

ARNAQUES-INFOS

➤ Numéro spécial ◀

Mai 2010

➤ 2€ ◀

Publié par le Réseau anti-arnaques, BP15 - 79340 MÉNIGOUTE

VENTE À DISTANCE SAVOIR DÉCRYPTER LES PROMESSES DE GAINS ET DE CADEAUX

ÉDITO

La parution de ce numéro spécial est l'occasion de rappeler que le Réseau anti-arnaques est né de l'accumulation de plaintes concernant les promesses publicitaires en faveur de loteries et cadeaux de la vente à distance.

La méfiance ou le doute du consommateur moyen ont fini par être atténués par l'évolution constante des techniques de marketing et par la surenchère des messages.

Aussi, était-il nécessaire de faciliter le décryptage des documents publicitaires pour éviter toute espérance ou fausse joie chez le consommateur.

SOMMAIRE

Bien dissocier loteries et offres de cadeau	p.2
Le florilège des pratiques douteuses	p.3-4
Décryptons les promesses publicitaires	p.5
Les mauvais élèves de la classe	p.6
Connaître les recours possibles	p.7
Qui sommes-nous ?	p.8



BIEN DISSOCIER LOTERIES & OFFRES DE CADEAUX

Vous avez reçu une offre publicitaire dans votre boîte aux lettres ou dans votre messagerie internet, et vous êtes persuadé d'avoir gagné le gros lot ou un superbe cadeau ?

MIEUX CERNER LES DIFFÉRENTES OPÉRATIONS PUBLICITAIRES

Parmi les flux de messages publicitaires vous promettant monts et merveilles, il convient de distinguer :

- **Les offres de loteries commerciales classiques**
Un bulletin de participation est à retourner à l'adresse du catalogue, ou à compléter en ligne, et un tirage au sort sera effectué pour désigner les heureux gagnants.
- **Les offres de loteries commerciales avec pré-tirage**
Le tirage au sort a déjà été réalisé et l'ensemble des destinataires de l'offre publicitaire est gagnant. Bien évidemment, les lots de valeur sont minoritaires, et une multitude de lots de consolation est proposée.
- **Les offres de cadeau**
Il ne s'agit pas d'un tirage au sort mais d'une attribution de cadeau pouvant nécessiter une commande.

LA RÉGLEMENTATION APPLICABLE

En matière de loteries commerciales, la réglementation est stricte : aucun sacrifice pécuniaire ne peut être exigé du participant.

Autrement dit :

- Une commande n'est pas obligatoire pour prendre part au jeu (du reste, le bulletin de participation doit être distinct du bon de commande).
- Les frais d'envoi du bulletin de jeu, ou les frais de téléphone pour valider sa participation, doivent être remboursés sur simple demande.

En matière de cadeau, une participation financière peut être réclamée au consommateur :

- Une commande d'articles dans le catalogue permet de recevoir le cadeau proposé ou choisi, dans le colis.
- En cas de non-commande, le paiement des frais de port constitue la formalité minimale pour prendre possession du cadeau.

Avant de crier de joie, d'en informer famille et amis et d'anticiper ce gain en effectuant des achats « coup de cœur », prenez connaissance des informations et des conseils de vigilance ci-après.

LES PRATIQUES ET DÉRIVES CONSTATÉES

Face à cette réglementation, certains professionnels se sont efforcés d'inciter le consommateur à effectuer une commande pour recevoir le gain ou le cadeau promis.

LOTERIES COMMERCIALES

Une clause ponctuelle dans le règlement complet du jeu consiste à exclure du tirage au sort toute personne qui aurait utilisé l'enveloppe-retour fournie avec la documentation publicitaire pour retourner le bulletin de participation, sans commande.

L'utilisation d'une enveloppe vierge et la rédaction d'une adresse spécifique sont nécessaires.

Exemple extrait du règlement de jeu (catalogue VITAL BEAUTY) : « Sans commander : les destinataires doivent retourner le formulaire de gain puis l'expédier dans une enveloppe vierge avant la date de clôture de jeu à l'adresse suivante : VITAL BEAUTY, service sans commande/code FPF19-FSF19, BP 186, 06604 ANTIBES cedex. Attention, dans ce cas, ne pas utiliser l'enveloppe-réponse jointe. Le non respect des présentes instructions annule la participation au jeu. »

OPÉRATIONS CADEAU

Les clients se contentant de régler les frais de port pour recevoir le seul cadeau devront patienter de nombreux mois pour être livrés, priorité étant donnée aux commandes.

Les cadeaux de valeur, mis en évidence dans les documents de présentation, sont réservés aux clients ayant réalisé le plus d'achats l'année précédente. Les autres clients se contenteront d'un cadeau bas de gamme dont la valeur commerciale est artificiellement gonflée.

Le libellé de l'opération est savamment choisi (« catégorie électroménager », « catégorie hi-fi vidéo »...) et des marques célèbres sont valorisées (THOMSON, PHILIPS, SONY...), le consommateur oubliant que ces fabricants vendent également des articles de faible valeur (lampe de poche, calculatrice de poche, DVD...).

D'autre part la photographie représentant une friteuse ou un four micro-ondes ne comporte pas toujours l'échelle des dimensions : à l'arrivée les articles reçus sont plus proches des dinettes pour enfants que des appareils électroménagers...

Plus subtilement, une offre publicitaire peut associer deux opérations différentes sur le même thème : une opération de loterie et une opération cadeau. Au consommateur de s'y retrouver...

LE FLORILÈGE DES PRATIQUES DOUTEUSES

Voici, épinglée par le Réseau anti-arnaques, une sélection de pratiques douteuses

LA FAUSSE COMMANDE OBLIGATOIRE

L'opération intitulée « 35 000 € à remettre », organisée jusqu'au 31 mars 2010 par VITAL BEAUTY, comporte de subtils aménagements pour inciter à la commande.

Un document bien visible précise : « *Information importante : une commande est nécessaire pour bénéficier du traitement automatique. Vous recevrez ainsi en priorité votre chèque en valeur euros.* »

En fait, une lecture attentive du règlement complet permet de découvrir que la participation sans commande est possible mais il ne s'agit pas du traitement automatique.

TV DIRECT DISTRIBUTION a trouvé une autre astuce pour inciter le client à commander. En effet, si le destinataire du message publicitaire découvre le mot « ACHAT » sur la première page du catalogue, il sera le gagnant du chèque de 15 500 €. Tous les autres se contenteront du bon d'achat de 2 € mais devront, au préalable, cocher la phrase : « *Non, je ne recevrai pas le chèque de 15 500 € car je n'ai pas d'« ACHAT » sur mon catalogue.* »

De nombreux consommateurs ne remarqueront pas les guillemets accompagnant le mot « ACHAT » et concluront hâtivement que l'absence de commande aura pour conséquence l'annulation du gain principal !

Autre exemple de formulation subtile (BIEN-ÊTRE ET CONFORT) : « *Pour recevoir le chèque-euro dans votre colis, une commande est obligatoire.* » C'est une « lapalissade » : seules les personnes qui commandent recevront un colis et le chèque-euro sera inclus, mais rien n'empêche de participer sans commander !

LE CHÈQUE PROMIS N'EST PAS UN CHÈQUE BANCAIRE

« *Vous êtes gagnant d'un chèque* » ; cette formulation est régulièrement utilisée par les catalogues de la vente à distance sachant que, dans le meilleur des cas, un astérisque renvoie à un inventaire des lots : chèques bancaires ou chèques achats.

Cette pratique est doublement critiquable :

D'une part, la terminologie « chèque » fait référence pour le client à un chèque bancaire. Le terme « chèque achat » est rarement utilisé par le consommateur qui préfère parler de « bon d'achat ».

D'autre part, l'émission d'un chèque bancaire – même de faible montant – constitue une dépense réelle pour l'entreprise. Il n'en est pas de même dans le cas d'un bon d'achat :

en supposant que son montant soit suffisant pour commander un article (en règle générale, il permet tout juste de financer les frais de port), son « prix de revient » correspond au montant hors taxes des marchandises commandées.

LE LIBELLÉ TROMPEUR DU TITRE DE L'OPÉRATION

Le règlement de « 7 950 € par chèque bancaire » sera expédié sous pli scellé par porteur spécial. En fait, les destinataires de ce courrier publicitaire ne recevront pas un chèque bancaire de 7 950 € mais le règlement complet du jeu intitulé « 7 950 € par chèque bancaire ». La présence de guillemets modifie totalement le sens de la formulation.

LA LIVRAISON PAR CAMIONNETTE DU LOT OU CADEAU

La promesse de livraison par camionnette peut laisser sous-entendre l'envoi d'un article volumineux. Dans la pratique, c'est le mode de transport habituel puisque l'envoi sera effectué par La Poste !

L'INTERPELLATION DU DESTINATAIRE

Le « service de traitement des urgences » 40 CARATS écrit : « *Prenez vite contact avec votre banque, Madame X ! Votre premier virement va être effectué le 2 décembre.* »

LA PERSONNALISATION À OUTRANCE DES DOCUMENTS PUBLICITAIRES

Les professionnels redoublent d'imagination pour capter l'attention du client et rendre crédible l'espoir de gain annoncé. En voici quelques exemples :

- L'avis de livraison d'un ensemble stéréo imprimé sur carton ondulé (BAKKER-FRANCE)
- La vignette d'assurance garantie perte et vol (AFIBEL)
- Le calendrier cartonné mentionnant la date de remise de 20 chèques de 300 € (AFIBEL)
- Le duplicata de la facture de la concession OPEL (VITRINE MAGIQUE)
- La liasse de billets-loterie de 2000 € (BAKKER-FRANCE)
- Un DVD officiel comportant le témoignage d'une gagnante de 300 000 € (AFIBEL)

LE FLORILÈGE DES PRATIQUES DOUTEUSES (suite)

Voici, épinglée par le Réseau anti-arnaques, une sélection de pratiques douteuses.

LES FORMULATIONS À INTERPRÉTATION MULTIPLE

NATURLIS adresse un acte officiel mentionnant un prochain « paiement 1er prix ». En fait, le « chèque euro 1er prix », dont l'intitulé pourrait laisser penser qu'il s'agit du premier prix, c'est-à-dire du lot principal, est constitué d'un simple bon de réduction de 2 € !

Le seul lot de valeur est un chèque de 15 500 € qui constitue le prix principal.

SANTÉ MARKET, domiciliée à Sophia Antipolis, accompagne ses récents catalogues d'un « engagement à remettre une somme de 10 000 € aux bénéficiaires ».

La présentation des documents publicitaires (« comité de sélection SANTÉ MARKET », « avis express d'attribution ») pourrait laisser penser qu'il s'agit d'une opération de loterie commerciale.

En fait, leur lecture attentive permet de découvrir que SANTÉ MARKET « s'engage à remettre la somme totale de 10 000 € sous forme de chèque-achat d'une valeur de 5 € aux 2 000 premiers destinataires ».

Plus subtile encore, la phrase suivante constitue un morceau d'anthologie : « Votre code jeu est 800333. Si votre code contient un double 00, vous avez gagné 5 000 €. » Peu de lecteurs auront remarqué que le nombre 800333 contient un double zéro, et n'a pas un double zéro, zéro, (soit 4 zéros) !

LE JEU DES CHIFFRES À ADDITIONNER

DAMART a organisé un grand jeu intitulé « 7 000 € à gagner immédiatement ». Une enveloppe bleue contient des chèques de jeu. S'ils remplissent les conditions du jeu, et notamment, si le total est égal à 7 000 €, la somme est gagnée.

Dans la pratique, l'enveloppe contient bien 4 chèques de jeu (un de 3 000 €, un autre de 2 000 € et deux autres de 1 000 €) dont le total est effectivement égal à 7 000 €. Toutefois, une lecture attentive de l'article 8 du règlement complet, précise les modalités de gain : « Pour être le gagnant, il faut découvrir le chéquier de jeu comportant 5 chèques de jeu de 1 000 €, 1 000 €, 2 000 €, 2 000 € et 1 000 € totalisant un montant de 7 000 €. »

Les subtilités de cette opération promotionnelle vont nécessairement faire des déçus. Pour preuve, le témoignage de cette consommatrice qui écrit : « Apparemment, j'ai gagné : âgée de 81 ans, ne vivant qu'avec 650 € par mois, je vais pouvoir passer un heureux Noël, avec mes deux enfants ».

Dans la même veine : WILLEMSE-FRANCE a organisé une grande loterie de l'année 2009, dotée d'un prix de 5 000 €. Le carnet de loterie qui est joint au catalogue est déclaré gagnant si :

- le carnet se trouve dans une enveloppe bleue ;
- l'addition des 5 billets de loterie donne un total de 5 000 €.

Le consommateur, bien évidemment, va s'empresse d'ouvrir l'enveloppe bleue et d'additionner le montant des chèques qui s'élève à un total de 5 000 €. Mais il n'aura pas toujours le réflexe de compter le nombre de chèques... qui sont au nombre de 4. Autrement dit, ce carnet est perdant.

LES CONSEILS DU RESEAU ANTI-ARNAQUES POUR ÊTRE UN CONSOMMATEUR VIGILANT

→ **Règle n° 1** : Détecter s'il s'agit d'une participation à une loterie commerciale ou d'une opération cadeau.

→ **Règle n° 2** : Lire patiemment le règlement complet de l'opération (les lunettes, voire une loupe, sont parfois nécessaires !).

→ **Règle n° 3** : Le principal objectif d'une opération promotionnelle est d'accroître les ventes, et non pas de dépenser une fortune pour que tous les clients croulent sous des cadeaux fantastiques. Soyez philosophe : amusez-vous à chercher l'astuce (ce numéro spécial d'ARNAQUES-INFOS dans vos mains), et à découvrir le gain de piètre valeur qui vous attend.

→ **Règle n° 4** : Privilégier les catalogues comportant le logo FEVAD (Fédération des entreprises de vente à distance).

→ **Règle n° 5** : Éviter les offres provenant de l'étranger (notamment les avis et notifications officiels de gain), et du département des Alpes Maritimes (qui concentre les principales offres douteuses de la vente à distance !).

DÉCRYPTONS LES PROMESSES PUBLICITAIRES

Le Réseau anti-arnaques vous propose de décrypter cette sélection de promesses publicitaires concernant, aussi bien des opérations de loteries commerciales que des opérations de cadeau.

VOUS AVEZ LU et vous pensez recevoir	DÉCRYPTAGE	EXEMPLES DE CATALOGUE
L'appareil THOMSON qui vous revient de droit.	La photographie représente un téléviseur LCD 101 cm THOMSON. Mais la majorité des clients recevra un réveil électronique digital THOMSON.	BAKKER-FRANCE*
Un colis PHILIPS pour vous.	Seuls les 1 ^{er} prix sont photographiés. Il manque sur la photo, le radio-réveil PHILIPS AJ 3112.	AFIBEL*
Un téléviseur SONY LCD	L'opération « Appareils électroniques de marque en cadeau » comporte un téléviseur SONY... mais aussi de nombreux radio-réveils.	DAMART*
Un GPS Tom-Tom GO-720.	Il s'agit d'un cadeau de la catégorie GPS/ATLAS qui comporte, essentiellement, des atlas routiers (livres).	BAKKER-FRANCE*
Un appareil portable	La photo représente un ordinateur SONY mais seuls 2 ordinateurs sont offerts. Le reste de la dotation consiste en des chargeurs de téléphone portable.	C.C.E.
Du matériel informatique.	Deux ordinateurs portables DELL et un organisateur électronique sont prévus pour les meilleurs clients. Les autres recevront une clef USB.	BAKKER-FRANCE*
Un ordinateur tout-en-un SONY	La photographie de l'ordinateur SONY représente également un tapis avec calculatrice intégrée... qui sera le cadeau de la majorité des clients.	C.C.E.
Un colis bricolage de 134 pièces	Oubliez la photo représentant 130 outils de la gamme BLACK ET DECKER et préparez-vous à recevoir une boîte contenant 134 vis et chevilles.	WILLEMSE-FRANCE*
Un ensemble téléviseur + lecteur DVD SAMSUNG	Les cadeaux offerts dans le cadre d'une opération « attribution d'ensembles haute technologie de marque » sont constitués, pour l'essentiel, de casques sans fil.	DAMART*
Un cadeau gratuit de grande dimension	Le plus beau des cadeaux est un téléviseur SAMSUNG d'une valeur de 2 490 €. Les autres cadeaux de « grande dimension » sont des serviettes de plage de 160 cm x 80 cm.	WILLEMSE-FRANCE*
Une centrale vapeur SINGER d'une valeur de 199 €	Il s'agit du 1 ^{er} prix de « l'opération SINGER », loterie avec pré-tirage. Le reste des lots est constitué d'un rasoir anti-peluche SINGER, d'une valeur commerciale de 9,90 €..	BLEU BONHEUR*

* : Société adhérente de la FEVAD (Fédération des entreprises de vente à distance)

LES MAUVAIS ÉLÈVES DE LA CLASSE

Sur la base des témoignages reçus, des offres publicitaires étudiées et testées, et des actions menées, le Réseau anti-arnaques a établi la liste des mauvais élèves de la classe « loteries et cadeaux ».

À EXCLURE DE L'ÉTABLISSEMENT

Les enseignes du groupe AMA (boîte postale à Antibes mais siège social en Belgique) :

VITAL BEAUTY, SWISS HOME SHOPPING, LES BIJOUX D'ÉLISE.

Les enseignes du groupe PROMONDO (OG) : BIEN-ÊTRE ET CONFORT, HOME DISTRIBUTION,

VITAL CONFORT, NATURLIS, PRESTIGE ET SÉDUCTION, LABORATOIRE MINCÉA.

ALICE AVANTAGES & PROPRE ET PRATIQUE

DÉLICIES GOURMANDISE et DÉLICIES D'ANNIE

MOULIN DE L'AUNAY

PHYDERMA

40 CARATS

SANTÉ MARKET

Les enseignes domiciliées en Belgique : TV DIRECT DISTRIBUTION, TVD SANTÉ, ÉPHÉDRA, OLIVÉAL, BIOTONIC, LINÉAL, CHRISTIAN DENEUVE, NOTRE VIE, LABORATOIRE PEYRAC.

AVERTISSEMENT

BAKKER-FRANCE : De toute évidence, le Réseau anti-arnaques estime qu'il ne mérite plus de rester adhérent de la FEVAD.

DAXON : un épisode judiciaire en cours (lié à une loterie commerciale intitulée « Grand jeu des 3 sélections printemps-été 2008 ») constitue un sérieux dérapage pour ce catalogue.

PEUVENT MIEUX FAIRE

DAMART & WILLEMSE-FRANCE

Des opérations promotionnelles ponctuelles sont mal vécues par leurs clients. Ces deux sociétés risquent de voir leur notoriété compromise par des tentations de dérives publicitaires...

CE QUE DEMANDE LE RÉSEAU ANTI-ARNAQUES

Voici les quatre mesures proposées par le Réseau anti-arnaques pour réduire le nombre de dérapages publicitaires dans le domaine des jeux et cadeaux de la vente à distance :

- interdire l'utilisation du terme « chèque-achat » dans les textes publicitaires (au profit du terme « bon d'achat »).
- interdire toute clause contraignant le consommateur, en cas de non commande, à utiliser une adresse spécifique sous peine d'élimination.
- Indiquer le prix d'achat hors taxes par l'organisateur des lots et des cadeaux (et non pas seulement la valeur commerciale, c'est à dire un prix de vente souvent exagéré)
- distribuer l'ensemble des lots et cadeaux non gagnés ou non réclamés à une œuvre caritative (à noter que cette disposition est déjà adoptée par les adhérents de la FEVAD).



CONNAÎTRE LES RECOURS POSSIBLES

LES ACTIONS AMIABLES

- ➔ Officialisez votre réclamation (*non obtention du gain ou du cadeau promis*) par un courrier recommandé avec accusé de réception (mise en demeure).
- ➔ Si la société concernée est adhérente de la FEVAD, saisissez ce syndicat professionnel (*Fédération des entreprises de vente à distance, 60 rue La Boétie, 75008 PARIS*).
- ➔ Rapprochez-vous d'une association locale UFC - Que Choisir (*liste disponible sur le site www.quechoisir.org*).
- ➔ Ne pas hésiter à interroger le Réseau anti-arnaques qui recense et analyse de façon permanente les offres promotionnelles de la vente à distance.

Les démarches amiables n'ont rien donné, et vous souhaitez mener une action en justice.
Deux voies s'offrent à vous :

1 - LA PROCÉDURE CIVILE

Vous assignez la société incriminée devant le tribunal d'instance (*demande inférieure ou égale à 10 000 €*) ou devant le tribunal de grande instance (*demande supérieure à 10 000 €*), le plus proche de votre domicile afin de réclamer la RÉPARATION de votre préjudice tant matériel que moral (*espoir de gain financier par exemple*). Si la demande n'excède pas 4 000 €, le juge de proximité est compétent.

Les avantages de cette procédure :

- ➔ Les délais sont plus rapides que ceux de la procédure pénale.
- ➔ Une lettre recommandée avec A.R. suffit jusqu'à 4 000 €.
- ➔ Le tribunal compétent est celui du choix du consommateur (art. 141-5 du code de la consommation)

Les inconvénients :

- ➔ L'intervention d'un avocat est préconisée dès lorsque le montant est supérieur à 4 000 € compte tenu de la possibilité de faire appel (*et elle est obligatoire devant le tribunal de grande instance*).
- ➔ Des frais sont à prévoir (*honoraires de l'avocat*).
- ➔ À partir de 4 000 €, une assignation par acte d'huissier est nécessaire.

2 - LA PROCÉDURE PÉNALE

Vous saisissez la Direction départementale de la protection de la population (DDPP) (ex : DDCCRF) ou vous déposez plainte directement auprès du procureur de la République, géographiquement compétent (*juridiction du siège social de la société mise en cause*). L'autorité publique peut donner suite à votre plainte et SANCTIONNER la société incriminée ou/et son dirigeant (*pratiques commerciales trompeuses, loterie commerciale prohibée...*).

Après réception d'un avis à victime ou d'un avis de suite judiciaire, vous avez la possibilité d'obtenir RÉPARATION de votre préjudice en vous constituant partie civile par courrier recommandé avec accusé de réception. (*vous pouvez aussi être présent à l'audience ou vous faire représenter par un avocat*).

L'avantage de cette procédure :

- ➔ Gratuité (*c'est le Parquet qui instruit le dossier en regroupant les différentes plaintes*).

Les inconvénients :

- ➔ Les délais de traitement sont souvent importants (*et le justiciable est rarement informé de l'évolution de l'affaire*).
- ➔ La plainte peut être classée sans suite.

Remarque : Ces voies de recours sont applicables pour des sociétés - ou des dirigeants - domiciliés en France. Elles deviennent plus complexes lorsque la société est implantée à l'étranger.

QUI SOMMES-NOUS ?



Le Réseau anti-arnaques, créé en septembre 1999, est désormais constitué en une association loi 1901 qui a pour objet de détecter, recenser et tester les principales « arnaques de la consommation » dans les domaines suivants : loteries et concours publicitaires, offres promotionnelles, vente à distance, sites marchands, travail à domicile, offres d'emploi « bidons », chaînes d'argent, ventes pyramidales, voyances, méthodes de santé miracles, bonimenteurs, agences de recouvrement, annuaires professionnels, placements mirifiques...

Le Réseau anti-arnaques est une association partenaire de l'UFC-Que Choisir.

COMMENT NOUS AIDER ?

- En nous communiquant toute offre douteuse que vous pouvez remarquer.
- En effectuant un don au Réseau anti-arnaques (les fonds ainsi collectés sont affectés en priorité au budget enquêtes).

COMMENT NOUS CONTACTER ?

- Par courrier postal : Réseau anti-arnaques, BP 15, 79340 Ménagoute.
- Par mél : contact@arnaques-infos.org

POUR VOUS ABONNER

Pour être destinataire de la lettre trimestrielle Arnaques-Infos, il suffit d'adresser un chèque bancaire du montant correspondant à la version souhaitée (à l'ordre du R.A.A.)

Abonnement version papier :
8 € (les 4 numéros), 16 € (les 8 numéros).

Abonnement version électronique :
10 € (les 8 numéros).

Adresse postale :
Réseau anti-arnaques
BP 15
79340 MÉNIGOUTE

MENTIONS LÉGALES

ARNAQUES-INFOS est une marque déposée sous le numéro 023153480 auprès de l'Institut national de la propriété industrielle.

Président du Réseau anti-arnaques :

Pascal TONNERRE.

Directeur de la publication :

Pascal TONNERRE.

Dépôt légal : mai 2010.

N° SIRET : 503 805 657 00015

Imprimé à 6000 exemplaires par l'imprimerie
Les Genêts d'Or, 29860 Plabennec.

Illustration de la première page : Sylvain GATARD, dit
« Le Malgash ». Mise en Pages : Michel Appéré

Reproduction autorisée sous réserve de citer l'origine.

Ce numéro spécial Arnaques-Infos a été financé par
l'UFC-Que Choisir et la Direction Générale de la Con-
currence, Consommation et Répression des Fraudes



WWW.ARNAQUES-INFOS.ORG

Créé en septembre 2009, le site du Réseau anti-arnaques vous permet de consulter :

Le florilège des offres publicitaires douteuses classées par thème
(loteries et cadeaux, bien évidemment, mais aussi : offres promotionnelles,
vente à distance, arnaques africaines, santé, voyances...);

Les « listes noires » des enseignes et catalogues à éviter ;

Les mises en garde hebdomadaires Info-Alerte ;