



Différences entre le marketing par réseau (légal) et les structures pyramidales (illégales)

[Ce-qu'en-dit-le-média-de-la-profession-cliquez](#)

Vente pyramidale et marketing de réseau selon WIKIPÉDIA :



La **vente pyramidale** est une forme d'escroquerie dans laquelle le profit ne provient pas vraiment d'une activité de vente comme annoncé, mais surtout du recrutement de nouveaux membres. Le terme *pyramidale* identifie le fait que seuls les initiateurs du système (au sommet) profitent en spoliant les membres de base. Ce système se camoufle fréquemment derrière les termes de « [marketing multi-niveaux](#) » ou « commercialisation à paliers multiples. La vente multiniveaux est permise notamment en France grâce au statut de Vendeur à Domicile Indépendant (VDI).

La FMAVB (*Fédération Mondiale des Associations de la Vente Directe*) [FMAVD](#)

Fondée en 1978, la Fédération Mondiale des Associations de la Vente Directe (FMAVD) est une organisation non gouvernementale qui représente l'industrie de la vente directe dans le monde en tant que fédération des Associations de Vente Directe (AVD).

Les ventes mondiales, réalisées par une force de plus de 67 millions de distributeurs indépendants ont atteint 111 milliards de dollars en 2007

[Chiffre-d'affaires-2007](#)

La Fédération Mondiale et les associations nationales qu'elle représente ont compris la nécessité d'une éthique dans leurs activités, et c'est la raison pour laquelle la FMAVD a élaboré une Déontologie Mondiale de la Vente Directe qui a reçu l'aval des associations membres et a été intégrée à leur code de conduite respectif.

Toutes les sociétés de vente directe, y compris celles qui peuvent être décrites comme étant multi-niveaux ou en réseaux, se sont engagées à respecter cette déontologie comme condition à leur appartenance à une AVD nationale.

[FVD-France](#)

La Vente Multi – Niveaux ou marketing par réseau

La vente directe consiste en la commercialisation, directement au consommateur, de produits et de services par des distributeurs indépendants.

La vente se réalise de personne à personne, en général au domicile du consommateur ou en des lieux autres que des établissements destinés à la vente. Le distributeur explique les caractéristiques du produit ou en fait la démonstration.

La vente multi-niveaux est l'une des diverses méthodes utilisées pour l'organisation et la rémunération des distributeurs dans le cadre de la vente directe.

Il s'agit essentiellement d'un programme où le distributeur se voit rémunéré de deux façons: d'une part, il perçoit un revenu sur ses ventes personnelles de marchandises et de services aux consommateurs.

D'autre part, il perçoit des commissions sur les ventes et les achats réalisés dans son groupe. La vente multi-niveaux permet donc au distributeur de développer une affaire indépendante, à la fois en vendant de la marchandise et des services aux consommateurs, et en animant un réseau de distributeurs indépendants.

La vente multi-niveaux, comme toutes les formes de vente directe, assure des avantages substantiels. Elle ouvre de nouvelles possibilités à un très grand nombre d'individus que le marché de l'emploi sous-utilise, ou oublie.

Elle offre à ces personnes un moyen relativement simple et bon marché d'acquérir des compétences de base dans le commerce et la gestion.

Elle offre à qui le souhaite, le moyen de gagner un revenu d'appoint avec un maximum de flexibilité. Par ailleurs, elle permet à des entreprises qui proposent des produits ou des services, de les mettre sur le marché sans frais de publicité importants et sans avoir à se faire une place sur les rayonnages des magasins.

C'est une méthode de distribution au détail qui a une présence très dynamique dans de nombreuses régions du globe.

Il est important de souligner que, dans le cadre d'un programme de vente multi-niveaux, les rémunérations des distributeurs sont exclusivement générées par la vente de marchandises et de services aux consommateurs finaux.

La Vente Pyramidale

La vente pyramidale est une pratique illégale et interdite. Il s'agit d'un mécanisme selon lequel les organisateurs de systèmes « commerciaux » ou « d'investissement » s'enrichissent en une progression géométrique en percevant une somme d'argent des personnes qu'ils ont recrutées. Des systèmes trompeurs de même type sont décrits dans diverses législations à travers le monde sous le nom de « chaînes de lettres », « organisations boule de neige », « chaînes de vente », ou « loteries d'investissement ».

La vente pyramidale représente une importante préoccupation pour la Fédération Mondiale des Associations de la Vente Directe (FMAVD) car les organisateurs de systèmes pyramidaux ou autres systèmes de ce type tentent souvent de se faire passer pour des entreprises de vente directe.

Il en résulte que non seulement ils discréditent la vente directe mais également qu'ils détournent vers eux des distributeurs moins expérimentés en les recrutant dans leurs organisations pyramidales.

En conséquence, la FMAVD a préparé cette communication dans le but de définir clairement les systèmes pyramidaux, de décrire les caractéristiques de ces activités interdites et de les différencier des entreprises de vente directe établies en toute légalité.

Les ventes pyramidales

De nombreuses législations à travers le monde interdisent les ventes pyramidales.

L'énoncé de ces lois, règlements, codes et autres varie mais intègre le concept de base suivant : une pyramide est un système selon lequel la personne recrutée paie (frais d'entrée ou d'adhésion) pour avoir l'opportunité de recevoir par la suite des sommes d'argent (ou privilèges) qui proviennent des paiements effectués par les personnes qu'elle a recrutées plutôt que par la vente de produits ou de services au consommateur.

Les gains de ce système proviennent donc du recrutement de nouveaux participants et de leur investissement et non pas de la vente et de la distribution de produits à des personnes qui en font l'utilisation et la consommation.

Aucun échange de marchandises ou de services n'a lieu et le système repose essentiellement sur la redistribution de la richesse en un mouvement ascendant des nouveaux participants vers le sommet de la pyramide.

Le système n'a aucune fonction commerciale légale. Le seul « échange » qui se produise est celui qui a trait aux droits des participants et à la redistribution des « frais d'entrée » ou de tout autre investissement des participants.

Les systèmes pyramidaux ne sont pas commercialement viables car ils présupposent un apport sans fin de nouveaux participants prêts à entrer dans le système et à s'enrichir en recrutant à leur tour de nouveaux participants.

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 chance de tirer profit du système. Les systèmes pyramidaux étaient, au début, faciles à repérer car ils n'offraient pas de produits tangibles.

Les systèmes pyramidaux mis en place depuis, cherchent à tromper le public et à éviter les poursuites judiciaires en affirmant que, puisqu'ils « vendent » des produits et des services, ils représentent une activité commerciale légale dans le cadre de la vente multi-niveaux.

La vente multi-niveaux est un moyen reconnu d'assurer la rémunération de distributeurs pour la vente de produits aux consommateurs, y compris aux participants, par un réseau de distributeurs indépendants.

Un examen un peu plus approfondi des « produits » des organisations pyramidales, révèle en général que ceux-ci n'ont aucune valeur commerciale.

Ce sont en effet souvent des « combines » tels que des certificats, des programmes de formation fallacieux, des abonnements à des magazines, des systèmes de ristourne illusoire, des traitements « miracles » très chers et peu efficaces, etc.

Les personnes recrutées sont souvent obligées « d'investir » dans de grandes quantités de ces 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.

Les facteurs suivants permettent de différencier les systèmes pyramidaux interdits, des organisations de vente directe parfaitement légales.

Les entreprises de vente directe offrent une opportunité commerciale réelle basée sur la vente de produits de qualité aux consommateurs.

Elles offrent systématiquement une garantie de satisfaction et un délai de réflexion de façon à ce que le consommateur puisse rendre un produit, le faire remplacer, ou se faire rembourser s'il n'en est pas satisfait.

Les systèmes pyramidaux ne reposent pas sur la vente de produits commercialement viables.

Les entreprises de vente directe découragent fortement le stockage et offrent aux participants qui désirent résilier, la possibilité de rendre toute marchandise non utilisée et revendable et de se faire rembourser à un taux minimum de 90% de leur coût.

En revanche, les systèmes pyramidaux encouragent ou exigent même souvent l'achat de stocks importants de produits non remboursables et les participants déçus par le système n'ont d'autre recours que de garder un stock de produits qu'ils ne peuvent ni rendre ni vendre.

Les opportunités commerciales de vente directe exigent une mise de fonds minime. Même la modeste mise de fonds initiale peut être remboursée si le nouveau distributeur décide de ne pas continuer.

Par contre, les systèmes pyramidaux exigent souvent des frais d'entrée élevés et un « investissement » important dans un stock de marchandises non remboursables.

Ceci est dû au fait que, dans cette activité, l'argent est gagné en convaincant de nouvelles personnes d'entrer dans le système.

Le programme de vente et de commercialisation des entreprises de vente directe est basé sur les rémunérations progressives des distributeurs pour le développement d'une clientèle pour les produits commercialisés.

Le développement et la stabilité d'une activité de vente directe reposent sur la satisfaction des clients et sur la rémunération équitable des membres du réseau de vente.

Les opérations pyramidales offrent par contre des systèmes d'enrichissement rapide au détriment des nouveaux distributeurs; cette pratique illégale ne peut être assimilée à une opportunité commerciale.

Position de la FMAVD

La Fédération Mondiale des Associations de la Vente Directe condamne les systèmes pyramidaux illégaux, et apporte son appui à toute législation qui, en accord avec la Déontologie Mondiale, vise à les interdire.

La FMAVD coopère avec les législateurs et les agences gouvernementales pour les aider dans la formulation de lois et règlements visant à permettre la distinction entre les systèmes pyramidaux et les activités totalement légales de vente directe, à interdire les systèmes pyramidaux et à protéger les consommateurs dans le cadre de la vente directe.

Différencier un système pyramidal d'un commerce en réseau

Vente directe, marketing par réseau	Structures pyramidales
Propose des produits vraiment commercialisables.	Pas de produits commercialement viables.
Opportunité commerciale qui repose uniquement sur la vente de produits.	Les gains reposent sur le nombre de personnes recrutées, qu'elles vendent un produit ou non.
Investissement de départ minimal, aucune obligation d'acquiescer une quantité minimum de produits et aucun coût de résiliation.	Des frais d'entrée élevés sont souvent exigés ou les participants sont obligés de stocker des produits.
Opportunités commerciales viables à long terme.	Opérations frauduleuses qui généralement disparaissent en l'espace de quelques mois.
Stricte réglementation de la protection des consommateurs, avec notamment le droit d'annuler une commande ou de cesser le contrat et une véritable garantie de satisfaction.	Ni droit d'annulation ni garanties de satisfaction.

Ce qu'en dit la DGCCRF

Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes

Article L122-6 [Lisez-l'article](#)

Sont interdits :



1° La vente pratiquée par le procédé dit « de la boule de neige » ou tous autres procédés analogues consistant en particulier à offrir des marchandises au public en lui faisant espérer l'obtention de ces marchandises à titre gratuit ou contre remise d'une somme inférieure à leur valeur réelle et en subordonnant les ventes au placement de bons ou de tickets à des tiers ou à la collecte d'adhésions ou inscriptions ;

2° 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.

Dans le cas de réseaux de vente constitués par recrutement en chaîne d'adhérents ou d'affiliés, il est interdit d'obtenir d'un adhérent ou affilié du réseau le versement d'une somme correspondant à un droit d'entrée ou à l'acquisition de matériels ou de services à vocation pédagogique, de formation, de démonstration ou de vente ou tout autre matériel ou service analogue, lorsque ce versement conduit à un paiement ou à l'attribution d'un avantage bénéficiant à un ou plusieurs adhérents ou affiliés du réseau.

En outre, il est interdit, dans ces mêmes réseaux, d'obtenir d'un adhérent ou affilié l'acquisition d'un stock de marchandises destinées à la revente, sans garantie de reprise du stock aux conditions de l'achat, déduction faite éventuellement d'une somme n'excédant pas 10 % du prix correspondant. Cette garantie de reprise peut toutefois être limitée à une période d'un an après l'achat.

Liste des adhérents à la FVD :

<http://www.fvd.fr/liste-adherents.html>



AKEO adhère à la Fédération de la Vente Directe : Fondée en 1966, sous la forme d'une Association Professionnelle, par les entreprises de Vente Directe les plus importantes de l'époque, la Fédération de la Vente Directe est la seule instance représentative des entreprises s'adressant directement aux consommateurs, par l'intermédiaire d'un réseau de commerciaux en vente individuelle ou en réunion.

AKEO ajoute à la réglementation son propre Code de Conduite en le complétant par les règles professionnelles suivantes :

Le conseiller :

- Respecte le Code d'Ethique de la Vente Directe dans ses rapports avec les consommateurs. Il bénéficie d'une information claire, complète et vérifiable sur ses conditions d'activité et en particulier sur les modalités de son commissionnement.
- Perçoit un revenu qui provient exclusivement de sa propre activité de vente et de celle de l'équipe qu'il a constituée et qu'il anime. Il bénéficie d'un contrat écrit qui contient tous les éléments qui définissent sa relation commerciale avec AKEO ; il peut dénoncer ce contrat à tout moment sur simple demande écrite (en R.A.R).
- Bénéficie du statut professionnel de « Vendeur à Domicile Indépendant » ; Il peut aussi exploiter son Registre du Commerce existant. Le « VDI » reçoit mensuellement un état récapitulatif des ses commissions, établi par AKEO, qui verse directement les cotisations sociales à l'URSSAF.
- Reçoit une formation sur la Vente Directe, le Code d'Ethique de la Vente Directe, les produits AKEO et la démarche commerciale.



Fédération de la Vente Directe - 100, avenue du Président Kennedy - 75016 PARIS
<http://www.fvd.fr> Tél. : 01 42 15 30 00 - Fax : 01 42 15 30 90 - e-mail : info@fvd.fr

Présentation du groupe

Historique de l'enseigne : AKEO est l'enseigne du premier groupe français de distribution directe de produits de bien être et de technologie. Son origine remonte à 1995. Il a été constitué par des hommes et des femmes dotés d'une solide expérience en Marketing par réseau.

SFR et Wolf Lingerie sont actionnaires de deux des sociétés du groupe AKEO.

André Pierre Alexandre : Président du directoire de la société AKEO, est aussi Manager de managers. Son expérience de terrain en marketing relationnel lui confère des qualités certaines pour diriger cette entreprise au mieux des intérêts du réseau.

Philippe Dailey : Président du conseil de surveillance de la société AKEO. Expert international reconnu, il est Président d'honneur de la Fédération de la Vente Directe, anciennement Délégué Général, Président de la Fédération Européenne et membre du Comité Directeur de la Fédération Mondiale.

Profil type de la clientèle : Les Conseillers AKEO s'adressent principalement et individuellement à un nombre restreint de clients particuliers afin de préserver l'écoute et la convivialité. Chaque client peut commander en ligne et être livré à son domicile, mais il bénéficie en plus des services de son conseiller personnel.

Produits proposés : AKEO s'investit sur des secteurs particulièrement dynamiques et porteurs comme les Télécoms, l'adsl, l'énergie, mais aussi le « Bien Être ». En 2010, 2500 références, réparties en douze gammes, sont commercialisées. AKEO travaille en direct et en partenariat avec des industriels reconnus tels que : SFR, les Laboratoires Robert Schwartz, Vitamin System, Bretagne Cosmétiques Marins, Wolf Lingerie.

Perspectives de développement : AKEO a créé un concept commercial unique et novateur, en pleine croissance, réunissant la modernité du commerce en ligne et l'atout humain du marketing relationnel. Le groupe entend prendre des parts de marché conséquentes en France et dans les principaux pays de la communauté Européenne en développant et en exportant son modèle.

AKEO, 49 rue Rouelle 75015 Paris. RCS B438389090.

Gestion commerciale : 66 grande rue, Port Mort 27940. Tel 02.32.77.27.77.

<http://www.akeo.fr>