

Ventes à la boule de neige (ventes pyramidales)

Note juridique

Les ventes à la boule de neige sont interdites par le code de la consommation. Sont donc visées toutes les pratiques qui consistent à offrir des marchandises au public en lui demandant de placer un certain nombre de bons ou d'effectuer un certain nombre de ventes, de façon à lui faire espérer qu'il pourra obtenir ces marchandises gratuitement ou à un prix nettement inférieur à leur valeur.

Tout système pyramidal de vente avec une progression constante du nombre d'acheteurs recrutés par les acheteurs eux-mêmes provoquant un effet boule de neige est interdit.

Cette pratique commerciale régie par l'article L. 121-15 du code de la consommation énumère trois éléments constitutifs :

- 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 d'inscriptions.

Ainsi, il suffit que les destinataires de l'offre soient incités à acquérir des marchandises à titre gratuit ou à prix réduit, sous condition de trouver un certain nombre de nouveaux acheteurs.

Par la suite, ces derniers devront eux aussi trouver de nouveaux acheteurs pour bénéficier des mêmes avantages, et ainsi de suite (d'où l'effet "boule de neige"). Autrement dit, ce système est fondé sur une progression géométrique du nombre d'acheteurs recrutés (d'où la qualification de "vente pyramidale").

Un professionnel propose à ses clients la remise gratuite de deux vêtements, le troisième étant réglé par le biais de plusieurs chèques. Leur remboursement est effectué par restitution d'une mensualité en contrepartie de chaque nouveau client se présentant de la part du client initial (Tribunal Correctionnel de Versailles, 16 octobre 2000).

Une vente "à la boule de neige" peut être caractérisée même si un choix est donné au destinataire de l'offre entre un achat à prix réduit sous condition de recruter de nouveaux adhérents et un achat sans réduction, c'est-à-dire n'exigeant pas une collecte d'adhésions.

L'article L. 121-15 (1°) du code de la consommation interdit la vente "à la boule de neige". En effet, ce système aboutit soit à la saturation du marché car il est impossible de recruter de nouveaux acheteurs ; soit le professionnel ne peut satisfaire la demande, la progression des acheteurs étant très rapide. Les avantages vantés par les acheteurs-recruteurs deviennent dès lors illusoire.

Le procédé de vente "à la boule de neige" n'est pas le seul à être prohibé. D'autres procédés de vente pyramidaux, où l'avantage proposé n'est pas une réduction sur le prix du produit vendu, sont interdits.

1. Gains financiers

L'article L. 121-15 (2°) du code de la consommation interdit "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." C'est le cas des "chaînes d'argent".

Une société éditrice d'un nom de domaine proposait de gagner de petites sommes d'argent en contrepartie de la lecture de messages électroniques. Ce gain pouvait être augmenté en parrainant d'autres internautes qui accepteraient de recevoir des messages à leur tour. La

société a été condamnée car elle "proposait à tout internaute visitant son site de collecter des adhésions ou de s'inscrire sur la liste de ses membres en lui faisant espérer des gains financiers résultant d'une progression géométrique du nombre des personnes recrutées ou inscrites." (Cour d'Appel de Paris, 15 juin 2001).

Par le biais d'annonces, des professionnels distribuant des produits diététiques recrutaient des vendeurs qui devaient eux-mêmes recruter d'autres personnes. Ces premiers percevaient une commission sur les ventes de ces dernières. L'activité de recrutement apparaissait dès lors comme "l'élément primordial de leurs rémunérations" et non pas comme "une source de revenus complémentaires" (Tribunal Correctionnel de Brest, 20 septembre 1994).

2. Réseaux de vente

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." (alinéa 2 de l'article L. 121-15 (2°) du code de la consommation).

Autrement dit, pour intégrer un réseau de vente, sera interdite la pratique qui implique une mise de fonds préalable (droit d'entrée ou dépenses de formation, par exemple). Ainsi, l'essentiel des gains du réseau ne provient pas de la vente de produits aux consommateurs mais des versements des adhérents recrutés, versements qui deviennent dès lors le principal objectif du réseau.

Il est interdit "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." (alinéa 3 de l'article L. 121-15 (2°) du code de la consommation).

3. Sanctions

► Aspect pénal

La vente "à la boule de neige" et les autres procédés de vente de l'article L. 121-15 du code de la consommation sont sanctionnés par une peine d'emprisonnement de deux ans et une amende de 300 000 €. "Le montant de l'amende peut être porté, de manière proportionnée aux avantages tirés du délit, à 10 % du chiffre d'affaires moyen annuel, calculé sur les trois derniers chiffres d'affaires annuels connus à la date des faits." (article L. 132-19 du code de la consommation). Pour les personnes morales, cette amende peut atteindre 1,5 millions d'euros (articles L. 132-20 du code de la consommation et 131-38 du code pénal).

De plus, des peines complémentaires sont prévues.

Pour les personnes physiques, il s'agit de "l'interdiction soit d'exercer une fonction publique ou d'exercer l'activité professionnelle ou sociale dans l'exercice ou à l'occasion de l'exercice de laquelle l'infraction a été commise, soit d'exercer une profession commerciale ou industrielle, de diriger, d'administrer, de gérer ou de contrôler à un titre quelconque, directement ou indirectement, pour leur propre compte ou pour le compte d'autrui, une entreprise commerciale ou industrielle ou une société commerciale", pour une durée de cinq ans maximum. Ces sanctions peuvent être prononcées cumulativement (article L. 132-20 du code de la consommation).

Pour les personnes morales, il s'agit des peines complémentaires prévues au 2° à 9° de l'article 131-39 du code pénal. Par exemple, il peut s'agir de sa dissolution ou de son placement sous surveillance judiciaire.

Enfin, de telles pratiques exposent leurs auteurs aux peines de l'escroquerie, soit cinq ans d'emprisonnement et de 375 000 € d'amende (article 313-1 du code pénal).

"La caractérisation de l'élément intentionnel n'est pas subordonnée à la preuve de la conscience qu'ont les prévenus, au moment où ils proposent à des tiers d'adhérer, du caractère préjudiciable du système pyramidal, mais suppose seulement que soit établie leur volonté de proposer une telle adhésion en faisant espérer à ces tiers un gain financier qui résulterait de la progression du nombre d'adhérents." (Cassation criminelle, 6 avril 2016, n°15-81.206).

► Aspect civil

Des sanctions civiles peuvent s'ajouter aux sanctions pénales comme l'obligation de reprendre les invendus (article L. 121-15 du code de la consommation) ou de rembourser les clients non satisfaits.

Un système de promotion pyramidale ne constitue une pratique commerciale déloyale en toutes circonstances que lorsqu'un tel système exige du consommateur 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" (CJUE, 4 avril 2014, affaire C-515/12).

Concernant le montant de la participation, la directive n°2005/29/CE du 11 mai 2005 relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs ne fixe aucune somme déterminée et n'a pas conféré une telle option aux états membres.

► Recours

- prendre contact avec une association de consommateur agréée pour obtenir une information ou une aide (sous réserve d'y être adhérent),
- alerter les agents de la Direction départementale de l'emploi, du travail, des solidarités et de la protection des populations (DDETSPP).
Après enquête, si les agents de la DDETSPP estiment que les faits sont constitutifs d'une pratique commerciale illicite, le professionnel pourra faire l'objet d'une cessation d'agissement illicite (article L. 521-2 du code de la consommation). Un procès-verbal pourra aussi être transmis au Procureur de la République,
- déposer plainte au commissariat
- saisir le Procureur de la République.

Si l'action publique n'est pas mise en oeuvre par le Procureur de la République parce qu'il a décidé de classer le dossier sans suite, il existe d'autres recours.

- citation directe près du Tribunal Correctionnel du lieu où l'infraction a été commise ou du lieu de résidence du défendeur ;
- se constituer partie civile près du Tribunal Judiciaire de votre domicile ;
- demander réparation devant les juridictions civiles (pour toute action en réparation devant les juridictions civiles, vous devez vous adresser au Tribunal Judiciaire).



Contacter le service juridique

juridique@alsace.cci.fr

03 88 75 25 23

www.alsace-eurometropole.cci.fr