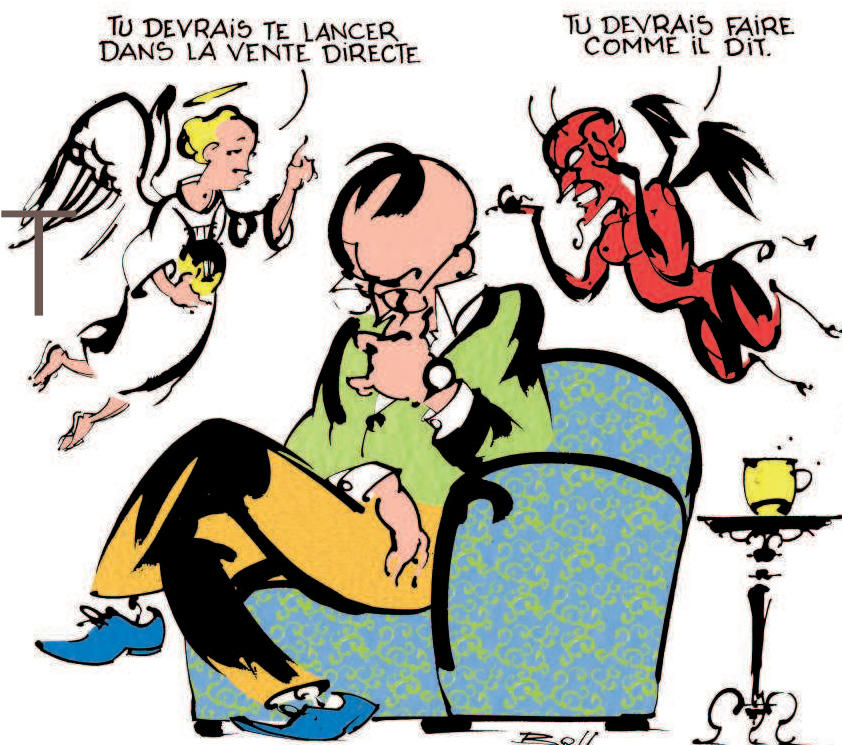


VENTE MULTINIVEAU

COMMENT NE PAS TOMBER DE HAUT



Des milliers de Français tentent le pari de la vente directe. Boîtes pour la conservation des aliments, produits de beauté, vêtements ou matériel de bricolage: les opportunités sont nombreuses. Les chances de faire fortune, un peu moins. Décryptage de cette activité mal connue et souvent confondue à tort avec les systèmes pyramidaux.

Leurs petites entreprises ne connaissent pas la crise. En 2010, alors que le chômage explosait en France (+ 5,30% sur un an), la Fédération de la vente directe (FVD) signait un accord avec le ministère de l'Emploi, avec un objectif ambitieux: 100 000 créations d'emploi sur trois ans. Présomptueux? Même pas: la première année, 39 200 emplois ont déjà été créés. La barre des 75 000 devrait être franchie fin 2012. Le terreau est fertile: le chiffre d'affaires du secteur de la vente directe, de 3,7 milliards d'euros en France en 2009, progresse en moyenne

En France, le chiffre d'affaires de la vente directe progresse en moyenne de 6% par an

de 6% par an. Il comprend les entreprises qui commercialisent directement leurs produits vers le particulier, grâce à un réseau de professionnels (les fabricants de fenêtres ou d'adoucisseurs d'eau, par exemple), celles dont les commerciaux pratiquent la vente en réunion (à l'image d'Yves Rocher) et enfin les sociétés de vente multiniveau, où tout acheteur est un vendeur potentiel.

➤ La vente multiniveau mode d'emploi

La vente multiniveau (également appelée *Multi-level marketing* (MLM) en anglais ou encore marketing de réseau...) désigne une structure de vente dans laquelle les distributeurs peuvent « parrainer » (en clair, recruter) de nouveaux vendeurs en se rémunérant en partie par une commission prélevée sur les ventes de leurs « filleuls ». Cette forme de distribution a été popularisée dès les années 1950 par l'entreprise américaine Tupperware. Aujourd'hui, les grands noms du secteur se nomment Avon (9,3 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2011) et Natura. Autant d'entreprises florissantes,

SUR LE NET, DANGER À TOUS LES NIVEAUX

« Depuis deux ou trois ans, il y a une démultiplication des systèmes illicites sur Internet, alerte Marie Taillard, de la répression des fraudes (DGCCRF). Nos cyberenquêteurs y sont particulièrement attentifs ». Des sociétés fictives de vente directe aux dirigeants fantômes et aux adresses invisibles ou domiciliées dans des paradis fiscaux, se montent régulièrement sur la Toile. Or, la Fédération de la vente directe et la DGCCRF rappellent que « la vente directe ne peut se faire qu'en face à face ».

dont on ne voit pas les publicités à la télévision : cette méthode de vente élimine ce type de frais onéreux en lui substituant le bouche-à-oreille, gratuit ! Ces sociétés sont aujourd'hui plusieurs centaines en France. « Elles représentent 15 à 20 % de nos 4 000 entreprises adhérentes », précise Jacques Cosnefroy, délégué général de la Fédération de la vente directe. Les distributeurs ont pour mission principale de vendre directement un produit au consommateur final, en porte-à-porte, à domicile ou en réunion. Ils touchent alors une commission sur chacune des ventes. La particularité du multiniveau, c'est qu'il est possible pour les vendeurs de parrainer d'autres personnes – en général des acheteurs convaincus par le produit – pour qu'ils deviennent eux-mêmes vendeurs. « C'est une sorte de délégation de recrutement : l'entreprise confie à ses vendeurs la responsabilité de recruter les autres distributeurs et de les former, explique un spécialiste du secteur. La commission qu'il touche alors sur les ventes de son filleul sert à le rétribuer pour la formation qu'il lui a attribuée. »

Si le filleul recrute à son tour d'autres distributeurs, le premier parrain peut toucher une commission (plus réduite) sur leur chiffre d'affaires, d'où le terme de vente « *multiniveau* ». Le nombre de niveaux sur lequel s'effectue la rémunération varie en fonction de chaque entreprise. Certaines ne rémunèrent que sur un niveau, d'autres sur plusieurs. Il n'y a pas de limite légale... mais plus les niveaux sont nombreux, plus la commission additionnelle est faible. En moyenne, les entreprises reversent 60 à 70 % de leur chiffre d'affaires en commissions sur le réseau. Elles parviennent néanmoins à être rentables en éliminant tout frais de publicité, de formation, de locaux...

› **Un vrai travail, mais des gains modestes**

Le fait de recruter un filleul ne peut pas être rémunéré : la commission ne peut se faire que sur le chiffre d'affaires de ce dernier. Car le but de l'entreprise est de vendre ses produits. C'est là tout l'enjeu du statut de parrain : si le filleul n'est pas formé correctement, il vendra peu, voire pas du tout et ne générera ni chiffre d'affaires, ni

commission. Recruter un filleul nécessite donc un investissement personnel très important : il faut le former, le soutenir, le motiver... Ce qui représente un véritable travail de chef d'équipe, qui n'est pas à la portée de tous.

Mais un bon réseau doit permettre à ses vendeurs de vivre exclusivement de l'activité de vente. « Il est primordial que dans un MLM, le vendeur ait la possibilité, s'il le souhaite, de rester simplement vendeur, sans être obligé d'en parrainer d'autres », prévient Jacques Cosnefroy. En général, les commissions se situent entre 25 et 35 % du prix du produit, certaines allant jusqu'à 40 %. « Ceci dit, une commission de 15 % sur un produit très facile à vendre peut permettre d'engranger plus de revenus qu'une commission de 40 % sur un produit difficile à placer », précise Sylvie C., « réseautrice » depuis trois ans.

Oubliez néanmoins les promesses du genre « gagnez 5 000 € par mois en travaillant deux heures par jour ! ». Un vendeur à plein temps peut espérer gagner le Smic. Mais en ne travaillant qu'un ou deux jours par semaine, vous ne dépasserez guère les 400 € par mois.

Le chiffre d'affaires annuel moyen réalisé par un vendeur à domicile exerçant à titre occasionnel en 2010 s'élevait à 6 030 €, selon la fédération européenne des associations de vente directe (Seldia). Il s'agit donc davantage d'un complément de revenu, « où le but est surtout de se faire plaisir », témoigne Sylvie C.

Les seniors arrivent d'ailleurs en nombre sur ce secteur : en plus de compléter leur retraite, la vente directe leur apporte un supplément de convivialité et de socialisation. Les vendeurs – des femmes, à 77 % – sont 90 % à pratiquer la vente multiniveau à temps partiel.

Plus révélateur encore : il est communément admis que 97 % des personnes qui se lancent dans la vente multiniveau abandonnent rapidement. Un chiffre dû sans doute aux promesses d'argent facile, qui se heurtent à la réalité du travail. Pour Jacques Cosnefroy, il s'explique aussi par le fait que, plus que dans n'importe quel autre secteur, n'importe qui peut tenter sa chance : « 80 % des vendeurs n'avaient jamais été formés au commerce auparavant ! C'est donc une chance pour eux. Quant à ceux qui réussissent à gagner leur vie, il n'est pas rare qu'ils se dirigent ensuite vers l'entreprenariat ».

Multiniveau ne veut pas dire pyramidal

Tous les « réseauteurs » peuvent en témoigner : « On passe un temps fou à essayer de convaincre les clients que le multiniveau n'est pas un système pyramidal ». Car, si le « Multi level marketing » est parfaitement légal, les systèmes pyramidaux, eux, sont interdits « dans tous les pays », précise Jacques Cosnefroy, de la Fédération de la vente directe. En France, l'article L 122-6 du code de la consommation interdit « le fait de proposer à une personne de collecter des adhésions ou de s'inscrire sur une liste en exigeant d'elle le versement d'une contrepartie quelconque et en lui faisant espérer des gains financiers résultant d'une progression du nombre de personnes recrutées ou inscrites plutôt que de la vente, de la fourniture ou de la consommation de biens ou services ». En clair, les systèmes pyramidaux, aussi appelés « roues d'abondance » consistent à toucher une rémunération sur le recrutement des membres, qui doivent verser un droit d'entrée. À eux ensuite de recruter d'autres membres, pour rembourser leur mise de départ et en théorie, faire un bénéfice. En pratique, le système s'arrête rapidement et les derniers entrants perdent leur mise. En effet, si chaque participant doit recruter deux personnes, au bout de trente paliers le nombre de membres qu'il faudrait recruter dé-

Dans la vente pyramidale, les nouveaux membres s'acquittent d'un droit d'entrée

passerait... celui de la population du globe ! « Dans la vente pyramidale, il n'y a pas de produit à vendre, résume Loïc Landrau, journaliste de *Vente Directe TV*. Le profit de l'entreprise provient seulement du recrutement de nouveaux membres, qui s'acquittent d'un droit d'entrée en entrant dans le réseau. Le recruteur direct touche une partie de cette somme, l'autre étant distribuée à la chaîne de recruteurs qui se trouve en haut de la pyramide ». La diffé-

rence fondamentale entre la vente multiniveau et la vente pyramidale est la présence d'un produit ou service à vendre.

> Les vrais du faux

Pour tenter de passer inaperçus, certains systèmes pyramidaux se « déguisent » en endossant les habits du multiniveau. Comment les démasquer ?

- ▶ Il faut d'abord proposer à la vente un bien ou service réel, à un prix correspondant à la qualité du produit proposé. Les boîtes *Tupperware*, par exemple, sont des produits reconnus. À l'inverse, les systèmes pyramidaux qui vendent pour quelques euros, sur Internet, des « livres électroniques » dont le contenu consiste en quelques pages expliquant comment les vendre soi-même, représentent une escroquerie.
- ▶ Les vendeurs ne doivent pas toucher de pourcentage sur les frais de recrutement de leurs filleuls. Ils peuvent seulement prélever une commission sur les ventes qu'ils réalisent. Cela incite les parrains à former correctement leurs recrues pour vendre mieux.
- ▶ La société mère ne doit réaliser aucun bénéfice lors du recrutement par le biais « d'un droit d'entrée

Quel statut choisir ?

Nombre de distributeurs, dans la vente multiniveau, choisissent de travailler sans statut. Il est pourtant obligatoire de régulariser sa situation le plus tôt possible.

« J'ai souvent entendu des personnes dire que tant qu'on ne gagne rien, qu'on dépense plus que l'on ne gagne, il n'y a rien à déclarer. C'est faux et dangereux, il est obligatoire d'avoir un statut pour développer un réseau », rappelle Vincent Careil, formateur en marketing de réseau. Plusieurs choix s'offrent aux vendeurs.

Le statut de vendeur à domicile indépendant (VDI)

C'est le statut le plus répandu en France et pour cause : le vendeur ne s'occupe de rien, c'est la société avec laquelle il signe qui se charge de toute la partie administrative. Le statut de VDI libère le vendeur des contraintes habituelles de la

création d'entreprise. Il permet d'être indépendant d'un point de vue juridique et fiscal, tout en étant rattaché au régime général de la Sécurité sociale. Il permet en outre de ne pas avoir à s'inscrire à un registre professionnel au-dessous d'un chiffre d'affaires annuel représentant 50% du plafond annuel de la Sécurité sociale, soit environ 16 000 €. Les revenus tirés de cette activité sont imposés au titre de l'impôt sur le revenu dans la catégorie des bénéficiaires non commerciaux (BNC) si le VDI est mandataire (il achète des produits à une société et est rémunéré à la commission) ou des bénéficiaires industriels et commerciaux (BIC) s'il est acheteur-revendeur (il achète des produits à une entreprise et les re-

7 CONSEILS avant de vous lancer

ou l'acquisition de matériels ou de services à vocation pédagogique, de formation, de démonstration ou de vente» (art. L122-6, code de la consommation). Le matériel promotionnel doit être vendu à prix coûtant, en général pour moins de 150€.

Il est parfois difficile de différencier les deux systèmes. L'opérateur de téléphonie fixe, ACN, par exemple, propose bien un service (un abonnement téléphonique), mais ses adhérents doivent s'acquitter d'un droit d'entrée de 477€ pour obtenir le statut de vendeur. Un chiffre que la Fédération française de vente directe (FVD) trouve trop élevé. Elle a donc refusé de l'accueillir comme membre. Dans une enquête de juin 2010*, l'UFC-Que choisir dénonçait ce système «à la limite de la légalité, dans lequel pour gagner de l'argent [il vaut mieux] recruter des vendeurs plutôt que des clients». Prudence donc. En cas de doute, mieux vaut s'abstenir et rejoindre un autre réseau : depuis les années 1990, les entreprises hors-la-loi ont quasiment disparu, il n'y a donc que l'embaras du choix pour intégrer le réseau d'une société sérieuse. ■

Morgan Bourven

*ACN:
L'opérateur
prestidigitateur,
Que choisir
n°482,
juin 2010

vend avec une marge]. L'activité de vendeur à domicile indépendant peut être menée en parallèle ou en complément d'une autre activité professionnelle du secteur privé et est cumulable avec une retraite, une pension d'invalidité ou une allocation chômage.

L'auto-entrepreneuriat

La limite du chiffre d'affaires pour les auto-entrepreneurs est plus élevée que celle des VDI, soit, en 2012, 81 500€ annuels maximum (vente de marchandises) et 32 600€ (prestations de services). En cas de dépassement, le statut peut être conservé pendant deux ans, à condition que le chiffre d'affaires ne dépasse pas 89 600€ pour la vente de produits et 34 600€ en prestations de services (voir QCA n° 127, juillet 2012).
Avantage de ce régime : ses bénéficiaires ne versent pas de cotisations sociales s'ils n'ont pas réalisé de chiffre d'affaires. Ensuite, le

taux de charges est équivalent à celui du VDI, à la différence que celles-ci sont payées par le vendeur et non plus par l'entreprise. Le régime fiscal est celui du micro BIC ou micro BNC et l'auto-entrepreneur est rattaché au Régime social des indépendants (RSI). Contrairement au statut de VDI, l'auto-entrepreneuriat permet de cotiser à une caisse de retraite complémentaire et de bénéficier du financement de certaines formations.

Les statuts de commerçant, micro-entreprise, etc.

Dans le cas de revenus dépassant les limites du statut de VDI ou d'auto-entrepreneur, il est possible de souscrire aux statuts classiques des travailleurs indépendants : profession libérale, commerçant, SARL, EURL, etc. C'est alors le régime général qui s'applique. Par ailleurs, une personne qui exerce déjà sous l'un de ces statuts peut y associer son activité de MLM.

Non, la vente multiniveau ne permet pas de s'enrichir en quelques heures! Il faut du temps, de la motivation et nos conseils pour éviter les déconvenues.

1. Vérifiez la qualité des produits. Difficile d'être un bon vendeur si on n'est pas soi-même convaincu de l'intérêt de ce que l'on propose.

2. Préférez un réseau adhérent à la Fédération de la vente directe. Cette dernière se charge de vérifier la qualité des produits/services vendus, leur autorisation de mise sur le marché et la conformité du système de vente avec la législation. Elle vérifie le code éthique de l'entreprise et ses éventuels litiges passés.

3. Ne payez pas de droit d'entrée déraisonnable. La loi ne fixe pas de montant maximum, mais un droit d'entrée de plus de 150€ est rarement justifié. Le but du MLM est de gagner de l'argent, pas d'en dépenser...

4. Évaluez vos gains potentiels. Les commissions (de 25 à 35% environ) doivent permettre de gagner de l'argent sans forcément avoir à recruter pléthore de filleuls.

5. Signez un contrat. Le distributeur doit être lié à l'entreprise... pour que cette dernière paye ses cotisations et charges sociales. De même, l'entreprise doit déclarer son distributeur pour que ce dernier obtienne le statut de VDI (Vendeur à domicile indépendant).

6. N'achetez pas de stocks sans garantie de reprise. Les entreprises ont pour obligation de racheter les invendus à hauteur de 90% de leur valeur, dans les douze mois qui suivent leur acquisition par le distributeur.

7. Oubliez les promesses d'argent facile. La vente directe est un travail exigeant... au point qu'une grande majorité des postulants abandonnent au bout de quelques mois.

TOUT N'ÉTAIT PAS PERDU POUR JEAN-MARC

