

VERS LE RENOUVEAU DU MLM (VENTES MULTI-NIVEAUX) ?

La **Cellule de veille internet (CVI)** du **Réseau anti-arnaques** est formelle : les propositions de revenus complémentaires par une activité le plus souvent à domicile, ou à distance, et annoncée comme lucrative s'accroissent. Le contexte de baisse du pouvoir d'achat explique en partie cette tendance.

Il s'agit le plus souvent d'incitations à rejoindre un réseau afin de commercialiser auprès de ses relations les produits d'une société. L'étape logique consiste ensuite à recruter des « filleuls » qui feront de même, et cette activité augmentera tout logiquement les revenus du parrain. Cette pratique pyramidale, qui avait obtenu un beau succès dans les années 1980-1990 reprend donc du poil de la bête puisque le canal digital vient compléter, voire remplacer, les fameuses réunions. L'appellation MLM (pour « Multi Level Marketing »), ou ventes multi-niveaux pour utiliser l'expression française, laisse la place à une formulation politiquement plus correcte : le marketing de réseau ou le marketing relationnel.

A lire les multiples insertions publicitaires qui prolifèrent sur les réseaux sociaux (sachant que, le plus souvent, l'identité de la société n'est pas mentionnée), la recherche de nouveaux filleuls semble primer sur la vente immédiate de produits. Des challenges incessants assortis de primes, visent à dynamiser les chiffres de ventes. Les parfums, les cosmétiques, les compléments alimentaires sont les produits les plus communément proposés.

Tout consommateur peut être tenté de rejoindre un tel réseau et il ne doit pas hésiter à assister aux visio-conférences pour bien en comprendre le fonctionnement et lister les avantages (et inconvénients) qui en découlent. Puis, il effectuera ses propres investigations sur les moteurs de recherches afin de compléter son information. Du reste, son premier acte symbolique (et financier) sera d'acheter des produits pour mieux les connaître.

Une fois le moment d'euphorie passé, le consommateur sera confronté à la dure réalité du marché : élargir son nombre de clients et, par là-même, de filleuls, multiplier les communications locales ou sur internet pour accroître ses ventes, assister aux multiples visio-conférences à des horaires tardifs pour ingurgiter les résultats commerciaux et les actions à mener.

Il subsiste un paradoxe réel : la baisse du pouvoir d'achat engendre un nombre croissant de demandes pour exercer cette activité complémentaire mais, compte tenu du système de distribution par commissions, le prix de vente à l'acheteur final constitue un frein et limite donc ses dépenses.

Le **Réseau anti-arnaques** reste particulièrement vigilant aux pratiques et n'hésitera pas à dénoncer les dérives, voire les mirages, de certains réseaux.



INFO-ALERTE est une mise en garde hebdomadaire diffusée par le **Réseau anti-arnaques**, association partenaire de l'**UFC-Que Choisir**, BP 40179, 79205 PARTHENAY cedex (contact@arnaques-infos.org). Elle alimente la page Facebook du RAA.

SIRET : 503 805 657 00049

Reproduction autorisée sous réserve de mentionner l'origine.

Directeur de la publication : **Pascal TONNERRE** (president@arnaques-infos.org)