigeant se rémunère sur la structure.

L'intérêt de cette solution est de n'avoir qu'une seule catégorie de rémunérations simplifiant ainsi les reconstructions de carrière lors du départ en retraite.

Dernière possibilité de structure s'il n'y a ni droit d'auteur, ni emploi de salariés, ni production, mais seulement du conseil : se mettre en profession libérale catégorie BNC relevant de l'Urssaf.

Il sera alors possible de percevoir des commissions publicitaires mais pas véritablement de vendre de la publicité qui relève d'une activité commerciale.

Conclusion

Blogueurs, Gamers, Youtubeurs, instagrameurs et influenceurs sont très similaires de par leurs activités et leurs complémentarités. Il n'est pas rare que ce professionnel exerce plusieurs de ces activités simultanément.

Pour toutes ces raisons, les problématiques juridiques, fiscales et comptables sont relativement simples. L'important réside surtout dans la délimitation des activités et l'affectation des revenus selon les différentes catégories fiscales.

En cas de doute, n'hésitez pas à contacter le cabinet Com'Com, spécialiste de la comptabilité et de la fiscalité des agences de publicité et des métiers des nouveaux médias. Il saura vous conseiller et vous accompagner.

