

## « Client mystère, client misère, le monde sans foi ni loi des contrats dits d'usage »

Un client mystère ou visiteur mystère est une personne dont la mission est de se rendre dans un commerce afin de constater un certain nombre de points définis à l'avance par le donneur d'ordres, de rapporter les informations et de les faire remonter au donneur d'ordres. Cet emploi relativement nouveau se développe car les dirigeants des activités de commerce et de services en contact avec la clientèle ne connaissent pas la réalité du terrain. Si un point de vente d'une chaîne pose problème, il vaut mieux le savoir très vite, avant que les clients mécontents ne se mettent à fuir le point de vente et manifestent leur mécontentement sur les réseaux sociaux.

### Comment recruter un client mystère ?

Tous les sites d'offres d'emploi regorgent de ces annonces (Pôle Emploi compris). Le renouvellement étant important, le recrutement y est continu. Pas besoin de diplôme, ni d'expérience : tout le monde peut tenter sa chance, quels que soient son sexe et son âge. Pour postuler chez **TLS** (sous-traitant du sondeur IPSOS), il faut tout de même préciser à quel groupe ethnique on se rattache : afro-américain, asiatique, caucasien, hispanique, moyen-oriental, amérindien ou autre.

Pour certaines études (notamment les visites de chaînes de restaurants), il faut y emmener la famille. Pour la visite d'un restaurant, l'entreprise **Qualimétrie** recrute un client mystère qui devra se rendre au restaurant accompagné d'au moins un ou deux enfants au maximum, âgés de 3 à 12 ans. Ceux-ci doivent être tenus au secret de cette opération pour éviter de se faire repérer. En revanche, en cas d'intoxication alimentaire, l'employeur ne prendra pas les frais médicaux des enfants, ceux-ci n'étant pas salariés. La situation de flou juridique sur la prise en charge est un beau sujet de contentieux entre assurance civile du salarié et assurance de l'employeur. Si les consommations sont prises en charge, le salaire est risible : 2,5 €, ce qui correspond à un quart d'heure de SMIC. Le temps de trajet n'est jamais pris en compte et les frais de transport sont de 3 €.

Pour la visite d'un restaurant d'une autre chaîne, l'entreprise **Field & Solutions** (du groupe Topo) paye un peu plus (5 €) et les frais de transport sont à justifier mais le client doit strictement suivre les consignes : il doit obligatoirement consommer un plat à base de bœuf et doit choisir entre les options «plat + dessert + boisson chaude» ou «entrée + plat + boisson chaude» et rien d'autre. En cas de non-respect des consignes, il n'est pas payé, ni remboursé et les frais de déplacement ne sont pas pris en charge. C'est la seule profession qui se permet de sanctionner ses salariés financièrement, au mépris des règles de droit.

Pour être client mystère, il faut tout de même être équipé d'un ordinateur, d'un téléphone portable, d'une connexion internet, d'un scanner, d'une imprimante et d'un véhicule pour pouvoir se rendre sur les points de vente. L'employeur ne fournit aucun de ces éléments, qui sont à la charge du travailleur. Pourtant, *«les frais qu'un salarié justifie avoir exposés pour les besoins de son activité professionnelle et dans l'intérêt de l'employeur doivent être remboursés*

sans qu'ils ne puissent être imputés sur la rémunération qui lui est due» (**Cour de cassation, pourvoi n° 11-16.036**). Si ces éléments bureautiques sont devenus courants chez les particuliers, l'employeur se doit d'en prendre une partie du coût en charge.

L'entreprise **Vitalis** n'hésite pas à subordonner la fourniture de travail à l'achat de matériel professionnel : un télémètre laser, une règle plate en inox de 50 cm, un escabeau de 5 marches ou une échelle. Il faudra bien entendu que le travailleur dispose d'un véhicule suffisamment spacieux pour pouvoir emporter une échelle. L'employeur tente de justifier cette entorse à la loi par le fait que « *c'est à vous de vous équiper mais les outils seront rapidement rentabilisés à partir du moment où vous intervenez régulièrement* ». Pour l'employeur, ne pas payer les outils de travail, c'est encore plus rentable.

Il existe aussi une autre solution pour éviter de respecter le Code du travail : subordonner la fourniture de travail si le client mystère se déclare comme auto-entrepreneur. Et de bien insister sur ce point : « *Ces conditions n'établissent aucune relation de travail salarié entre vous et Ipsos. Vous agirez en tant que particulier et ne serez pas salarié ou agent d'Ipsos* ». Voilà une clause qui ravira les juges du travail qui ont déjà requalifié les contrats de travail des livreurs de Take Eat Easy.

## Que fait un client mystère ?

Le client mystère est tenu de suivre les consignes de son employeur à la lettre. Celles-ci sont parfois étonnantes.

Ainsi, l'entreprise **Audirep** a recruté des clients mystère pour tester une plate-forme de « *trading* ». Il était demandé à celui-ci de s'inscrire sur le site de « *trading* » Etoro, de déposer un capital de 250 euros, d'attendre 13 semaines pour remplir le questionnaire puis de clôturer le compte. Le client peut bénéficier de gains potentiels ou constater une perte de son capital. Dans ce cas, la perte est prise en charge par l'entreprise. C'est évidemment le client qui fait l'avance des 250 €. La rémunération de cette opération est de 30 € mais concernant le salaire, il ne s'agit que de chèques cadeaux. Ceux qui s'intéresseraient au site de « *trading* » Etoro se tournent vers le site internet du magazine *Capital*, qui y a consacré un article de mise en garde en 2018.

De plus en plus d'entreprises de visites mystère ont recours aux enregistrements de vendeurs. Ceux-ci sont-ils prévenus de ces enregistrements ? Certainement pas par le client mystère, qui doit enregistrer ce vendeur de voitures « discrètement », comme le lui ordonne son employeur **Qualisens**. Si jamais le vendeur en venait, pendant quelques instants, à évoquer certains aspects de sa vie privée, celle-ci se verrait connue tant de l'entreprise qui recevra l'enregistrement que de la hiérarchie du vendeur et de ses collègues.

Il arrive parfois que la mission comporte un second volet. Une fois le vendeur enregistré, le client mystère ôte son masque, révèle la supercherie et effectue, selon l'entreprise **Qualisens**, « le *feedback* de la visite pour débriefer avec le conseiller ». Il s'agit de dire en face du vendeur qu'il a bien dit ce qu'il avait à dire ou pas. Avec parfois une récompense pour le vendeur. **Vitalis** envoie ainsi des clients mystère qui doivent s'assurer que le discours commercial d'une vendeuse en pharmacie a bien été appris et ânonné lors de l'entrevue : « *faire un débriefing* »

*rapide sur le déroulé de la visite et annoncer sa récompense à la conseillère si elle a su mettre les arguments clefs du produit en avant ».*

Les mêmes clients mystère effectuent aussi des visites qui n'ont plus rien de mystérieux pour les mêmes donneurs d'ordre car il s'agit d'audit pur et simple, avec lettre d'accréditation à montrer dès le début de la mission. C'est le cas pour **LIDL** ou **Shimano**, qui voient débarquer des clients mystère fraîchement nommés « auditeurs », sans pour autant avoir suivi une formation d'audit auprès de l'IRCA. Seul **Vitalis** précise ne chercher que des clients mystère ayant validé une certification d'audit pour ses missions.

## **Où travaillent les clients mystère ?**

Les clients mystère reçoivent des missions à réaliser par courriel ou vont les consulter sur le site internet du donneur d'ordres. Pour éviter d'avoir à rembourser des frais de déplacement conséquents, les offres proposées sont généralement situées aux alentours du domicile du salarié (y compris dans les boutiques d'aéroport). Le client mystère doit alors être muni d'un billet d'avion pour accéder à la boutique et, bien sûr, c'est le salarié qui l'aura payé. À défaut, une personne « possédant un badge pouvant accéder à la zone sous douane » suffira pour l'entreprise **Field & Solutions**. Donc une personne travaillant régulièrement dans le terminal, qui devra tenter de faire croire à un vendeur d'horlogerie de luxe de l'aéroport qu'elle veut acheter une montre à 6 000 €.

Pour les études avec déplacement, le client mystère doit se débrouiller comme il peut. Ainsi, pour une étude pour le service des trains grandes lignes, le client doit partir de Paris un samedi pour un voyage de 800 km et revenir le lendemain. L'employeur espère tomber sur une bonne poire qui devra « être autonome pour l'hébergement », sous-entendu : nous ne paieront pas l'hôtel. Comme il est interdit de dormir dans les gares, le travailleur devra au choix : payer son hôtel (qui coûte le prix de son salaire) ou connaître quelqu'un sur place. Il y a même des boutiques Fauchon à visiter à Tokyo, Mascate et Dubaï. Payé combien ? 0 €.

Le luxe devrait bien payer mais ce n'est pas le cas. Pour évaluer un vendeur d'horlogerie de luxe (11 € la mission), les clients mystère de **Field & Solutions** doivent s'adapter : « *Dans tous les cas, vous devez porter une montre de luxe si vous en possédez. Si non, ne portez pas de montre. Soyez attentif à l'élégance et à la propreté de votre tenue* ». Personne n'ira vérifier la tenue de client mystère endimanché (ou non), qui devra se comporter comme un habitué des montres à plusieurs dizaines de milliers d'euros. Qui peut croire que le vendeur ne s'en rendra pas compte ?

Pas besoin de s'habiller comme un riche pour tester le vendeur de chez Lamborghini. Il suffira de jouer le client d'un éventuel Urus, d'une valeur de 220 000 €. Idem pour acheter un Napoléon (pièce d'or d'une valeur d'environ 250 €). L'achat est remboursé dès que la pièce envoyée en lettre recommandée arrive au donneur d'ordre. Et si le recommandé disparaît ? Le client mystère en sera pour ses frais et ne touchera pas la mirifique somme de 10 euros et 3 centimes.

Conclusion : le luxe paye mal.

## Pour quelle rémunération ?

Les clients mystères sont embauchés en contrat à durée déterminée, sous le régime des contrats dits « *d'usage* », comme le prévoit le Code du travail pour les activités d'enquête et de sondage. À chaque visite, un contrat. C'est un système de précarité qui permet d'employer des salariés jetables, pendant des mois, voire des années.

Ceux-ci sont pour la plupart chômeurs ou retraités. Le respect du SMIC horaire est illusoire. Certaines missions sont rémunérées à des tarifs que chacun appréciera :

- pour se rendre dans un restaurant américanisant spécialisé dans la viande de bœuf, la mission consiste à aller audit restaurant aux jours et horaires imposés par le donneur d'ordres, à préparer la mission administrativement, s'y rendre, déjeuner, rentrer chez soi et répondre à toutes les questions du questionnaire, un paiement de 3 euros sera royalement proposé ;
- une prise de rendez-vous auprès d'un laboratoire paramédical est payé 2 €.

Le record est atteint par les visites de boutiques de centres commerciaux. Une fois sur place, il faut juste attendre d'être sollicité par un vendeur, ce qui peut prendre du temps s'il y a beaucoup de clients. Il faut ensuite prendre la devanture du magasin en photo. Pour cet acte de bravoure, un client mystère est payé 1 € brut. Pour faire passer la pilule, l'employeur **Field & Solutions** oblige chaque client à se rendre dans plusieurs boutiques. Ainsi, les frais de déplacement sont mutualisés sur plusieurs points de vente. Dans les galeries commerciales, une personne qui entre dans chaque boutique en disant « excusez-moi » et qui attend la réaction du vendeur, qui n'achète rien et prend les photos des devantures se fait aussitôt griller. Surtout que c'est une étude récurrente. Dans le genre mystère et discret, on repassera. Mais la crédibilité et la discrétion sont-ils vendeurs pour les donneurs d'ordres ?

Pour faire baisser les prix ou faire accepter des missions mal payées à des clients mystère, certains employeurs trouvent une combine facile. **Qualisens** ne s'en cache pas : « *40 € de remboursement de frais kilométriques négociables* ». Soumis à cotisations sociales, le salaire n'augmente pas mais les frais, eux, non soumis à cotisations sociales, peuvent grimper. Il suffit de « négocier ». Les donneurs d'ordres peuvent se montrer généreux : « *Si besoin, je peux également donner un petit coup de pouce aux frais kilométriques* », assure cet employeur « *Je pourrai revoir les frais de route à la hausse en fonction de votre déplacement. La mission est urgente, nous serons particulièrement généreux* ) ».

Qui s'en soucie ? Ces employeurs ne sont jamais contrôlés par l'URSSAF, ni l'Inspection du travail et, comme il n'y a pas de représentation du personnel, ils peuvent dormir tranquilles.

Les frais kilométriques ne semblent pas avoir de limites. Lorsque le client exige que tous les points de vente soient visités, que les tarifs sont tellement bas que les clients mystères refusent pour la plupart d'y aller, il suffit d'y mettre le prix. Pas en augmentant le tarif de la mission mais en remboursant les kilomètres effectués pour y aller. Certains salariés sont prêts à tout pour quelques euros, il suffit que le déplacement soit payé. 100, 120 ou 150 kilomètres de remboursés. Quitte même à payer l'hôtel pour envoyer salariés pour en missions à quelques euros dans une autre région : « *Nous rencontrons de grosses difficultés pour recruter*

*ces dernières visites donc, si besoin, nous pouvons vous faire déplacer avec hôtel à nos frais afin de faire plusieurs missions dans un même département éloigné de chez vous ».*

Quitte à payer encore moins cher, pourquoi s'embarrasser à payer des cotisations sociales ? Il suffit de « rémunérer » en bons-cadeau ! C'est ce que font les entreprises **Aesatis, Audirep** et **TLS-Shopmetrics**. Cette dernière va encore plus loin en ne rémunérant plus ses clients-mystère. Pourquoi acceptent-ils les missions ? Car celles-ci sont payées en nature ! Lors de la visite d'un magasin d'un hard discounter qui est mal, très mal, les clients mystère feront des courses qui seront remboursées, comme des frais : « *Un petit plein de courses pendant les vacances ? 12 € d'achat par magasin, maximum. Si votre ticket est de 11,20 €, vous serez remboursé de 11,20 € et si votre ticket est de 14 €, vous serez remboursé de 12 €* ».

Il est grand temps que l'administration du travail, l'URSSAF, les syndicats et le législateur s'emparent du dossier.