

Vente en réseau et risque d'emprise

Nos associations sont régulièrement contactées par des familles dont l'un des membres s'est lancé dans une activité de vente en réseau. Qu'il s'agisse de cosmétiques, de proposition de régime, de téléphonie, de produits d'entretien, de vêtements, d'objets de décoration, le principe est toujours le même. Il s'agit de présenter le produit à des personnes qui l'achèteront et sont susceptibles de devenir des vendeurs, vendeurs qui recruteront à leur tour. Chaque participant recevra une commission en fonction de ses propres ventes, du nombre de vendeurs recrutés et de l'étendue de son réseau. Les gains annoncés sont exceptionnels, mais il y a loin du rêve à la réalité. Obsédés par un profit qui tarde à venir, certains participants en viennent à ne plus vivre que pour leur société. On peut alors parler de risque d'emprise. Comment le système se met-il en place et peut-il conduire à des dérives ?

Une proposition séduisante

Visiter les sites internet de nombre de ces « entreprises » ne peut que séduire : visages épanouis, sourires éclatants, groupes que l'on devine chaleureux, arguments mettant en avant la liberté du futur distributeur, de la future conseillère. À en croire ces présentations, celui qui s'engage ne travaillera que le temps qu'il voudra - à son rythme -, choisira un revenu souhaité qui pourra augmenter de façon substantielle et régulière s'il le désire. Il fera ainsi de nouvelles connaissances enrichissantes. L'argumentaire porte également sur la santé, le bien-être, l'épanouissement, la qualité de la vie, la protection de l'environnement...

Cette forme de vente se fait également sur invitation, chaque recrue potentielle étant amenée par un « parrain », un proche ou un ami qui a parlé d'une expérience exceptionnelle. Au cours de la réunion, les animateurs insistent sur l'opportunité offerte, la progression quasi mathématique des revenus, illustrant leurs propos de preuves de réussite matérielle : piscine, voitures de marque... Les animateurs ont toutes les réponses aux éventuelles questions de l'invité. Qui refuserait d'améliorer ses revenus, la situation de sa famille, de mener une vie

plus épanouie ? Et puis, il peut être bien difficile de décevoir la confiance du « parrain » qui lui a fait l'honneur de le présenter à son « réseau ».

Certains s'engagent alors en ayant l'impression de devenir travailleurs indépendants.

Un engagement progressif

Cet engagement ne repose en réalité sur aucun contrat de travail ni contrat commercial. Il n'y a ni cotisations sociales, ni couverture maladie, ni cotisation retraite, ni remboursement des frais engagés. Au début, les choses se passent plutôt bien. Dans la plupart des cas, c'est la famille et l'entourage amical qui forment la première clientèle et permettent un premier bénéfice encourageant. S'il s'agit d'une personne au chômage qui pense retrouver une activité, chacun souhaite l'aider.

Mais le système repose sur le recrutement de nouveaux membres (qui recruteront à leur tour) et le cercle des connaissances n'est pas infini. Il faut alors déployer une forme d'agressivité commerciale que tout le monde ne possède pas. Une autre difficulté est liée à la nature du produit à promouvoir. S'il s'agit, par exemple, de produits d'entretien ou de cosmétiques, les clients achèteront régulièrement, mais s'il s'agit de produits non consommables (bijoux, objets de décoration, téléphonie...) les clients, une fois équipés, n'achèteront plus.

Assez rapidement, si l'on désire atteindre les résultats et les gains que le recruteur a fait miroiter, il faut consacrer de plus en plus de temps à la recherche de nouvelles cibles. Dans de nombreux cas, il faudra également acheter des ouvrages et des DVD censés permettre l'amélioration des performances, suivre des séminaires, des réunions de soutien. En réalité, ces rencontres ont pour but d'intégrer rapidement -puis de maintenir- le vendeur dans le réseau.

C'est ici que peut apparaître le risque d'emprise car certaines de ces entreprises se sont présentées en offrant une nouvelle vision du monde, un monde « *qui comblera toutes vos attentes, même celles qui vous sont encore inconnues...* ».

Quelques mois après le démarrage de l'activité, les revenus risquent de stagner car, malgré les promesses, le système n'est pas extensible à l'infini et

seuls les créateurs de réseau en tirent des revenus substantiels. La motivation peut laisser place à la frustration, un engagement plus intensif paraît alors le moyen d'atteindre la situation promise. On note souvent une sorte d'aveuglement qui va se heurter à l'incompréhension de l'entourage. Mais la personne engagée remet rarement le système en cause car elle pense que c'est d'elle que vient l'échec.

Une culpabilisation sournoise

Un tel engagement requiert enthousiasme, sens du contact, énergie, investissement important mais, à lire les forums internet, ce qui apparaît le plus souvent c'est une culpabilisation de ceux qui n'y arrivent pas. Les internautes leur reprochent de « ne pas y croire avec assez de conviction », de ne pas y consacrer assez de temps, bref de douter. Ainsi, certains qui avaient choisi cet engagement alors qu'ils étaient déjà en situation précaire, abandonnent-ils sur un nouveau constat d'échec. Ils sont amenés à se dévaloriser alors qu'ils se sont fait manipuler.

Prudence...

Dans son rapport 2007, la Miviludes¹ avait déjà pointé les risques de dérives sectaires inhérents aux réseaux de vente multi-niveaux. On le voit, ce type de proposition doit être envisagé avec circonspection, une activité de vente en réseau pouvant présenter des risques :

▮ risque de dévalorisation de la personne

▮ risque financier

▮ risque d'une captation de l'individu vivant dans un « autre monde », celui de son réseau. Il pourra alors se couper de son entourage, lequel voit la manipulation mais dont l'inquiétude n'est pas entendue. La rupture peut aller parfois jusqu'au divorce.

¹ Mission Interministérielle de Vigilance et de Lutte contre les Dérives Sectaires. Rapport au Premier ministre 2007 (p71-81).

