

Kidfluencing : travail des enfants ou jeu ?



Dr iur. Bruno Glaus
Avocat, membre
du Conseil
d'administration
mediatonic sa

Dr iur. Bruno Glaus est avocat à Uznach (www.glaus.com). Il a publié plusieurs ouvrages spécialisés dans son domaine de prédilection, le droit de l'art et de la publicité.

Aujourd'hui, le projet « Gugus Dada » serait beaucoup plus critiqué.

Le kidfluencing a débarqué en Suisse. On estime que plus de 200 pères et mères proposent leurs enfants pour des partenariats publicitaires. Le projet artistique « Gugus Dada », créé en 2004 à l'occasion de la réouverture du « Cabaret Voltaire », la Maison Dada de Zurich, a été le précurseur de cette tendance. Un petit retour en arrière s'impose.

Le kidfluencing est devenu un sujet médiatique: «Joues-tu encore ou es-tu déjà rentable?», titrait tout récemment «Annabelle ». Le magazine rappelle que des enfants posent de temps à autre sur Instagram pour la boutique de chaussures Dosenbach ou que des enfants ont joué au memory pour Ifolor et d'autres encore ont fait des dessins pour Ikea. Aux États-Unis, les kidfluencers pèsent aujourd'hui des millions sur les réseaux sociaux. En tête de ce mouvement, on trouve les sœurs Fisher, qui possèdent leur propre plateforme de réseau social. Rémunérées pour leurs partenariats publicitaires, elles sont suivies par plusieurs millions de followers. La Suisse n'en est pas encore là. Parce que les marchés sont plus petits, mais aussi pour des raisons culturelles: «En Europe du Nord, la vie privée est plus importante qu'aux États-Unis», explique dans «Annabelle» Anja Lapcevic, qui représente l'agence d'influenceurs «Kingfluencers». «Aux États-Unis, tu nais avec un compte.»

C'est bien en Suisse que l'enfant Dada «Dada Kim» est né avec un compte il y a une vingtaine d'années. Pendant plus de dix ans, il a fait partie d'un projet artistique qui préfigurait la controverse actuelle autour du kidfluencing. En quoi ce projet consistait-il? «Nous offrons 10000 francs à votre enfant si vous l'appellez Dada!» C'est avec cette offre que le duo d'artistes com&com avait fait la promotion en 2004 de la réouverture du «Cabaret Voltaire», la Maison Dada de Zurich, après sa rénovation. Une jeune femme enceinte remporta le gros lot et empocha l'argent. En contrepartie, elle s'engageait à enregistrer son enfant sous le

nom de «Dada» au registre de l'état civil (ce qui fut accepté!). Elle devait aussi régulièrement partager publiquement la vie de son enfant avant et après sa naissance. Pendant des mois et des années, des échographies du fœtus en développement et des photos du nouveau-né ont été publiées sur le site web du projet (www.comcom.art).

Il était prévisible qu'une telle opération de promotion provoquerait une vague d'indignations (voir lien ci-dessous). L'UNICEF ne tarda pas à s'exprimer. Avec un flegme amusé, Nick Hayek, principal sponsor de la nouvelle Maison Dada, se dit surpris que l'UNICEF elle-même se préoccupe d'un tel «pseudo-problème». Si l'ancien maire de Zurich Elmar Ledergerber ne prit pas ses distances, il déclara qu'il n'aurait pas voulu faire cela à son enfant. Une historienne et un historien de l'art qualifièrent le projet de «ready-made humain génial» et «d'inoffensif». Le juriste, qui écrit ces lignes en sa qualité de «spécialiste du droit de l'art», affirmait à l'époque que la démarche n'était «pas contraire au droit», mais «à la limite de la légalité». Je renvoyais alors aux nombreuses publicités d'associations caritatives mettant en scène des visages d'enfants rayonnants et souffrants à des fins publicitaires – le plus souvent sans les rémunérer.

S'agit-il d'un «pseudo-problème», comme l'avait écrit Nick Hayek à l'UNICEF? Avec l'éclairage d'aujourd'hui, le projet «Gugus Dada» serait beaucoup plus critiqué qu'il ne le fut à l'époque. Je tiens tout d'abord à souligner que, dans les publicités classiques, les enfants restent généralement anonymes, alors que leur identité est pleinement dévoilée dans les médias sociaux. L'atteinte à la vie privée d'un enfant y est beaucoup plus grave dans

En Suisse, plus de 200 pères et mères transforment aujourd'hui leurs enfants en kidfluencers.

ce second cas, même lorsque la publicité transite par le compte des parents et non pas par un canal propre à l'enfant. En Suisse, plus de 200 pères et mères transforment pourtant aujourd'hui leurs enfants en kidfluencers. Pour la plupart, les profits sont petits, à l'image du marché suisse. Les organisations de protection de l'enfance parlent cependant de «travail et de maltraitance des enfants».

Selon l'avocate pour enfants Rita Jedelhauser, le kidfluencing est particulièrement problématique lorsque les enfants sont photographiés ou filmés dans leur domaine le plus privé, c'est-à-dire leur chambre. Elle ajoute: «Plus l'enfant est jeune, plus le devoir de protection des parents est grand. On ne peut pas dire 'Mon enfant, mon droit', on doit dire 'Mon enfant, ma responsabilité'». Les parents ont le devoir de protéger les droits les plus personnels de l'enfant. À qui appartient l'argent ? À l'enfant. Selon le Coogan Act, une loi américaine, l'argent appartient à l'enfant, mais les parents peuvent gérer 85% des sommes perçues – et, pourquoi pas, acheter une maison pour le bien de

leur progéniture. Roland Rosenstock, théologien et spécialiste de la pédagogie des médias, compare le kidfluencing au sport de haut niveau chez les enfants: «Dans ce domaine également, il y a des parents ambitieux, une certaine part de commercialisation et une mise en scène médiatique».

Et qu'en est-il de l'enfant Dada de 2004? Selon Marcus Gossolt, co-auteur du projet «Gugus Dada», celui-ci s'est déroulé paisiblement. Durant les premières années, les deux artistes ont joué le rôle de parrains à l'occasion des anniversaires. Aujourd'hui, ils laissent «Dada Kim» décider si et dans quelle mesure il souhaite renouer avec le partenariat publicitaire et sortir de l'anonymat.

Lien vers la controverse : www.youtube.com/watch?v=tlxCBEnCDns ou recherche Google avec les termes «youtube Gugus Dada»



«Gugus Dada»: L'art conceptuel justifie-t-il l'intrusion dans la vie privée hautement personnelle de l'enfant ?

