

en garde les clients contre les méthodes de deux enseignes en Saône-et-Loire.

Cadeaux et grosses remises

Dossiers. Depuis 15 ans, la DGCCRF a poursuivi une trentaine de magasins en situation de fraude.



de faire machine arrière.

« une offre à saisir immédiatement car je dois faire le point à midi avec le responsable du magasin et je repars à 14 heures. »

Reprise de l'ancien salon pour le donner à Emmaüs

De plus, on nous reprend notre ancien salon. « Nous le donnons à Emmaüs ou à une autre association, cela fera des heureux », assure Marie. Pour nous, l'occasion de faire à la fois une bonne affaire et une bonne action.

De 8 650 €, le salon vient de tomber à 3 950 €. Une belle somme tout de même qui nous fait reculer, malgré l'assurance de recevoir une certification d'authentification dans trois semaines et la garantie d'une assurance à vie.

Il y a heureusement une solution : le crédit. On peut payer en 24 mois sans frais,

ou encore un petit peu chaque mois de façon modulable, grâce à « Profinance ». Comme nous hésitons toujours, le directeur revient pour une dernière offre : 36 mois sans frais, avec un premier remboursement en janvier prochain.

Nous demandons un temps de réflexion et promettons de revenir. Mais personne n'y croit, ni eux, ni nous. Notre nouveau salon attendra...

Par curiosité, nous sommes allés comparer le salon dont on nous avait tant vanté les mérites pendant plus d'une heure. Chez les concurrents, ce n'était certes pas du cousu main made in Espelette, mais les salons d'un standing équivalent semblaient se situer dans une fourchette oscillant entre 1 800 € et 2 500 €.

Avant même de commencer la négociation.

L'EXPERT

ALPHÉE
DELECLUSE

Président de
la chambre
de l'ameublement



« Les victimes doivent témoigner »

Je suis désespéré, je reçois de nombreux appels de gens qui viennent se renseigner auprès de moi, pour voir quel recours ils peuvent avoir, j'alerte les autorités, mais rien ne bouge. Le problème, c'est que les victimes n'acceptent que très rarement de reconnaître qu'elles ont commis une bêtise. Elles ne prennent contact avec la répression des fraudes que très rarement. Sans ces témoignages, si les bâtiments sont aux normes, si le gérant n'est pas interdit d'activité et si les charges sociales sont bien payées, on ne peut pas lutter contre ce type de pratique qui est très lucratif. À titre d'exemple, un magasin de ce genre a généré 900 000 € de dividendes sur deux exercices en 2003-2004.

Pourtant, on connaît bien les méthodes. Une enseigne s'installe pour quelques mois. Une société de phoning - qui souvent lui appartient - appelle tous les foyers de la région, puis on envoie une invitation avec la promesse d'un cadeau. Une fois sur place, les clients sont alléchés par l'importance de la ristourne accordée, ils signent des crédits et on leur livre le soir même leur nouveau salon. Pour la plupart, ils ne savent pas qu'ils ont sept jours pour se rétracter. Dernier souci, la durée de vie de ces magasins qui n'excèdent pas 18 mois. Une fois partis, les clients ne savent plus vers qui se retourner.



Des petits cadeaux qui peuvent rapporter gros.

DES CONTRÔLES SYSTÉMATIQUES

Mme Débiolle est agent de la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes, à Mâcon.

⊕ **Contrôles systématiques.** « On parle de baux précaires pour des espaces commerciaux loués durant deux trois mois. Comme il est courant que ces ventes (de meubles quasi uniquement) s'accompagnent de pratiques frauduleuses, nous opérons des vérifications systématiques. Des contrôles de plus interadministratifs, avec l'URSSAF, l'inspection du travail, etc., car il n'est pas rare en effet que les vendeurs recrutés sur place ne soient pas déclarés. »

⊕ **Certificat d'authentification.** « Le certificat d'authentification ne veut rien dire en soi. Il peut être donné immédiatement ou envoyé trois semaines après, cela n'a pas d'importance. Soit le produit est conforme à ce qui a été conclu au moment de la vente, soit il ne l'est pas... Toutefois, il faut signaler que la qualité ne fait généralement pas défaut. Ce sont plutôt les pratiques de vente qui posent problème. »

⊕ **Ce qui est illégal.** « Les pratiques de vente agressives sont interdites. On ne doit pas faire pression sur le client. Dans ces magasins, les vendeurs peuvent rester une heure ou deux à discuter avec les clients. Le produit est ensuite livré immédiatement, et les anciens meubles repris, ce qui est une pression supplémentaire qui dissuade beaucoup de résilier la vente s'ils le souhaitent. Les pratiques trompeuses aussi sont interdites, comme dire qu'un produit est fabriqué à tel endroit alors qu'il l'est ailleurs. Mais il y a encore d'autres pratiques illégales. Par exemple, étant donné que ces ventes se font généralement à crédit, certains vendeurs vont gonfler les ressources des clients. Il peut être demandé au client de signer une autorisation de prélèvement sur son compte, ce qui est un délit durant les sept jours de réflexion. Enfin, il y a la publicité mensongère, lorsque le vendeur part d'un prix anormalement élevé et le descend pour inciter à l'achat. »

⊕ **Des victimes éprouvées.** « Il suffit d'une plainte pour que nous ouvrons une enquête. Les victimes qui viennent nous voir sont souvent éprouvées. Elles culpabilisent de s'être fait avoir, elles sont sous tension. Nous discutons alors longuement pour savoir dans quelles conditions s'est faite la vente. »

⊕ **Vigilance.** « Il est possible bien évidemment de porter plainte après coup. Mais il reste essentiel d'être vigilant. Il faut se rendre compte de la valeur d'une signature : il s'agit d'un réel engagement. Savoir aussi qu'un démarchage téléphonique, qui plus est insistant, qui propose un cadeau comme un caméscope numérique, cache peut-être quelque chose. »