

Communiqué de presse  
Paris, le 26 mars 2020

**Influence Marketing :  
Reech élabore un outil pour aider les influenceurs et les marques à y voir plus  
clair sur leurs droits en termes d'exploitation de contenus**

Séduites par les contenus créés par les influenceurs lors des campagnes dédiées, les marques sont de plus en plus nombreuses à souhaiter utiliser ces derniers pour leurs supports de communication : bannières, catalogues, sites web ou encore PLV. Ces contenus ont l'avantage d'être créatifs et déjà performants sur les réseaux : les utiliser leur permet de lisser les coûts de création.

Mais céder les droits sur ces supports nécessite de les prendre en compte dès la contractualisation ou doit entraîner un nouvel accord entre les parties. Et la grille de tarifs inhérente à la cession des droits sur ces contenus reste pour les influenceurs, comme pour les marques, encore difficile à fixer.

C'est pour permettre aux influenceurs de faire valoir leurs contenus, et aux marques, de mieux cerner la légalité et les tarifs relatifs à leur exploitation que **Reech a élaboré un pense-bête des droits de la propriété intellectuelle**. Cet outil est un support d'aide à la négociation tarifaire pour chacune des parties.

*Les tarifs indiqués dans ce pense-bête sont les tarifs nets influenceurs, hors potentiels frais d'accompagnement par un agent ou une agence (et autres frais annexes).*

*“Le marketing d'influence a permis aux annonceurs de découvrir de nouvelles façons de produire du contenu, cependant ce dernier doit pouvoir bénéficier des mêmes règles tant juridiques que tarifaires que les contenus de communication dits « classiques ». Véritable support d'aide à la lecture des droits, ce pense bête a pour objectif d'aider les créateurs dans la tarification de ces contenus lorsqu'ils sont utilisés en dehors des réseaux sociaux”, commente Guillaume DOKI-THONON, co-fondateur de Reech.*

[Le pense-bête des Droits de la propriété intellectuelle est gratuit et en libre accès](#)

**A propos de Reech**

Entreprise experte du marketing d'influence. Grâce à sa technologie propriétaire couplée à l'expertise de ses 60 collaborateurs, Reech construit l'écosystème d'influence des marques qu'elle accompagne telles que Kellogg's, Cultura, Unilever, Givenchy ou encore Schneider Electric. Créée en 2015 par Guillaume & Maxime Doki-Thonon, Reech est présente à Paris et à Madrid.

**Contacts Presse**

**24 Mai Conseil**

Sophie Schmierer - sophie.schmierer@24maiconseil.fr - 06 60 79 36 26

**Reech**

Caroline Matz - caroline@reech.com - 06 98 43 12 46