

# VENTE DIRECTE : UN NOUVEAU SOUFFLE

Le secteur de la vente directe pourrait créer plus de 300 emplois cette année dans la région lyonnaise. Mais, derrière les belles histoires de vendeurs indépendants, la réussite n'est pas toujours au rendez-vous.

**C'**est après un congé maternité, en 2006, que Valérie Martin, une ancienne assistante commerciale, a décidé de se consacrer à la vente directe à domicile. D'abord à temps partiel, puis à plein temps chez Captain Tortue, spécialisé dans le textile. Elle anime aujourd'hui des équipes et forme des vendeuses. *"Et je peux dire que je ne regrette pas mon choix"*, assure-t-elle. Une belle histoire, de celles que les groupes de vente à domicile aiment à raconter lorsqu'ils cherchent à recruter, comme c'est particulièrement le cas en ce moment.

Car le secteur ne connaît pas la crise. Mieux, il se nourrit de la dépréciation économique. *"La conjoncture nous aide. Beaucoup deviennent vendeurs indépendants pour avoir un complément de salaire"*, rapporte Nathalie Keyaert, responsable marketing de [Charlott] lingerie. Cela se ressent dans les comptes de l'entreprise implantée à Chaponost : un chiffre d'affaires en progression de 50 % en 2009 (30 millions

## DIVERSIFICATION

**Aux oubliettes, les kitschissimes réunions Tupperware. Les vendeurs viennent maintenant faire des démonstrations de produits en tous genres : art de la table, de la maison, produits textiles, diététiques... et même sextoys.**

d'euros), +30% visés cette année. Charlott' lingerie, dont le réseau se compose de 3 300 vendeurs à domicile indépendants, recherche *"constamment"* de nouveaux collaborateurs. Et ce n'est pas un cas isolé.

**FORTE DEMANDE.** La fédération de la vente directe évalue à 300 le nombre d'emplois que le secteur pourrait créer cette année dans la région lyonnaise. *"Et encore, c'est une estimation basse"*, explique Yolande Vaillant, directrice développement réseau de PartyLite, spécialisé dans la vente de bougies. En 2009, cette entreprise a recruté pas moins de 400 personnes en Rhône-Alpes, et ne compte pas baisser le pied cette année.

Un chiffre impressionnant, mais en partie dû à un important *turn-over* : dans certaines entreprises, il peut tourner autour des 50 % par an. Car derrière les beaux discours, la vente à domicile, présentée comme un *eldorado* – un responsable d'entreprise fait même état d'une vendeuse affi-



chant 10 000 euros de revenus par mois –, n'est pas forcément la panacée.

**"UN VRAI MÉTIER".** Rémunérés exclusivement en fonction des ventes réalisées, il arrive que les vendeurs à domicile rament. Voire s'endettent lorsqu'ils achètent, certes à prix réduit, des articles à leurs fournisseurs, qu'ils ne parviennent pas à revendre ensuite. Sur le net, différents forums



## En bref

### LE STATUT DE VENDEUR À DOMICILE INDÉPENDANT

Bien qu'"indépendants", les vendeurs à domicile sont rattachés au régime général de la Sécurité sociale, et bénéficient ainsi des droits sociaux au même titre que les salariés. Au-delà de 27 000 euros de revenus annuels, les vendeurs à domicile indépendants doivent adopter le statut de commercial. Le métier se caractérise par des horaires libres, une liberté d'organisation, une autonomie dans la recherche de clientèle... et une rémunération entièrement liée aux ventes personnelles des vendeurs. D'après la fédération de la vente directe, le secteur aurait réalisé 1,7 milliard d'euros de chiffre d'affaires en 2009, en progression de 10 %.

© OLIVIER CHASSIGNOLE

regorgent d'expériences de vendeurs indépendants déçus. "Mais c'est un vrai métier, et pas un petit job pour bonne femme avec leurs boîtes en plastique", rétorque Yolande Vailland, de Partylite, qui a vu le métier "se transformer" en 37 ans d'activité.

Julien <sup>(1)</sup>, un Lyonnais d'une trentaine d'années en a fait l'expérience. Il a travaillé pendant un an et demi pour le compte d'Herbalife, une société américaine de

vente de produits de remise en forme, avant de jeter l'éponge. "C'est assez compliqué de faire du chiffre, rapporte-t-il. Je peux dire que j'ai galéré. En fait, il faut tout gérer de A à Z. Faire de la prospection clients, gérer les ventes, tenir les comptes, et assurer le suivi de ses contacts. Au final, peu réussissent dans la vente directe." ©

VINCENT LONCHAMPT

(1) Le prénom a été modifié.