

Les Français en ont assez d'être dérangés au téléphone. Notre étude exclusive montre que leur aversion au démarchage téléphonique atteint des sommets. Il est grand temps de mettre un terme aux dérives.

DÉMARCHAGE TÉLÉPHONIQUE

Ça suffit!



CYRIL BROSSET, AVEC GRÉGORIE CARET DE
L'OBSERVATOIRE DE LA CONSOMMATION
DE L'UFC-QUE CHOISIR

Des appels qui semblent toujours plus nombreux

Vous pensiez les démarcheurs par téléphone uniquement motivés par l'appât du gain, prêts à tout pour vendre des fenêtres doubles-vitrages ou des panneaux photovoltaïques? Il n'en est rien. Si les téléprospecteurs prennent la peine de chercher nos coordonnées et de nous contacter, c'est uniquement pour notre bien. Sans eux, qui saurait qu'il est possible d'investir dans l'immobilier pour faire baisser ses impôts? Qui nous alerterait sur les bienfaits de l'isolation des combles pour réaliser des économies de chauffage? Qui nous inciterait à changer de prestataire pour diminuer nos factures de gaz, d'électricité ou de téléphone? Les démarcheurs par téléphone prennent tant leur tâche à cœur qu'ils n'hésitent pas à nous appeler et à nous rappeler sur nos fixes et nos portables à toute heure de la journée. Face à tant d'altruisme, les consommateurs font preuve de bien peu de reconnaissance. Sur les forums en ligne, par courrier ou auprès de nos associations locales, ils sont nombreux à exprimer leur ras-le-bol de ce démarchage abusif. Cette aversion semble même atteindre des sommets. Il

suffit de voir le succès de la dernière enquête de l'Observatoire de la consommation (ODLC) de l'UFC-Que Choisir pour s'en convaincre. Avec 11 972 réponses, dont 8 700 reçues dans les deux jours qui ont suivi sa mise en ligne, jamais un questionnaire n'avait autant mobilisé les internautes. Et rarement un sujet n'aura autant fait l'unanimité contre lui.

Un record d'impopularité

Ce que les répondants dénoncent en premier lieu, c'est le nombre d'appels. 78% d'entre eux disent en recevoir au moins deux chaque semaine et la moitié assure être démarchée tous les jours ou presque. Au final, chaque foyer reçoit une moyenne de 4 appels par semaine. Ce chiffre est même plus élevé chez les personnes âgées, cibles privilégiées de certains téléprospecteurs. Les trois quarts des sondés estiment que les appels sont plus nombreux aujourd'hui qu'il y a une dizaine d'années. Qui plus est, ils arrivent en grande majorité au plus mauvais moment. 71% sont souvent dérangés à l'heure du déjeuner et 45% entre 17 et 20 h. Ils sont même 5% à avoir déjà été importunés après 20 h. «J'ai l'impression qu'ils attendent que l'on passe à table ou qu'on ait les mains mouillées pour nous appeler», constate Josette, désabusée. Rien d'étonnant à ce que tous les répondants trouvent cette pratique «agaçante», et même «très agaçante» pour 91% d'entre eux. Face à de telles sollicitations,

ENQUÊTE
SATISFACTION

11 972 internautes ont répondu à notre questionnaire

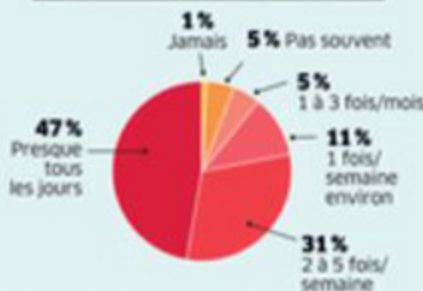
Les Français
disent recevoir
en moyenne
4 appels
par semaine

71 %
déclarent être souvent
démarchés
à l'heure du déjeuner

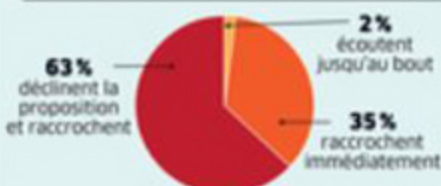
91 %
trouvent ces appels
« très agaçants »

92 %
n'ont jamais donné
suite aux propositions
par téléphone

Enquête réalisée sur la base
de 11 972 réponses à notre
questionnaire sur le
démarchage diffusé sur
Internet entre le 27 octobre
et le 9 novembre 2016.

FRÉQUENCE DES SOLlicitATIONS
COMMERCIALES PAR TÉLÉPHONE

RÉACTIONS À LA RÉCEPTION DES APPELS

DOMAINES D'ACTIVITÉ
DES DÉMARCHEURS (en %)

Consultez l'infographie complète sur
<http://ufcqc.link/dema555>

chacun réagit à sa manière. Si la plupart (63%) déclinent poliment la proposition, 35% raccrochent avant que leur interlocuteur n'ait commencé à parler, voire ne décrochent pas. Seuls 2% écoutent le vendeur jusqu'au bout.

Au-delà du nombre d'appels, les consommateurs dénoncent également le ton agressif de certains téléopérateurs et leur obstination à les rappeler malgré leur refus, le fait que parfois personne ne réponde lorsqu'ils décrochent ou que le vendeur leur cache ses réelles intentions derrière un faux sondage ou un jeu. Au final, seuls 8% des répondants disent avoir déjà donné suite à une proposition faite par téléphone (rendez-vous, achat, souscription d'un abonnement ou autre). Étant donné le nombre d'appels reçus par chacun, c'est très peu, mais visiblement suffisant aux yeux de nombreuses entreprises pour continuer à utiliser ce mode de prospection pour recruter de nouveaux clients.

Une méthode rodée

Appeler à tour de bras des milliers de particuliers ne pose pas de problème. Leur vendre des fenêtres ou des mutuelles est une autre histoire. Mais les téléprospectionneurs ne sont jamais à court d'idées. Économies d'énergie, crédits d'impôts, sondage, participation à une loterie... tous les moyens sont bons pour retenir l'attention. Certains tentent aussi de rassurer en faisant croire qu'ils appellent de la part d'une société reconnue (Orange, EDF

ou autre), d'un service de la mairie ou d'un organisme d'État, alors qu'il n'en est rien.

Une fois le client « capté », il ne leur reste qu'à lui dérouler leur argumentaire. Et là encore, rien n'est laissé au hasard pour amener le prospect à accepter la proposition. En octobre dernier, nous avions décrypté l'un de ces appels après avoir eu accès à l'enregistrement sonore d'une conversation entre un vendeur de forfaits de téléphonie et un octogénaire⁽¹⁾. Nous avions pu constater comment, en seulement 6 minutes, le téléprospectionneur avait réussi à faire souscrire au vieil homme un service de téléphonie dont il n'avait nul besoin. Il lui avait suffi de lui parler abondamment sans lui laisser le temps de poser la moindre question, d'utiliser quelques termes techniques et des expressions rassurantes comme « ne vous inquiétez pas ». Si le vendeur avait largement insisté sur les faibles coûts de communication de son offre, il était en revanche passé beaucoup plus rapidement sur les frais annexes qui rendaient l'offre nettement moins compétitive. Finalement, quelques jours plus tard, le fils du vieil homme avait réussi à faire annuler le contrat au tout dernier moment. Si beaucoup de téléopérateurs cherchent à vendre eux-mêmes des produits ou des services, pour d'autres, la mission se limite à « accrocher » le prospect avant de transmettre ses coordonnées à un commercial. Kevin a été l'un de ces commer-

SIGNEZ
NOTRE
PÉTITION

Vous en avez assez
du démarchage
téléphonique
intempestif.

Aidez-nous à obtenir :

- des contrôles plus nombreux pour une meilleure efficacité du dispositif Bloctel ;
- des sanctions financières plus sévères en cas de démarchage abusif ;
- la mise en place d'un système d'identification des appels à des fins commerciales.

NOTRE NOUVELLE PETITION

[www.change.org/
DemarchageTelephonique](http://www.change.org/DemarchageTelephonique)

>>>

5 QUESTIONS SUR LE DÉMARCHAGE

• À part Bloctel, quelles sont les autres solutions pour limiter le démarchage par téléphone ?

Vous pouvez demander à votre opérateur que vos coordonnées ne figurent pas dans les annuaires ou que celles-ci ne soient pas utilisées à des fins commerciales. Par ailleurs, le fait de répondre à un démarcheur que le titulaire de la ligne est décédé ou que vous êtes locataire peut, dans certains cas, vous éviter d'être recontacté. Enfin, Free et SFR proposent chacun une option gratuite de filtrage des appels non sollicités (efficacité non garantie).

• Le numéro qui s'affiche identifie-t-il vraiment la société qui m'appelle ?

Depuis la loi Hamon de 2014, les sociétés pratiquant le démarchage téléphonique n'ont plus le droit de passer des appels en numéro masqué. Si la plupart se soumettent à cette obligation, d'autres parviennent à afficher sur le téléphone du destinataire un autre numéro que le leur, afin de ne pas être identifiées ou de cacher le fait qu'elles appellent de l'étranger. Bien qu'illégal, cette technique, appelée « spoofing », est assez répandue et facile à mettre en œuvre.

• Pourquoi, alors que mon téléphone a sonné, personne ne répond lorsque je décroche ?

Afin de limiter au maximum les pertes de temps, des sociétés de télémarketing ont recours à des systèmes de gestion des appels qui se chargent de composer automatiquement le numéro du destinataire avant qu'un téléopérateur ne soit disponible. Il peut arriver qu'aucun conseiller ne soit en mesure de prendre l'appel au moment où le destinataire décroche. Ce dernier se retrouve alors sans personne au bout du fil.

• J'ai souscrit une offre à la suite d'un démarchage par téléphone. À partir de quel moment suis-je engagé ?

Le professionnel est tenu de vous faire parvenir une confirmation écrite de l'offre reprenant un certain nombre d'informations telles que son identité et ses coordonnées, le détail de l'offre, les tarifs, l'existence d'un droit de rétractation, la juridiction compétente en cas de conflit, etc. Vous ne serez engagé qu'après avoir signé et renvoyé l'offre ou donné votre consentement par voie électronique.

• Après m'avoir démarché par téléphone, un commercial est venu chez moi et m'a vendu des fenêtres. Puis-je me rétracter ?

Vous disposez de 14 jours pour renoncer à votre achat sans qu'aucuns frais ne puissent vous être facturés. Le vendeur est d'ailleurs tenu de vous remettre un bon de rétractation au moment de la signature. En outre, il ne peut encaisser aucun paiement pendant 7 jours. En cas d'abus de faiblesse, l'entreprise est passible d'une amende de 375 000 €.

BLOCTEL

Un bilan mitigé

Le gouvernement a beau se féliciter du succès de Bloctel, la liste antidémarchage lancée en juin 2016 doit encore faire ses preuves.

Six mois après le lancement de la liste antidémarchage Bloctel, Martine Pirville, la secrétaire d'État à la Consommation, avait le sourire. Avec 6 millions de numéros de téléphone recensés et 2,7 millions de personnes protégées à la mi-décembre, Bloctel est un incontestable succès populaire. Du côté de l'efficacité, en revanche, le bilan est plus mitigé. Si 60% des inscrits à Bloctel ayant répondu à l'enquête de l'Observatoire de la consommation de l'UFC-Que Choisir disent avoir constaté une baisse du nombre d'appels, c'est en général dans une proportion négligeable.

Seulement 18% d'entre eux trouvent que les appels ont « beaucoup baissé ». Quant aux 40% restants, ils n'ont pas vu de changement. Parmi eux, 5% auraient même noté une hausse des appels.

Le suivi ? Quel suivi ?

L'autre point noir concerne les réclamations. La plupart des personnes ayant signalé à Bloctel des numéros les ayant démarchés sont insatisfaites. 29% d'entre elles trouvent la procédure compliquée. Chaque signalement nécessite en effet la transmission d'une série de renseignements dont certains ne sont pas évidents à obtenir, comme le numéro de

EN PRATIQUE

Conformément à la loi du 17 mars 2014, toutes les entreprises pratiquant le démarchage par téléphone doivent adhérer à Bloctel et transmettre leurs fichiers, afin qu'en soient retirés les numéros figurant sur la liste antidémarchage à laquelle tout consommateur peut s'inscrire.

COMMENT S'INSCRIRE

Simple, rapide et gratuite, l'inscription se fait en ligne sur Bloctel.gouv.fr. Ceux qui n'ont pas Internet peuvent écrire à : Liste Bloctel, 6, rue Nicolas-Siret, 10000 Troyes. Le temps que les entreprises mettent à jour leurs fichiers, un mois est nécessaire avant une pleine efficacité. L'inscription est à renouveler tous les 3 ans.

CE QUE BLOCTEL EST CENSÉ STOPPER

La grande majorité des appels visant à vendre un bien ou un service, qu'ils soient passés sur le fixe ou le portable.

CE QUE BLOCTEL N'ARRÊTE PAS

- Les appels provenant d'associations caritatives, de sociétés vendant journaux, périodiques et magazines ou réalisant des études et des sondages.
- Les appels passés sur des lignes professionnelles.
- Les appels issus de sociétés dont vous êtes clients (opérateur de téléphonie, fournisseur de gaz...).
- Les appels de sociétés que vous avez autorisé à vous contacter. Attention, cet accord ne vaut que pour un service ou un produit précis et a une durée limitée à 3 mois.
- Les communications générées par des automates d'appels. Vous



l'appelant, le nom de la société ou son domaine d'activité (lire encadré ci-dessous). Mais ce que tous déplorent, c'est l'absence de suivi. Après avoir reçu un e-mail leur confirmant la prise en compte de leur réclamation et sa transmission aux services de la répression des fraudes, aucun d'entre eux n'a été informé des suites données à sa plainte. À la mi-décembre, seules

500 entreprises avaient adhéré au système et deux avaient été sanctionnées pour avoir démarché illégalement des numéros inscrits sur Bloctel. C'est très peu. Mais pour Martine Pinville, ce n'est qu'un début : 80 autres sociétés seraient dans la ligne de mire de ses services et la secrétaire d'État promet un renforcement des contrôles en 2017.

Des efforts à confirmer

Pour que les appels diminuent, il faudrait aussi que les amendes soient plus dissuasives (elles sont plafonnées à 75 000 €) et, surtout, que les noms des récalcitrants et/ou des sociétés adhérentes à Bloctel soient rendus publics. Mais pour l'heure, le ministère s'y refuse. ♦

pouvez les signaler à la Cnil (Commission nationale de l'informatique et des libertés, 3, place de Fontenoy, 75007 Paris ou <https://www.cnil.fr/fr/plaintes>).
 • Les messages non sollicités reçus par SMS ou par MMS. Vous pouvez les transférer au 33700, la plateforme de lutte contre les spams vocaux et SMS.
 • Les appels vous incitant à rappeler un numéro surtaxé (spam vocal), y compris ceux pour lesquels aucun interlocuteur ne se trouve au bout du fil (ping-call). Ces appels peuvent aussi être signalés au 33700 (voir 33700.fr pour plus d'informations).
 • Les messages non sollicités reçus par e-mail. Rendez-vous sur Signal-spam.fr pour en savoir plus.

COMMENT DÉPOSER UNE RÉCLAMATION

1. Assurez-vous qu'il s'agit bien d'une tentative de démarchage

prise en charge par Bloctel (voir ci-dessus). Bien sûr, votre numéro de téléphone doit être inscrit sur Bloctel.
 2. Récoltez un maximum d'informations, notamment le numéro de l'appelant, le secteur d'activité de l'entreprise et, si possible, son nom.
 3. Sur le site Bloctel.gouv.fr, connectez-vous à votre espace personnel et remplissez un formulaire de réclamation en indiquant les éléments récoltés ainsi que la date et la plage horaire de l'appel, et le numéro de la ligne sur laquelle vous avez été contacté. Vous pouvez ajouter, si vous l'avez, le nom de la personne qui vous a appelé.
 4. Une fois traitée et validée par les services de Bloctel, votre réclamation sera transmise à la DGCCRF (Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes).

» a vendu du vin dans les départements du Val-de-Marne (94) et de Seine-et-Marne (77) pour le compte d'une société strasbourgeoise. « Des téléopérateurs basés au Maroc repéraient dans l'annuaire les personnes dont le prénom laissait à penser qu'elles étaient âgées de plus de 50 ans et les appelaient en se faisant passer pour une société de sondage réalisant une enquête sur le thème du vin. Je devais rappeler ceux qui habitaient mon secteur et leur proposer, pour les remercier, de leur remettre un cadeau, en l'occurrence un calendrier. Évidemment, il ne s'agissait que d'un prétexte pour leur vendre du vin. » Une fois au domicile des prospects, Kevin appliquait la méthode que lui avait enseignée son responsable. « La technique consistait à offrir aux personnes quelques bouteilles d'un vin qui leur faisait envie et de leur vendre en parallèle d'autres bouteilles à des prix exorbitants.

« Il m'est arrivé de facturer 400 € des bouteilles qui en valaient 70 »

Il m'est arrivé de facturer jusqu'à 400 € des bouteilles qui n'en valaient que 70. Il suffisait pour cela de leur certifier qu'il s'agissait de très grands crus, d'évoquer des noms prestigieux comme Pommard ou Châteauneuf-du-Pape et de leur assurer qu'avec ces bouteilles, ils feraient à coup sûr des heureux. Si, après deux heures de discussion, ils hésitaient encore, je leur faisais comprendre que je débute dans le métier, que ce serait bien s'ils pouvaient m'aider et je leur proposais de leur facturer les frais de port à 29 € au lieu de 159 €, alors que ceux-ci avaient toujours été à 29 €. Ils finissaient souvent par m'acheter un ou deux cartons, beaucoup plus parce que j'avais été gentil avec eux que par réelle nécessité. »

DRING DRIIIIING
ET ÇA Y EST! DRIIIIING

IL SUFFIT D'AVOIR LES MAINS DANS LA VAISSELLE POUR ÊTRE DÉRANGÉ

RÉPONDONS...

C'EST PEUT-ÊTRE POUR TE VENDRE UN LAVE-VAISSELLE!



VÉCU

Dans la peau d'un téléprospecteur

Que se passe-t-il à l'autre bout de la ligne lorsqu'on est démarchés? Pour le savoir, nous nous sommes infiltrés incognito dans l'équipe de téléprospection d'une société spécialisée dans la rénovation de l'habitat.

LUNDI 5 DÉCEMBRE

11 h : « Ce n'est pas un travail facile »

Il aura suffi d'un CV amélioré et d'une lettre de motivation pour que le responsable du recrutement de la société nous appelle et nous fixe un rendez-vous deux jours plus tard au cœur d'une zone commerciale de la région parisienne. La responsable télémarketing nous accueille dans ce qui a dû servir un jour de showroom et nous amène au premier étage où

une dizaine de jeunes téléprospectrices sont déjà au travail. Céline⁽¹⁾ entre dans le vif du sujet : « Votre travail consistera à appeler des gens pour les convaincre de fixer un rendez-vous avec l'un de nos commerciaux. Pour cela, vous vous appuyerez sur ce script, dit-elle en tendant une feuille. Vous leur direz que nous nous implantons dans leur ville et qu'ils ont été sélectionnés pour participer à un tirage au sort pour gagner des fenêtres ou des volets. » Puis elle enchaîne

sur les horaires (10h30-13h/17h30-20h du lundi au vendredi) et les conditions salariales (1047 €/mois + primes en fonction du nombre de ventes générées). Notre manque d'expérience? « Ce n'est pas un problème. Ce qu'il faut avant tout, c'est une bonne diction et de l'envie, car ce n'est pas un travail facile. »

11 h 30 : « J'ai la rage »

La présentation terminée, Céline nous fait écouter des

conversations en cours, notamment celles de Samia. « C'est une chance pour vous d'être appelée aujourd'hui, insiste celle-ci auprès d'une femme dubitative. Nous ne vous recontacterons pas une deuxième fois. » Après une longue réflexion, la dame accepte de participer au jeu. Mais la satisfaction de Samia est de courte durée. « Elle met deux minutes à se décider et, au final, elle me dit qu'elle est locataire, souffle-t-elle après avoir raccroché. J'ai la rage. »

MERCREDI 7 DÉCEMBRE

10 h 30 : « On risque de grossir »

À la demande de Céline, nous revenons deux jours plus tard. À notre arrivée, l'équipe est en train de se faire remonter les bretelles. « Vous devez écouter les personnes, lance Céline. Si elles vous disent que changer leurs fenêtres n'est pas dans leurs projets immédiats, c'est que c'est dans leurs projets. Dites-leur qu'il s'agit juste d'une information, insistez sur le fait que l'on vient de province, que la société existe depuis vingt ans, qu'on est fabricant-installateur français. Tout cela contribue à les rassurer. Mais encore faut-il y croire. Dites-vous que si la personne dit oui, c'est pour vous et pas pour le produit. » Avant d'ajouter : « Je vous rappelle que chacune d'entre vous qui générera cinq ventes touchera une prime de 400 € et que celles qui n'auront pas

déclenché de rendez-vous de la journée apporteront le petit-déjeuner demain. » « On risque de grossir », craint l'une de ses adjointes.

11 h 30 : « Le tirage au sort ? Un projet lointain »

Il est temps de passer nos premiers appels. Pendant que le système compose automatiquement un numéro, le nom et l'adresse de l'interlocuteur s'affichent. À chaque fois qu'une personne répond, nous déroulons notre argumentaire. À la fin de la communication, il faut qualifier l'appel selon la nomenclature suivante : « locataire », « refus » ou « répondeur ». Si les locataires et les personnes ayant décliné l'offre ne seront pas rappelés de si tôt, les numéros ayant hérité de la qualification « répondeur » seront automatiquement

recomposés dans les jours suivants. Or, la responsable nous demande de classer aussi dans cette catégorie les prospects mécontents. « Comme cela, nous les rappellerons. Avec un peu de chance, ils seront dans de meilleures dispositions », nous explique l'adjointe de Céline. Avant de nous en dire plus sur le fameux tirage au sort : « Oh, c'est un projet lointain. Le but, c'est surtout de capter l'attention. »

12 h 30 : « Vous n'avez pas une voix de retraité »

Beaucoup de personnes sur répondeurs, une flopée de refus plus ou moins polis, quelques erreurs de numéro... après plus d'une heure passée au téléphone et une trentaine d'appels infructueux, le bilan n'est guère réjouissant. Jusqu'à ce qu'un certain Paul nous dise que oui, vraiment, il aimerait bien gagner des volets. Comme convenu,

nous passons la main à une collègue plus expérimentée pour qu'elle « valide l'inscription » et tente de caler un rendez-vous avec un commercial. « Puisque vous êtes intéressé par des volets, j'imagine que vous avez un projet de rénovation », lance-t-elle à Paul avant de lui faire miroiter des gains d'argent (« vous savez que vous pouvez bénéficier d'un crédit d'impôt de 30% ») et de multiplier les compliments gratuits (« vous n'avez vraiment pas une voix de retraité »). Pourtant, après avoir raccroché, l'experte se montre sceptique. « Il a déjà fait faire deux devis pour ses volets. Comme nous sommes plus chers que les concurrents, je crains que cela ne soit pas très bon pour la suite. » À 13 h, Céline nous propose un contrat. Nous déclinons l'offre.

(1) Les prénoms ont été changés.



Le centre de téléprospection où nous avons été présentés à l'embauche. 1047 €/mois + primes en fonction des ventes.



Retrouvez notre reportage en caméra cachée sur <http://ufcqc.link/camcach555>



COMPLÉMENTAIRES SANTÉ

Des courtiers qui passent en force

Pour recruter des adhérents, les complémentaires santé (un marché rentable et concurrentiel) ont recours au démarchage par téléphone. Et elles peuvent confier cette tâche à des courtiers, rémunérés sur le nombre de contrats « rentrés ». D'où des risques de dérapages.

ARNAUD DE BLAUWE [ADEBLAUWE@QUECHOISIR.ORG]

Il y a quelques mois, *Que Choisir* relatait l'histoire de Suzanne V. (QC n° 550, p. 66). Contactée par MGF, courtier des Alpes-Maritimes, elle s'était retrouvée adhérente de Praeconis, une mutuelle immatriculée à Vesoul (Haute-Saône), sans avoir donné son consentement. Elle avait toutefois réussi à résilier. À la lecture de ce témoignage, Rodolfo Amore, Niçois de 78 ans, bondit. « J'ai vécu la même situation », raconte-t-il. Tout débute le vendredi 30 juin. Rodolfo, assuré pour la santé chez Allianz, dépose un dossier à la Caisse primaire d'assurance maladie (CPAM) de Nice : « J'avais appris que le niveau de mes ressources me permettait d'obtenir une aide financière pour payer la cotisation de ma complémentaire. J'ai fourni tous les documents demandés. » Dès le lundi, le retraité est contacté par un certain Marco A., qui prétend travailler pour la CPAM. « Il m'a demandé divers renseignements, ce à quoi je lui ai répondu qu'il les avait déjà, se souvient Rodolfo. Il a insisté et m'a dit qu'il fallait que l'on se rencontre. » Rendez-vous est pris pour le 5 juillet. Mais, avant cette date, il reçoit un courrier de Nissa courtage – avec qui il n'avait jamais été en contact – lui notifiant qu'il a adhéré « par voie électronique » à une nouvelle mutuelle lors d'un entretien avec « le conseiller Marco A. ». « J'ai annulé le rendez-vous mais Allianz m'a expédié un courrier m'informant que ma résiliation était actée, poursuit

le retraité. Interloqué, je les appelle : le courrier de résiliation leur avait été envoyé par Nissa courtage ! » Puis Rodolfo reçoit le certificat d'adhésion auprès de Praeconis. La cotisation pour 2017 s'élève à 1293,24 €, soit 107,77 € par mois. Hospitalisé, Rodolfo ne signale que le 7 septembre à Praeconis n'avoir jamais souscrit de complémentaire. Il s'aperçoit aussi que 12 € lui ont été prélevés pour frais de dossier, alors qu'il n'a jamais communiqué ses coordonnées bancaires. Il fera annuler le prélèvement. Ce sera plus compliqué pour l'adhésion. La mutuelle lui oppose d'abord un délai de rétraction de 14 jours dépassé, avant d'accepter la résiliation fin septembre.

Le dépôt d'une plainte fait effet

Le fait que Rodolfo ait signalé avoir porté plainte n'y est peut-être pas étranger. Mais dans ce dossier, difficile d'y voir clair : Nissa courtage est situé dans un immeuble de bureaux, près de la gare de Nice. Or, sur sa boîte aux lettres figure aussi le nom de MGF groupe, pourtant domicilié à Biot (06). De plus, les deux entités ont le même numéro de téléphone. Autre question, comment des données confiées à la CPAM, organisme public, sont-elles parvenues à des sociétés privées ? Ni Praeconis ni Nissa courtage n'ont donné suite à nos sollicitations. Rodolfo est retourné chez Allianz. Et la CPAM lui a versé une aide de 500 €. ♦



» Le jeune homme décrit également la stratégie imaginée par la société pour contourner la législation. « Normalement, quand on démarché à domicile, on n'a pas le droit d'encaisser le moindre paiement à la commande. Mais mon responsable, lui, ne voulait pas que je quitte le domicile sans le ou les chèques correspondant à la somme facturée. Nous avons ensuite pour consigne d'envoyer les documents au siège de la société en utilisant deux enveloppes distinctes, une pour le bon de commande et une autre pour les chèques et le récépissé. Nous devions poster ces deux enveloppes depuis deux villes différentes, afin d'éviter de se faire prendre en cas de contrôle. Le bon de rétractation, lui, nous le laissions bien aux clients, mais dès qu'ils essayaient de l'utiliser, je les appelais pour leur signifier que des frais à hauteur de 20% de leur commande leur seraient retenus. Ça en décourageait plus d'un. » Dégoûté par un système qu'il ne cautionne pas, Kevin finira par démissionner. La société de vente, elle, poursuit son activité.

Des condamnations rarissimes

Pourquoi se priver ? En matière de démarchage, les poursuites judiciaires sont rares et les condamnations exceptionnelles. L'une des plus grosses affaires en cours se trouve actuellement instruite au tribunal de grande instance de Bordeaux (33). Plusieurs petits opérateurs sont soupçonnés d'avoir abusé de personnes âgées pour leur faire souscrire des abonnements de téléphonie. Après avoir centralisé des centaines de plaintes en provenance de toute la France, la Direction départementale de la protection des populations (DDPP) a transmis le dossier au parquet et une instruction a été ouverte, notamment pour escroquerie et usurpation d'identité. Orange s'est même jointe à la procédure. Il faudra néanmoins faire preuve de patience. Vu le nombre de victimes, l'affaire ne sera pas jugée avant plusieurs mois. ♦

(1) Document sonore disponible sur Quechoisir.org/actualite/demarchage-telephonique-la-technique-des-vendeurs-decryptee-15491