



Vente en réunion : Après les réunions Tupperware, les réunions Bonduelle

publié le 06/06/2015 - mis à jour le 08/06/2015

Descriptif :

Contrairement aux idées reçues, la vente en réunion à domicile, que l'on connaît sous le nom de « réunion Tupperware », est un secteur dynamique, qui progresse en France.



La vente en réunion : un secteur dynamique

20 ambassadrices Bonduelle parcourent la région Nord Picardie. Elles organisent chez des hôtes des ateliers culinaires. Objectif : apprendre aux clientes à mieux cuisiner les légumes. Depuis trois mois, Phildar le spécialiste du tricot s'est doté de coach de créativité pour aller chez ses clientes.

Des légumes Bonduelle dans votre salon ? L'idée paraît saugrenue. Et pourtant, le leader mondial du légume vient de se lancer dans ce nouveau mode de distribution : la vente en réunion, à la façon de Tupperware. Le géant du petit pois n'espère pas doper ses ventes de cette manière. « Les gens ne savent plus cuisiner du légume. Il s'agit de faire redécouvrir le produit autrement », explique Sandrine Vidallet, responsable de la vente à domicile. Déjà 20 ambassadrices ont été recrutées pour animer des ateliers culinaires autour de lots de produits Bonduelle et Cassegrain, dont bon nombre ne sont pas vendus en grande distribution. Elles sont payées 15 à 20 % des produits vendus. Quant à l'hôtesse qui accueille ses amis et l'ambassadrice Bonduelle, elle est rémunérée en produits. Le dispositif débute dans la région Nord-Picardie. Il a vocation à être répliqué dans le Sud-Ouest, avant une extension à toute la France. Sur les premiers retours d'expérience, les ventes sont significatives puisque chaque réunion génère une moyenne de 400 euros de ventes.

Apprendre à tricoter

Dans le Nord-Pas-de-Calais, un autre acteur se lance aussi dans ce circuit privé. Phildar, le spécialiste du tricot, ouvre son « kit Philbox » de modèles prêts à réaliser, à des « Creativ' coaches » depuis trois mois. « Beaucoup de gens veulent tricoter. Mais s'ils sont vite tentés, ils sont aussi vite perdus dès qu'ils ont raté un point », explique Frédérique Hébert, responsable des ventes à domicile de l'entreprise roubaisienne. D'où l'intérêt d'ateliers à la fois conviviaux et d'initiation pour rassurer les clients, et relancer l'image du tricot. Le panier moyen s'établit entre 30 et 100 euros par cliente pour l'heure. L'intérêt de la vente directe ne se dément pas. « Notre secteur de distribution répond totalement aux attentes des consommateurs qui recherchent la confiance dans les produits, la convivialité, l'humain, la qualité », relève Jean-Laurent Rodriguez, porte-parole de la filière. Les secteurs concernés sont vastes, entre la cosmétique, le textile, l'amélioration de l'habitat, la décoration intérieure, l'oenologie ou la gastronomie. Et

les grandes marques s'intéressent de plus en plus à ce mode de distribution qui affiche le taux de fidélisation du client le plus élevé, et une forte rentabilité. Securitas, Yves Rocher, Numéricable se sont lancés et d'autres se préparent. Le secteur représente à lui seul un chiffre d'affaires de 4 milliards d'euros, soit le troisième circuit en France, avec 600.000 emplois revendiqués en 2013. Un accord de branche avait été signé en 2010 entre la fédération de la vente directe et le ministère de travail, affichant la promesse de 100.000 emplois. Il était notamment question d'ouvrir les instituts de formation à la vente directe. C'est ce qui s'est produit avec 103.000 emplois créés en moins de quatre ans affirme la fédération. Les effectifs ont même progressé de 7% en 2013, un peu moins l'an dernier. L'accord a été renouvelé fin 2013 avec Pôle Emploi mais cette fois sans objectif quantitatif.

Complément de revenus

Dans le Nord-Pas-de-Calais, Patrice Jacquelin, président régional de la fédération mais aussi président de Guy Demarle (accessoires de cuisine), table sur 3.000 à 3.500 créations d'emplois régionaux dans l'année. « Il s'est déjà créé 2200 emplois nets dans la région en 2013. Nos entreprises n'ont pas de limite de structure pour recruter et l'action de Pôle Emploi est très importante auprès de notre secteur » se félicite-t-il. Un premier forum de l'emploi vient de se tenir à Marcq-en-Baroeul en avril, orientés vers les demandeurs d'emploi. La vente directe une réponse anti-crise pour des personnes dans des situations très variées ? Les postes sont pour une large part des emplois complémentaires, autour du statut de VDI (vendeur à domicile indépendant), créé par Martine Aubry en 1993. Un tiers des effectifs de la vente directe relèvent ainsi du complément de revenu, autour de 300 à 400 euros par mois. Un autre tiers des personnes exercent en multi-activité, pour compléter un revenu faible. Enfin, le dernier un tiers des vendeurs fonctionne à temps plein, avec une moyenne de 2.000 euros bruts par mois. « La vente directe ne correspond plus aux représentations dont elle était l'objet il y a 20 ou 30 ans », juge Jean-Laurent Rodriguez, qui souligne l'adéquation des emplois au profil des nouvelles générations, soucieuses d'indépendance, mais aussi des seniors voire même de personnes handicapées, en panne de solution professionnelle.

En savoir plus sur [le site Les Echos](#)



**Académie
de Poitiers**

Avertissement : ce document est la reprise au format pdf d'un article proposé sur l'espace pédagogique de l'académie de Poitiers.

Il ne peut en aucun cas être proposé au téléchargement ou à la consultation depuis un autre site.