

Ne vous laissez pas embo

Ventes à l'intimidation, faux rabais, malfaçons...

Depuis des années, nous dénonçons les abus de certains cuisinistes. Notre nouvelle enquête montre que ce commerce génère toujours de nombreuses plaintes.

En matière de cuisines intégrées, il y a parfois loin du rêve à la réalité. Le rêve, c'est la débauche de photos, de commentaires et de publicités lyriques innombrables dans les magazines consacrés à la maison et, bien sûr, dans les catalogues des fabricants. Tout y est « *calme, luxe et volupté* ». Aujourd'hui, en effet, la cuisine est bien plus qu'une pièce fonctionnelle : c'est un lieu où l'on « *rencontre, communique, échange* ». Pour un peu, on y dormirait ! Les publicitaires ont bien compris cet engouement. Ils vantent leurs cuisines avec des mots qui font mouche – « *convivialité* », « *harmonie* », « *authenticité* » – quand ils ne vont pas jusqu'à délirer comme sur le site de Cuisines Plus, où le modèle Antarctique « *se targue de silhouettes à faire pâlir les grandes stars* ».

Les commerciaux attisent les désirs

Ce verbiage très élaboré joue sur des pulsions profondes, qui associent chez de nombreux consommateurs cuisine et foyer, cuisine et famille, et même cuisine et bonheur ! Une identification qui explique, en grande partie, l'efficacité des méthodes psychologiques de vente basées sur un jeu subtil d'excitation du désir – « *Choisissez votre cuisine idéale* » – et de frustrations – « *C'est notre dernier prix, ne laissez pas passer l'occasion* ». Certes, le marché est porteur,

comme disent les économistes, puisque le taux d'équipement atteint 55,6 % des ménages français, majoritairement propriétaires de leur logement, et que les prévisions sont optimistes : 61,6 % d'équipement en 2010, selon l'Institut de promotion et d'études de l'ameublement (Ipea). Rien d'étonnant à ce que de nouveaux acteurs comme Darty désirent occuper une place auprès des Vogica, Hygena, Mobalpa, Cuisinella et autres Cuisines Plus. Ces spécialistes couvrent 62 % du mar-

ché. Si l'on ajoute les artisans, et surtout les grandes surfaces de bricolage et d'habitat telles que Ikea, Lapeyre, But, Conforama, etc. qui vendent notamment des cuisines en kit, l'offre est abondante. Cependant, attention : installer soi-même sa cuisine ne permet pas de bénéficier de la TVA à taux réduit.

Tout serait pour le mieux dans le meilleur des mondes des cuisinistes si la réalité de l'achat ne venait si souvent contredire le rêve. Ce n'est pas la première fois que notre magazine dé-

LES RÉSULTATS DE NOTRE ENQUÊTE

Vous avez été 400 environ à répondre au questionnaire concernant vos achats de cuisine que nous avons mis en ligne sur le site de «60», entre février et début juin.

77 % DE MÉCONTENTIS

C'est l'une des conclusions issues de vos réponses à notre questionnaire. Si la moitié des acheteurs en grandes surfaces de bricolage ont eu des problèmes, 77 % des clients ont eu à déplorer des produits manquants, ne correspondant pas à la commande ou des malfaçons. Pas très réjouissant !

10 SEMAINES DE RETARD EN MOYENNE

Pas non plus de quoi pavoiser concernant les retards. Alors que les délais annoncés pour la fin des travaux sont de huit semaines en moyenne, les délais réels sont de... dix-huit semaines, soit dix semaines de retard !

25 % DES CLIENTS SOUS PRESSION

Un quart des clients estime avoir été mis sous pression par le vendeur. Précisons que 60 % des lecteurs qui nous ont répondu ont fait cet achat chez un cuisiniste, 35 % dans une grande surface spécialisée (GSS). 82 % ont bénéficié de remises (seulement un tiers en GSS). Moins d'un quart de notre échantillon a souscrit un crédit, 43 % ont payé moins de 20 % après la pose, mais 7 % (quand même !) ont payé l'intégralité, cuisine et pose, au moment de la commande !



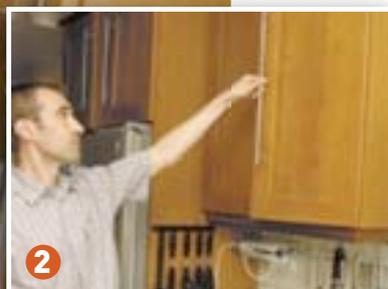
P. SITTNER/RÉA/«60»

1

nonce les abus innombrables qui sévissent dans ce commerce. De quoi refroidir l'enthousiasme des clients à qui l'on avait promis une cuisine stylée et rutilante, et à qui l'on offre un chantier interminable et des factures injustifiées.

Bien sûr, l'achat d'une cuisine n'est pas toujours synonyme de catastrophe ou de problèmes. Mais si l'on ne perd pas à tous les coups, les risques de se voir embarqué dans un litige sont loin d'être négligeables. Comment le savons-nous ? C'est vous, lecteurs, qui l'affirmez, non seulement dans votre courrier, mais également dans l'enquête

biner par les cuisinistes !



Dix-huit malfaçons pour Hygena !

La cuisine achetée par Nicolas Venne chez Hygena, en janvier 2006, et installée chez lui à Vanves (92) n'est pas un chef-d'œuvre de finition. Pas moins de dix-huit malfaçons ont été recensées après la pose. Par exemple, le meuble n'a pas été coupé droit au-dessus du plan de travail et il n'est pas aligné avec les fours (1). Une porte voilée a dû être remplacée (2). L'intérieur des tiroirs présentait des trous de perceuse (3). La hotte mal fixée n'était pas stable (4). Du mauvais bricolage indigne de professionnels.

que nous avons lancée sur notre site, et à laquelle vous avez été plus de quatre cents à répondre. Ses principaux enseignements figurent dans notre encadré, ci-contre. Si vous vous apprêtez à acquérir une cuisine intégrée, ne vous précipitez donc pas sur la première offre sans lire nos mises en garde et nos conseils.

Pris dans les mailles du magasin

Stéphanie C. s'est rendue avec son ami chez Vogica à Saint-Priest (69). « Le vendeur nous a retenu six heures pour un devis, explique-t-elle. Malgré notre caractère fort, nous sommes par-

tis en colère, et moi avec quelques sanglots. Incroyable ! » Pas si incroyable que cela. Car les vendeurs de cuisines, payés en partie à la commission, ne lâchent pas facilement un client quand ils le tiennent. Lorsqu'il s'agit de caser une installation à 10 000 € ou plus, les bons sentiments restent au vestiaire. Pourtant, des bons sentiments, les cuisinistes en ont à revendre. Ne vont-ils pas jusqu'à débusquer les clients à domicile, avec la promesse téléphonique d'un cadeau, genre service de table ou ménagère, à venir retirer au magasin ? En réalité, si le client a gagné quelque chose, c'est

surtout le droit d'être harcelé sur place, d'abord avec sourires et ronds de jambe ; ensuite, s'il résiste, avec une insistance qui peut virer à la brutalité (lire notre reportage à la Foire de Paris, page 21).

Un grand classique : le marchandage insistant

Quand l'intimidation ne suffit pas, le procédé du marchandage vient en renfort. Jonathan A. s'est ainsi laissé forcer la main par un vendeur du magasin Cuisines Plus à Barentin (76). « Le commercial m'a poussé à signer tout de suite le bon de commande en proposant une

remise de 47 %, soit une cuisine à 4 750 €. Il a affirmé que c'était une offre exceptionnelle, que si l'on attendait, la remise serait proposée à d'autres clients. Alors, j'ai signé. » Cette technique, qui consiste à gonfler le prix initial pour, ensuite, accorder des rabais défiant toute concurrence, est un grand classique. En réalité, c'est le miroir aux alouettes. Un ancien vendeur le confirme : « Une "casse" de 35 % est prévue pour l'offre exceptionnelle qui sera présentée au client par le directeur. Si cela ne suffit pas, une seconde "casse" de 5 % est au programme. »

Comment ne pas craquer devant le plan en perspective de votre future cuisine, un travail réalisé par des dessinateurs spécialisés, qui ont pris la peine de donner un contour plausible à votre rêve ? Assortie d'un rabais exceptionnel, cette "œuvre d'art", ou presque, a tout pour déclencher la décision d'achat. Prudence si vous n'êtes pas sûr de vous ! Car, derrière les manières accortes du vendeur, son objectif est de vous faire signer un engagement en souscrivant un "crédit maison" (sur lequel il perçoit parfois une commission), ou vous faire verser un (gros) acompte. Les plus malins obtiennent l'intégralité du paiement à la commande. Avec le bon de commande dûment signé par le client, les cuisinistes n'offrent pas les

mouchoirs. Pourtant, le client en aurait besoin, car l'affaire étant bouclée, les ennuis commencent. Premier problème : la prise des mesures exactes au domicile, qui génère souvent des "adaptations", comprenez des augmentations de prix.

Après la signature, les désillusions

Pour Laurence R., ça a même été pire : « *J'avais acheté une cuisine chez Vogica à Claye-Souilly (77). Nous l'avons choisie avec un commercial et nous avons eu le tort de signer la commande croyant à un simple devis. Quelque temps plus tard, on nous annonce que le commercial s'était trompé, les éléments choisis n'existaient plus. Nous avons fini par accepter une cuisine de remplacement,*

mais plus chère : 17 000 € au lieu de 13 000 € ! »

Le métré est parfois approximatif, voire complètement fantaisiste, y compris en ce qui concerne les passages de tuyauteries ou les raccordements d'appareils. Françoise S., de Mussy-sous-Dun (71), a été sidérée d'apprendre qu'elle ne pouvait pas sortir son four de sa niche pour le faire réparer, car un meuble posé par son cuisiniste en bloquait le passage, suite à une erreur de mesure ! L'amateurisme paraît à peine croyable au vu des témoignages de consommateurs excédés par le bâclage et la négligence de soi-disant professionnels. Secret de Polichinelle : certains cuisinistes n'hésitent pas à recourir à de la main-d'œuvre clandestine !

En général, une cuisine type est livrée en quatre ou cinq semaines. Pourtant, les délais de plusieurs mois ne sont pas rares. Magaly Mazenq, parisienne, a patienté sept mois, presque la durée d'un accouchement qui, dans son cas, a été difficile (*voir photos ci-dessous*). En effet, les cuisinistes annoncent des délais optimistes aux clients pour ne pas rater la vente. Le chèque d'abord, on verra ensuite. Mais les fournisseurs, eux, travaillent à leur rythme.

Un chantier désastreux

Attendre sans cuisine, ce n'est déjà pas drôle, surtout quand on a des enfants. C'est encore pire lorsque le livreur vous apporte des éléments dépareillés, non conformes à la commande ou abîmés. Les témoignages sont innombrables. De même, les protestations contre les malfaçons lors de la pose. Nicolas Venne, de Vanves (92), en a recensé dix-huit, pas une de moins, sur la cuisine achetée chez Hygena (*voir page 19*). Patrick K., client de Mobalpa les Halles, à Paris, a eu droit à des meubles mal coupés, un plan de travail rayé, une hotte non raccordée... Une fois, c'est un interrupteur qui est oublié, une autre fois, des portes qui ferment mal, des meubles qui ne sont pas alignés, des trous et des fissures dans les murs, etc. Jacques Broche, secrétaire général du Syndicat national de l'équipement de la cuisine (Sneq) est catastrophé par ces pratiques généralisées dans certaines enseignes ayant pourtant pignon sur rue. « *On en a vraiment assez, s'exclame-t-il, de ces méthodes d'un autre temps qui ternissent l'image de tous les vendeurs de cuisine.* » Son syndicat, qui ne regroupe que 380 points de vente sur 2 000 environ, répertoriés sur (*Suite page 22*)

La galère Vogica

Magaly Mazenq, parisienne, n'a pas hésité à investir plus de 12 000 € dans sa cuisine. Son chèque a été encaissé immédiatement, les ennuis sont venus ensuite : délais d'installation non respectés, pose bâclée, casse et vol de matériel ! Exemples : la hotte électrique, installée en dépit des règles de sécurité, n'avait pas de prise de terre (1). Le carrelage était cassé en plusieurs endroits (2). Quel gâchis !



P. SITTIER/RÉA/«60»

VENTE PIÉGÉE À LA FOIRE DE PARIS

Les cuisinistes ne laissent rien au hasard et leurs méthodes de vente sont bien rôdées. Deux de nos enquêteurs se sont fait passer pour des clients sur le stand Vogica de la Foire de Paris. Quatre heures d'acharnement commercial résumées...

ÉTAPE N° 1 :

FAITES-VOUS PLAISIR

Notre couple désire changer de cuisine. Il vient donc se renseigner sur les prix. « *Les prix ? Nous verrons plus tard*, dit la vendeuse. *Ce qui compte, c'est de choisir la cuisine idéale, celle qui vous fait plaisir. Ensuite, on l'adaptera à votre budget.* » Objectif, attiser le plaisir, le désir, le rêve. À bas les frustrations, la vie est courte ! Oui, mais les crédits sont longs. Une dure réalité que les vendeurs ont pour tâche de faire oublier jusqu'à la signature du bon de commande.

ÉTAPE N° 2 : NOUS SOMMES LES MEILLEURS

« *Enfin, voyons, Vogica, c'est le haut de gamme !* », affirme la vendeuse à notre couple, qui a eu l'idée saugrenue d'évoquer les cuisines de chez Ikea à monter soi-même. Comme si l'on pouvait comparer ! Évidemment, si madame veut des meubles qui durent moins de cinq ans ! Cela dit, sans vouloir dénigrer la concurrence... Dans la foulée, notre couple a droit à un cours magistral sur Vogica, grande société, gage de sérieux et de fiabilité. « *Chez Vogica, glisse la vendeuse, les meubles de cuisine ont des charnières Ferrari, monsieur comprendra...* » La seule société dont tous les vendeurs sont aussi des décorateurs. C'est dire !

ÉTAPE N° 3 : CONCEVONS LA CUISINE IDÉALE

L'idéal, c'est ce qu'il y a de plus cher, évidemment. Mais la vendeuse n'est pas payée pour le signaler. Pendant la sélection des éléments, des couleurs, des finitions, elle soigne ses clients, les interroge sur l'âge de leurs enfants, leur profession, leur mode de vie... Créer une dépendance affective du client... une tactique commerciale immémoriale. On sympathise et on positivise. L'employée ne se croit quand même pas à un barbecue entre amis. Elle trouve le temps de faire dessiner un plan en perspective de la cuisine qu'elle présente, radieuse, à notre couple, en les félicitant pour leur goût merveilleux !

ÉTAPE N° 4 : DISCUTONS AMICALEMENT DU DEVIS

Il faut d'abord compter 2 800 € de frais fixes incompressibles (pose de l'électroménager, des meubles et des accessoires...), détaillés sur un feuillet qui sera rayé plus tard pour impressionner. La vendeuse note à la volée les prix des éléments qui ont été choisis. Total : 10 300 € !



S. ORTOLA/REA - J. CHISCANO/«40»

Lors de la Foire de Paris du 27 avril au 8 mai dernier, nos deux enquêteurs, Françoise et Aurélien, ont pu tester l'habileté des professionnels de la vente, maîtres dans l'art d'embobiner les clients potentiels. Attention si vous avez l'intention de commander votre cuisine dans un salon commercial ou une foire ! Vous ne bénéficierez pas du délai de rétractation de sept jours, même si le vendeur vous affirme le contraire.

ÉTAPE N° 5 :

LE SAUVEUR ARRIVE

Le couple est au bord de la dépression. Mais comme il est sympathique et « *qu'on a eu un bon feeling ensemble* », on va trouver une solution. La vendeuse s'éclipse et revient avec le chef des ventes en personne. En vrai pro, il admire le choix judicieux des clients. Ce serait vraiment trop bête de renoncer maintenant. Allez, Vogica prend à sa charge les frais fixes. Et 5 % de réduction, non 10 %, si les clients signent tout de suite. Mais il faut se décider, d'autres consommateurs attendent. Son dernier prix : 6 500 €. Alors, cette signature ? Voilà quatre heures que l'on discute... Le "bon feeling" du début tourne à l'agressivité. Finalement, nos enquêteurs anonymes rompent l'entretien, mais ils ont eu chaud. Combien peuvent résister à des méthodes qui joignent si efficacement séduction et intimidation ? Comme le dit Stéphanie C., qui a fait cette expérience chez Vogica à Saint-Priest (69) : « *Ils ont un discours qui vous endort de manière incroyable et vous donne un drôle de sentiment...* »

Madame et monsieur blâment subitement. Ils ne s'attendaient pas à une note aussi salée... Voyons, surtout pas de panique, on est là pour vous aider, même à faire des économies, affirme suavement la vendeuse. Par exemple, pour réduire le coût du devis, le plan de travail en Wengé, ce bois exotique très en vogue, peut être remplacé par un carrelage façon bois à poser soi-même. *Idem* pour les branchements de plomberie. Même les meubles, monsieur peut les monter seul ou avec des amis.

NOS CONSEILS

Pour faire reconnaître vos droits

● DÉMARCHAGE À DOMICILE

Être invité par téléphone ou par courrier personnalisé à venir retirer un cadeau au magasin relève du démarchage à domicile (articles L. 121-21 et suivants du code de la consommation) : ces situations vous donnent droit au délai de rétractation de sept jours.

● ABUS DE FAIBLESSE

En cas de harcèlement manifeste, n'hésitez pas à quitter immédiatement le magasin. L'article L.122-8 du code de la consommation sanctionne d'une amende de 9 000 € et/ou de cinq ans de prison les vendeurs qui abusent de la faiblesse ou de l'ignorance d'une personne notamment à son domicile, ou dans le cadre d'une foire ou d'un salon.

● AFFICHAGE DES PRIX ET REMISES

Le décret n° 86-583 du 14 mars 1986 rend obligatoire l'affichage des prix sur les meubles et les documents commerciaux. La circulaire du 19 juillet 1988 précise que le prix des ensembles de cuisine exposés à la vente doit être indiqué élément par élément. Méfiez-vous des remises exorbitantes souvent artificielles. La remise doit être calculée sur le prix le plus bas pratiqué au cours des 30 derniers jours

● DÉLAI DE RÉTRACTATION

Il n'y a pas de délai de rétractation pour les achats faits dans les magasins et dans les foires, sauf si le client a été démarché chez lui ou s'il a signé un contrat avec une proposition de crédit affecté.

● DEVIS ET BON DE COMMANDE

À ne pas confondre ! Le bon de commande engage les deux parties, le vendeur et vous. Le devis, lui, engage le professionnel sur le prix pendant le délai de validité. Mais dès que vous le signez, il vous engage également.

● CRÉDIT

Lorsque vous signez un contrat de crédit pour l'achat d'une cuisine, vous bénéficiez d'un délai de rétractation de sept jours. Si le crédit est affecté, c'est-à-dire destiné expressément à l'achat de la cuisine, l'exercice du droit de rétractation entraîne automatiquement l'annulation du bon de commande. En cas de crédit renouvelable (revolving) ou de prêt personnel, vous pouvez annuler le crédit dans les sept jours, mais pas la commande. Renseignez-vous d'abord sur les crédits auprès de votre banque.

● RELEVÉ DES MESURES

S'il est effectué après la signature du bon de commande du fait du professionnel, les différences éventuelles avec les mesures que vous avez fournies ne doivent pas être à votre charge.

● LIVRAISON

Quand le prix est supérieur à 500 €, la date limite de livraison doit être indiquée sur le bon de commande. En cas de dépassement de plus de sept jours, non dû à un cas de force majeure, vous pouvez demander l'annulation par lettre recommandée avec avis de réception. Ce droit peut s'exercer dans les soixante jours ouvrés à partir de la date de livraison indiquée.

Pour vous défendre en cinq étapes

1 En cas de retard de livraison, de chantier ou de malfaçons, commencez par envoyer une lettre recommandée avec avis de réception au cuisiniste pour le mettre en demeure de vous satisfaire dans un délai précis. En cas d'échec, passez aux étapes suivantes.

2 Si le professionnel appartient au Syndicat national de l'équipement de la cuisine (Snec) (à vérifier sur le site www.snec.org) contactez cet organisme, qui s'engage à intervenir. Snec : 10, rue du Débarcadère, 75017 Paris.

3 Pensez à vous adresser à une association

de consommateurs, qui peut vous aider efficacement (voir la liste, page 67).

4 Faites constater les malfaçons par un huissier. Comptez de 300 à 500 € environ, remboursables si vous gagnez en justice.

5 Si le litige est inférieur ou égal à 4 000 €, vous pouvez saisir le juge de proximité au tribunal d'instance. De 4 001 à 10 000 €, le tribunal d'instance est compétent (du siège social de l'entreprise ou de votre domicile). Au-delà de 10 000 €, adressez-vous au tribunal de grande instance (avocat obligatoire).

POUR METTRE FIN AUX ABUS, L'INC DEMANDE :

- l'instauration d'un délai minimal de sept jours entre l'envoi du devis réalisé après les mesures effectuées chez le client et la signature du bon de commande.
- l'échelonnement des paiements avec un solde de 30 % à l'achèvement des travaux.

le site www.snec.org, avait lancé il y a quelques années un "contrat approuvé" garantissant aux clients une qualité de service. Celui-ci vient d'être remplacé par une certification AFAQ Service confiance, fruit d'une réflexion menée avec cinq associations de consommateurs, sous l'égide de la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF).

Restaurer la confiance prendra du temps

Les cuisinistes peuvent adhérer à vingt-deux engagements sur l'information des consommateurs, l'établissement du devis, le relevé des cotes techniques, la vente, la pose, la formation du personnel et le traitement des réclamations de clients ! Un programme ambitieux, mais indispensable, hélas limité aux professionnels volontaires, en général des petites et moyennes entreprises qui sont sans doute, déjà, parmi les plus sérieuses. Un logo doit être créé pour permettre aux consommateurs de les repérer.

Combien d'années faudra-t-il pour voir enfin le torrent des plaintes s'amenuiser en simple ruisseau ? En attendant ce jour espéré, la DGCCRF a dressé 22 procès-verbaux et 81 rappels à la réglementation (notamment sur les rabais illusoire et le défaut d'information) lors d'un contrôle de 182 points de vente en 2006.

Et parfois, comme en février de l'année dernière, de lourdes amendes sont infligées par un tribunal : ainsi, la cour d'appel de Grenoble a condamné les responsables et les vendeurs de Vogica de Saint-Egrève (38) pour une série d'infractions et d'abus. Sans doute faudra-t-il quelques exemples spectaculaires pour intimider et faire réfléchir les brebis galeuses de la profession. ●