



ASSEMBLÉE NATIONALE

14ème législature

protection des consommateurs

Question écrite n° 67345

Texte de la question

M. Jacques Cresta attire l'attention de M. le ministre de l'économie, de l'industrie et du numérique sur la recrudescence de la méthode de vente dite « vente pyramidale ». La vente pyramidale est un système selon lequel plusieurs niveaux de vendeurs, du « parrain » à différents degrés de « filleuls », les filleuls de chaque degré étant les parrains du degré inférieur. Ils bénéficient d'un intéressement à progression géométrique. Importée des États-unis, cette méthode aboutit inévitablement à sa propre saturation puisqu'elle ne peut être alimentée que par le recrutement et les mises de fond d'un nombre toujours croissant de vendeurs du premier degré, pendant que les niveaux de parrains successifs ne correspondent plus à d'autre activité professionnelle que celle consistant à encaisser les dividendes prélevés sur l'activité des niveaux inférieurs. Dans la pratique, le système cesse de fonctionner lorsque la progression géométrique du nombre de nouveaux vendeurs n'est plus quantitativement possible et que corrélativement un ou plusieurs niveaux de parrains ont encaissé le maximum de dividendes. Malgré un renforcement de la loi, ces dernières années, interdisant cette pratique, un grand nombre de personnes vulnérables sont aujourd'hui piégées par cette méthode de vente. Les conséquences financières pour ces personnes sont très lourdes. Aussi, il lui demande quelles mesures le Gouvernement compte mettre en œuvre pour remédier à cette situation.

Texte de la réponse

La vente multiniveaux, c'est-à-dire l'activité de vente directe aux consommateurs à travers laquelle les revendeurs (ou distributeurs) peuvent parrainer de nouveaux vendeurs, et être alors en partie rémunérés par une commission évaluée en pourcentage sur les ventes des recrues n'est licite qu'à certaines conditions. En effet, elle doit se distinguer de la vente dite « à la boule de neige » ou vente « pyramidale », par nature illicite, avec laquelle la différence essentielle réside dans le système de rémunération des participants. Selon la Cour de justice de l'Union européenne (arrêt du 3 avril 2014, 4finance UAB contre Valstybine - aff C-515/12) le système de vente pyramidale constitue une pratique commerciale déloyale, dès lors qu'il exige du consommateur le versement d'une participation financière, quel que soit son montant, en échange de la possibilité pour ce dernier de percevoir une contrepartie provenant essentiellement de l'entrée d'autres consommateurs dans le système plutôt que de la vente ou de la consommation de produits. Il convient, ainsi, pour que la vente pyramidale soit avérée qu'il existe, outre une participation financière ou un droit d'entrée, « un lien entre les participations versées par de nouveaux adhérents et les contreparties perçues par les adhérents déjà en place ». Il s'agit, ainsi, de démontrer que les rémunérations des adhérents sont liées aux versements d'une somme d'argent, qu'il y ait ou non une contrepartie à ce versement par les nouveaux entrants, sans lien réel avec une quelconque activité commerciale. Il a été constaté parfois que les personnes recrutées sont obligées d'« investir » dans l'acquisition de grandes quantités de produits sans qu'il soit réellement possible de les revendre à des consommateurs. Leur investissement procure cependant des revenus importants à l'organisateur qui les a recrutées. Comme le nombre de personnes à pouvoir être recrutées n'est pas infini, les derniers arrivés ont arithmétiquement de moins en moins de chances de s'enrichir. Ce type de système a par conséquent une espérance de vie limitée et les derniers à y participer n'ont pratiquement aucune chance de

récupérer leurs frais d'entrée et encore moins de chances de tirer profit du système. Les seules personnes à profiter réellement des retombées financières du système mis en place sont les organisateurs qui se trouvent au sommet de la pyramide. Dans un contexte économique difficile, de nombreuses personnes à la recherche d'un emploi sont susceptibles de répondre favorablement à des offres d'activité les invitant à intégrer un réseau de vente directe de produits ou de services notamment dans les domaines de la nutrition, de la minceur ou de la thérapie. Cependant, le droit français assure une protection des consommateurs contre les pratiques abusives et illicites en ce domaine. En effet, il prévoit des sanctions pénales pour les activités de ventes pyramidales interdites. Est ainsi sanctionné par une amende de 300 000 euros et un emprisonnement de deux ans 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 » (article L. 122-6 et L. 122-7 du code de la consommation). Ces quantum de peine ont été alourdis par la loi n° 2014-344 du 17 mars 2014 relative à la consommation qui a également prévu que « le montant de l'amende peut être porté, de manière proportionnée aux avantages tirés du manquement, à 10 % du chiffre d'affaires moyen annuel, calculé sur les trois derniers chiffres d'affaires annuels connus à la date des faits ». Ces pratiques peuvent également être appréhendées par le biais des pratiques commerciales trompeuses, qui sont punies des mêmes peines. Afin de faire respecter ces dispositions, les services de la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) enquêtent de manière régulière sur ces pratiques afin notamment d'en obtenir la cessation.

Données clés

Auteur : [M. Jacques Cresta](#)

Circonscription : Pyrénées-Orientales (1^{re} circonscription) - Socialiste, écologiste et républicain

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 67345

Rubrique : Consommation

Ministère interrogé : Économie, industrie et numérique

Ministère attributaire : Commerce, artisanat, consommation et économie sociale

Date(s) clé(e)s

Question publiée au JO le : [28 octobre 2014](#), page 8877

Réponse publiée au JO le : [17 février 2015](#), page 1133