

COMMERCE. La Chambre départementale de l'ameublement et de l'équipement de la maison met e

Ventes de meubles : petits ca

Phoning. Les clients sont contactés chez eux par téléphone avant de recevoir une invitation.

Loi. Les acheteurs bénéficient d'un délai de sept jours pour se rétracter.

REPORTAGE

FRÉDÉRIC BOUVIER

Alléché par deux cadeaux, j'ai voulu voir de mes propres yeux les méthodes de ces fameux vendeurs de meubles dits précaires. Je n'ai pas été déçu.

Deux lettres et plusieurs coups de fil en moins de quatre mois, ils voulaient vraiment que nous venions. Nous ne pouvions pas laisser échapper une deuxième fois le fameux caméscope numérique, sans oublier le baladeur FM, promis à tous ceux qui se déplacent en couple au magasin.

Un magasin, plutôt un entrepôt. Sans le plan précis de l'invitation, nous serions passés devant sans même nous en apercevoir.

Une banderole en guise d'enseigne et on découvre un lieu qui n'a rien à voir avec les enseignes traditionnelles. Ici, pas de décoration, à peine une tenture à un mur. Les fils électriques pendouillent et le volume de la musique couvre les discussions. Derrière un grand paravent emprunté à une jardinerie, on aperçoit un amoncellement de meubles. Une grande blonde, très jeune, nous accueille, pendant que trois couples et une dame d'un certain âge sont déjà en discussion avec des vendeurs tout aussi jeunes. « Je vais aller chercher vos cadeaux, pendant ce temps si voulez faire un tour... » Le tour est vite fait. Hormis deux salons à peu près modernes, l'ensemble est d'un autre âge. À mi-chemin entre terroir et bourgeois.

Une opération pour prendre le pouls de la clientèle locale

« Il y en a à qui ce ça plaît », nous affirme notre hôtesse. Marie, comme elle se présente, nous demande alors quel serait notre choix si nous avions un projet à

plus ou moins long terme. « Comme nous venons de nous installer, c'est important pour nous de récolter l'avis des clients », explique-t-elle. D'où cette opération spéciale, destinée en quelque sorte à prendre le pouls de la clientèle locale. Nous lui confions alors que les deux canapés chocolat nous plairaient bien, mais aucun prix n'est affiché. « C'est parce qu'il est déjà vendu ».

Qu'à cela ne tienne, on peut quand même les acheter : 8 650 €. Fichtre ! Oui mais c'est du buffle, « cousu à la main dans notre usine d'Espelette. » Marie est prête à jeter du Coca dessus pour nous montrer combien il résiste à toutes les attaques, même des enfants les plus turbulents. Chiffon et produit de nettoyage sont

Le salon affiché 8650 € finalement proposé à 3950 €

déjà en place sur la table basse pour réparer les dégâts. Cerise sur le gâteau, la société est, paraît-il, partenaire de l'émission télévisée *Du côté de chez vous*. Une référence, s'il en est, mais que le visionnage de ladite émission démentira le soir même.

Nous expliquons que nous



Les clients sont livrés le jour même et les livreurs embarquent en même temps l'ancien salon. Difficile alors

n'étions pas venus pour acheter et on fait mine de nous avoir compris. Pas pour longtemps...

- Vous a-t-on donné un numéro quand on vous a appelés ?

- Oui, bien sûr, le 150, répond ma femme.

Un petit tour pour aller chercher un classeur et nous voilà en possession d'un chèque cadeau de 1 400 €. Et ce n'est pas fini.

Le directeur survient, et nous annonce que deux autres couples gagnants ne se sont pas présentés alors que

l'opération, « organisée par le syndicat de l'ameublement », se termine aujourd'hui. Presque aussi jeune que ses vendeurs, il s'en excuse d'ailleurs, il est néanmoins « un homme de parole ». Il nous propose les deux autres chèques,

« JE NE VOIS PAS CE QU'ON PEUT ME REPROCHER »

Nous avons contacté par téléphone le directeur du magasin dans lequel nous avons effectué notre reportage. Il fait partie des deux enseignes montrées du doigt actuellement en Saône-et-Loire par la Chambre départementale de l'ameublement et de l'équipement de la maison.

Il ne comprend pas « l'acharnement », dont il se dit l'objet. « Les seules plaintes que je peux avoir, ce sont celles des concurrents », assure-t-il. « Chez moi, tout est carré. Tous mes vendeurs sont déclarés, je paie l'URSAAF, la TVA et la commission de sécurité est passée,

j'ai été contrôlé par la commission des fraudes je ne vois pas ce qu'on peut me reprocher. »

Pour lui, on se trompe de magasin. Il est là pour durer : « si ça marche, je ne vois pas pourquoi on partirait. » Et dans le cas où il n'y a plus de magasin sur place, « le service après vente est assuré par le siège. »

Les méthodes de vente, il les assume parfaitement. « Cela se passe comme ça dans tous les magasins de meubles », affirme-t-il. « On fait des propositions aux gens. S'ils sont OK, ils achètent, sinon, ils n'achètent pas. De toute

façon, ils repartent avec les cadeaux. C'est sûr que le but du vendeur est de faire la vente immédiatement. »

Et de préciser : « tous nos clients ont un bordereau de rétractation. S'ils annulent la vente, un jour, quatre jours ou six jours, cela ne leur coûte pas un sou. »

Le phoning ? « Cela coûte moins cher que la publicité. On recherche le bouche-à-oreille. »

Les prix ? « Ce sont exactement les mêmes que les nôtres. J'ai été voir chez les concurrents. Et on se fournit au même endroit, en Italie. »