

# ARNAQUES-INFOS



Lettre d'information semestrielle publiée par le Réseau anti-arnaques, BP 60512, La Chapelle Saint-Laurent, 79306 BRESSUIRE Cedex

## LE PALMARES DES PRIX-CITRON 2016

### ÉDITORIAL

Chaque année, le **Réseau anti-arnaques** publie 200 **INFO-ALERTE**, mises en gardes hebdomadaires diffusées par Internet, destinées notamment au monde consommériste et à la presse.

Ce numéro **ARNAQUES-INFOS** de décembre 2016 (second semestre 2016) est l'occasion de décerner quinze « prix-citron » à des professionnels qui ont particulièrement brillé par des procédés publicitaires contestables ou douteux et un tableau d'honneur à une société qui tient ses promesses.



- Ils se sont fait remarquer en 2016
- Appels à témoignages

## AU SOMMAIRE DE CE NUMÉRO

Le prix citron du recrutement publicitaire.....	3
Le prix citron du camouflet .....	4
Le prix citron du plantage promotionnel .....	5
Le prix citron du bon d'achat inexploitable .....	6
Le prix citron de l'annonce peu vendeuse.....	7
Le prix citron du scénario bidon .....	8
Le prix citron de l'autorité de contrôle factice.....	9
Le prix citron du placement désastreux.....	10
Le prix citron de l'acharnement publicitaire .....	11
Le prix citron de la persécution.....	12
Le prix citron du cadeau publicitaire .....	13
Le prix citron du déballage verbal.....	14
Le prix citron des méthodes de santé miracles.....	15
Le prix citron du harcèlement téléphonique .....	16
Le prix citron du charabia extra-lucide.....	17
Ils se sont fait remarquer .....	18
Tableau d'honneur.....	21
Appels à témoignages.....	22
Souscription 2017.....	23
Le Réseau anti-arnaques .....	24



# Prix citron : RECRUTEMENT PUBLICITAIRE



## *Prix citron du Réseau anti-arnaques 2016* *Catégorie Recrutement publicitaire* décerné à : **SIMPLY FORTE**

**SIMPLY FORTE**, société bien connue du Réseau anti-arnaques, renouvelle sa campagne publicitaire en faveur d'un procédé de chauffage mobile tri-technologie intitulé **QuartzEcopower** : il vous aide à réduire de 50 % vos factures de chauffage.

**Valérie DAMIDOT**, l'animatrice de télévision, « cautionne » une nouvelle fois cette opération publicitaire en prêtant son nom et son image.

Un témoignage reçu le 30 septembre 2016 par le Réseau anti-arnaques exprime une déception certaine : « J'ai acheté un appareil infrarouge suite à la publicité que faisait **Valérie DAMIDOT**. J'ai dû envoyer des lettres recommandées pour savoir où en était la livraison. J'ai fini par le recevoir en **Chronopost** venant du Luxembourg. Mon chèque a été retiré avant même la livraison de l'appareil. J'ai chauffé pendant l'hiver une pièce de 40 m<sup>2</sup>. Je me disais : « Je vais faire des économies. » Et bien non : ma facture **EDF** a été plus élevée de 200 € que mon chauffage traditionnel. Bravo **Mme DAMIDOT** pour vos mensonges ! »

Le **COLLÈGE EUROPÉEN DU DOS** vous propose d'acquérir, au prix de 199 €, l'appareil **DorylaxPro** pour combattre les causes responsables des maux de dos.

Et c'est bien **Bernard HINAULT**, « la légende vivante du cyclisme », consultant pour la presse lors du récent Tour de France, qui « prête » son image à cette opération.

En fait, derrière la pompeuse appellation **COLLÈGE EUROPÉEN DU DOS**, se cache la société **SIMPLY FORTE** qui, depuis quelques mois, multiplie les promesses publicitaires sur le thème du bien-être et de la santé.

Rappelons les dernières insertions publicitaires de **SIMPLY FORTE** :

- la cure **CafeForm**, café amincissant ;
- la cure **Glucoburner** à base de mûrier japonais pour perdre du poids ;
- le procédé d'acupressure **FlexForte** pour stimuler la vigueur sexuelle, avec la recommandation de l'acteur **Rocco SIFFREDI** ;
- la cure **Minciball**, à base de gomme de guar, pour perdre du poids ;
- la cure à base d'escargot pour lutter contre l'arthrose, recommandée par l'ancien entraîneur **Guy ROUX**.

Quelle sera la prochaine personnalité à succomber aux incitations financières de **SIMPLY FORTE** pour « cautionner » les produits à commercialiser ?



## Prix citron : CAMOUFLET



### *Prix citron du Réseau anti-arnaques 2016 Catégorie Camouflet*

*décerné à :*

## **CONSORTIUM PUBLICITAIRE EUROPÉEN**

Le **CONSORTIUM PUBLICITAIRE EUROPÉEN – CPE** – est plus connu du public par ses enseignes commerciales : **DÉLICES ET GOURMANDISES, DÉLICES D'ANNIE, NATUR'SANTÉ**. En effet, ses nombreux catalogues sont systématiquement assortis de loteries commerciales destinées à susciter une commande de produits alimentaires ou de produits de bien-être.

Compte tenu de la multiplication des promesses de gain, tant par voie postale que par téléphone, des formulations publicitaires ambiguës et du nombre de réclamations engendrées, le **Réseau anti-arnaques** avait intégré ces trois marques dans la « Liste noire des catalogues à éviter » consultable sur son site **arnaques-infos.org**.

Le **CPE** avait assigné le **Réseau anti-arnaques** en invoquant le caractère fautif d'une telle publication ainsi que la présence d'informations incorrectes non vérifiées et manquant à un devoir d'impartialité. Il sollicitait le versement d'une somme de 2 457 659 € (!) au titre de son préjudice financier, du dénigrement et de l'abus du droit de critique !

Le Tribunal de grande instance de Paris, en date du 11 mars 2015, avait débouté le **CPE** de ses demandes, sur la base des témoignages reçus et des documents publicitaires diffusés : les magistrats estimaient que les mises en garde du **Réseau anti-arnaques** ne présentaient aucun caractère abusif ou fautif. Le **CPE** avait fait appel de cette décision.

Dans son arrêt du 26 octobre 2016, la Cour d'appel de Paris confirme le jugement du tribunal de grande instance :

*« De fait, la Cour observera que, si elle n'a pas à qualifier pénalement les publicités et pseudo-concours proposés par l'appelante, ceux-ci sont à tout le moins de nature à tromper des personnes peu attentives à qui est affirmé l'espoir d'un gain important en retour d'une commande d'un montant modeste.*

*La présentation supposée officielle et certaine de ces gains constitue, au moins au sens commun du terme, des tentatives d'abus de faiblesse, lorsque se retrouvent sur des courriers personnalisés les techniques commerciales des sociétés qu'elle a rachetées. La pertinence des mises en garde de l'intimée à l'époque de leur mise en ligne est donc incontestable, quels qu'aient été, à cette époque, les détenteurs du capital des sociétés en cause. »*

Le **CONSORTIUM PUBLICITAIRE EUROPÉEN** a fait part de sa décision de se pourvoir en cassation.



# Prix citron : PLANTAGE PROMOTIONNEL



## Prix citron du Réseau anti-arnaques 2016 Catégorie Plantage promotionnel décerné à :

### SC JOHNSON

La société **SC JOHNSON**, exploitant la marque **RAID**, a organisé du 12 juillet au 19 juillet 2016, un jeu avec obligation d'achat intitulé « Rêve RAID ». Un tirage au sort final permettait de désigner deux gagnants d'un voyage de 8 jours et 6 nuits à New York pour 4 personnes (*valeur estimée à 7 200 €*).

Deux canaux de participation étaient prévus : dans les magasins **CARREFOUR** participants ou sur le site **reve-raid.com**

Mais, les acheteurs de produits **RAID** qui ont souhaité s'inscrire sur le site **reve-raid.com** ont pu constater qu'il n'était pas ouvert ! En fait, le site a été créé dans l'urgence le 20 juillet 2016, soit le lendemain de la clôture de l'opération promotionnelle.

Le règlement complet lui-même comporte des erreurs. Ainsi, la valeur du lot varie entre 7 200 € et 10 000 € (*explicable, certainement, par une confusion entre une estimation en euros ou en dollars US*).

L'amateurisme dans l'organisation et le suivi de cette opération laisse rêveur...

Royalement, **SC JOHNSON** a accepté de rembourser les produits achetés aux consommateurs qui formalisaient une réclamation.

Le **Réseau anti-arnaques** a pris contact avec **SC JOHNSON** pour connaître l'origine de ces dysfonctionnements – il est difficile d'imaginer que le service marketing du groupe n'ait pas consulté le site le premier jour de l'opération – et les modalités de dédommagement des participants. Explication : « *Seuls les clients de CARREFOUR ont été impactés par ce dysfonctionnement (adresse erronée de site communiquée à CARREFOUR)* ».





# Prix citron : BON D'ACHAT INEXPLOITABLE



## *Prix citron du Réseau anti-arnaques 2016 Catégorie Bon d'achat inexploitable décerné à :*

### **CONFORAMA**

Du 13 avril au 10 mai 2016, **CONFORAMA** promet que 42 produits seront remboursés à 100 %.

Vous songez immédiatement à un remboursement intégral sous forme de chèque ou de virement.

Erreur ! En premier lieu, essayez donc de lire les conditions générales de l'offre promotionnelle parue dans les hebdomadaires TV : sans agrandir à 150 % au photocopieur, ou sans loupe, vous n'aurez pas connaissance des subtilités cachées.

En fait, le remboursement sera effectué sous forme de plusieurs bons d'achat (2 bons pour un produit inférieur à 100 €, trois bons pour un produit supérieur ou égal à 100 €). Mais chaque bon d'achat devra être utilisé en une fois pour le montant minimum indiqué sur le bon ! Par exemple, un bon d'achat de 50 € impliquera d'acheter pour un montant minimum de 125 €

L'impact de cette campagne promotionnelle est fort, la réalité de l'avantage est bien plus réduite car il implique de nouveaux achats.



### **M6 BOUTIQUE**

**M6 BOUTIQUE** avait organisé une opération « Vos produits 100 % remboursés sous forme de bons d'achat », du 19 septembre au 6 novembre 2015.

Mais le montant alloué en bons d'achat, avec une validité au 29 février 2016, a surpris plus d'un client.

En effet, chaque demandeur a reçu trois bons d'achat de même valeur dont le total était égal au montant des produits commandés.

Dans le cas présent, une consommatrice a fait parvenir au Réseau anti-arnaques le document reçu pour 42 € d'achat : trois bons d'achat de 14 €. Mais, pour en bénéficier, elle doit effectuer trois commandes de 29 € et plus.

Mais, les conditions d'utilisation sont limitées : un bon d'achat de 0 à 15 € est utilisable pour un achat supérieur ou égal à 29 €, un bon d'achat de 16 à 25 € pour un achat supérieur ou égal à 49 €, un bon d'achat de 26 € à 34 € pour un achat supérieur ou égal à 75 €.

La promesse « 100 % remboursés » s'avère, après lecture du texte explicitant l'astérisque, beaucoup moins ambitieuse.





## Prix citron : ANNONCE PEU VENDEUSE



### Prix citron du Réseau anti-arnaques 2016 Catégorie Annonce peu vendeuse

décerné à :

**SAFTI**

Le réseau immobilier **SAFTI**, créé en 2010, compte aujourd'hui 1 100 conseillers indépendants sur toute la France.

**SAFTI** affirme « avoir placé la formation et l'accompagnement de ses mandataires immobiliers au cœur de sa stratégie, dans le cadre de sa politique globale de qualité ».

Voici les principaux extraits (*seule la localisation du bien a été retirée*) d'une petite annonce parue en août 2016 : « Pour un changement de situation, je vous invite à venir découvrir cette somptueuse villa de plus de 10 pièces, 5 chambres spacieuses. Idéalement placé pour gîte de France, site touristique, beaucoup de visiteurs tout au long de l'année, d'une superficie de 250m<sup>2</sup>, avec possibilités de faire deux chambres en duplex sous les combles environ 35 m<sup>2</sup>. Épicerie, bar à 20 mètres, 2 km tabac, cabinet médicale, pharmacie, boulangerie. Un havre de paix dans se petit hameau. Je vous réserve de belles surprises lors de votre visite. Aucun travaux à prévoir, juste s'installer et profitez de la beauté du paysage qui l'entoure. Vous ne serais pas déçus. »

Le style est certainement à optimiser et l'orthographe reste bien perfectible. Heureusement, que les conseillers **SAFTI** sont formés et accompagnés...

**SAFTI**, contacté par nos soins, a exprimé ses observations dès le 18 octobre 2016. Nous reproduisons sa réponse : « Nous sommes extrêmement attentifs à vos observations. L'annonce dont vous faites l'écho dans votre article comporte des fautes d'orthographe mais n'induit aucunement en erreur le consommateur. Nous sommes donc surpris qu'elle puisse être assimilée à une arnaque.

Nos formations (initiales et continues) incluent bien évidemment des modules ayant trait à la rédaction des annonces immobilières. Lors de ces formations, nous travaillons à la progression personnelle de chacun de nos conseillers.

Nous contrôlons par ailleurs le respect de la loi quant aux diffusions et aux actions des nos conseillers.

Soyez assuré que nous relayerons votre message tant à nos conseillers qu'à nos formateurs afin de poursuivre le travail de formation et de perfectionnement que nous avons mis en place. »

  
*ça le fait !*

# Prix citron : SCÉNARIO BIDON



## *Prix citron du Réseau anti-arnaques 2016 Catégorie Scénario bidon décerné à :*

### **PURE IMMO**

Un consommateur relate au **Réseau anti-arnaques** (*témoignage du 4 août 2016*), son expérience avec **PUREIMMO**, enseigne commerciale exploitée par **NETWORK SERVICES** (Lille).

Le 7 juin 2016, il fait paraître dans **Le Midi Libre** une petite annonce immobilière pour la vente d'un appartement.

Le jour même, un appel téléphonique de **PUREIMMO** lui indique détenir les coordonnées d'un client très intéressé par l'achat de cet appartement. Un rendez-vous est même fixé au samedi 18 juin 2016.

Bien évidemment, **PUREIMMO** facture une « souscription avec services » pour un montant de 409 €, réglée par carte bancaire.

Un SMS permet de valider la souscription du contrat et de renoncer au délai de rétractation de 14 jours. En effet, la réglementation permet, sur demande expresse du consommateur, d'exécuter immédiatement une prestation de service.

Quel est l'épilogue de cette transaction ? Le montant de 409 € a été immédiatement débité et, 10 jours plus tard, **PUREIMMO** a prévenu le consommateur que l'acheteur potentiel avait annulé le rendez-vous du 18 juin 2016...

Cette annulation est pour le moins curieuse sachant que, c'est la proximité du rendez-vous, qui a incité le consommateur à renoncer à son délai de rétractation de 14 jours.





# Prix citron : AUTORITÉ DE CONTRÔLE FACTICE



*Prix citron du Réseau anti-arnaques 2016  
Catégorie Autorité de contrôle factice  
décerné à :*

## **GROUPE D'ÉTUDES SCIENTIFIQUES ET ÉSOTÉRIQUES (G.E.S.E.E.)**

C'est un certain **M. LAROUSSERIE**, Président du **Groupe d'Études Scientifiques et Ésotériques (G.E.S.E.E.)**, qui vous écrit. Et sa première phrase est digne d'intérêt : « Vous êtes déjà riche. Une simple réponse de votre part vous fera devenir millionnaire ! »

Le **G.E.S.E.E.** a mené une enquête minutieuse et a retenu dans le monde entier quatre médiums. Ils s'avère que seuls ces quatre médiums sont capables de prédire - avec une réussite de 97,35 % - les numéros gagnants du loto pour le mois suivant.

La première favorite du jury est **Sœur LUNA** : elle est capable de prédire les 7 chiffres du loto avec une fiabilité de 99,55 %.

Vous devez réclamer d'urgence vos sept P.N.G.I. (*Précieux Numéros Gagnants Imminents*). Ils seront accompagnés d'un Attract'or magnétisé par **Sœur LUNA** elle-même.

Une participation symbolique de 19,90 € vous est réclamée. L'enveloppe retour comporte le libellé pompeux : **Comité Officiel du Mouvement Solidaire Bénéficiaire** (*avec mention d'une boîte postale aux Pays-Bas*).

Le **Réseau anti-arnaques** est en mesure de prédire que, si vous répondez à cette requête :

- vous allez perdre cette somme de 19,90 € ;
- vous ne serez pas seul à être dans cette situation.





# Prix citron : PLACEMENT DÉSASTREUX



*Prix citron du Réseau anti-arnaques 2016  
Catégorie Placement désastreux  
décerné à :*

## **GLOBAL METAL BROKER**

**GLOBAL METAL BROKER (GMB)**, société implantée à Bobigny depuis février 2013, déclare être « spécialiste en métaux d'investissement ».

Elle vous propose d'acquérir des terres rares – ces minéraux indispensables à l'industrie – pour bénéficier ainsi de fortes plus-values lors de la revente.

C'est ainsi qu'en octobre 2014, un consommateur a investi 5 067 € pour 300 grammes de graphène. Les tubes de 100 g contenant ce minerai sont entreposés dans un entrepôt, tantôt à Londres, tantôt à Hambourg.

Aujourd'hui, il souhaite revendre ce minerai et **GLOBAL METAL BROKER** ne répond pas.

Dès septembre 2015, l'**AMF (Autorité des Marchés Financiers)** a diffusé une mise en garde à l'encontre de **GLOBAL METAL BROKER**, société qui poursuit néanmoins la diffusion sur internet de messages publicitaires alléchants.

L'investissement dans les terres rares constitue un placement extrêmement risqué pour les épargnants... et fortement rentable pour les courtiers qui empochent des commissions d'intermédiation.

Le nombre des plaignants progresse continuellement mais les autorités judiciaires ne semblent pas avoir la volonté et les moyens de mener les investigations nécessaires.

**GLOBAL METAL  
BROKER**   
SPÉCIALISTE EN MÉTAUX D'INVESTISSEMENT



# Prix citron : ACHARNEMENT PUBLICITAIRE



*Prix citron du Réseau anti-arnaques 2016  
Catégorie Acharnement publicitaire  
décerné à :*

## **BIOTONIC**

Un consommateur témoigne du harcèlement publicitaire subi par ses parents âgés de 87 ans (*témoignage du 22 mars 2016*) : « Mes parents ont été attirés tout d'abord par les offres de prix à la commande et, surtout, par les sommes considérables de gains proposées par **BIOTONIC**. Suite à leur petite commande, **BIOTONIC** les a contactés par téléphone plusieurs fois dans la même journée d'hier. À force d'insistance, mes parents, bien que prévenus de ces pratiques, ont finalement fourni par téléphone leur numéro de carte bancaire. Ils ne savent plus s'ils ont donné ou non le cryptogramme à trois chiffres qu'on leur forçait à communiquer. Par prudence, je leur ai conseillé de faire opposition à leur carte bancaire. »

Les enseignes **BIOTONIC**, **NOTRE VIE** et **TVD SANTÉ** mentionnent une adresse postale à Vallauris (06). Mais, il s'agit d'un simple sous-traitant. La maison-mère – **BIOVAD** – est domiciliée en Belgique. Leurs accroches publicitaires, tant écrites que téléphoniques, engendrent de nombreuses réclamations.

Cette présence publicitaire de **BIOTONIC** n'est pas nouvelle : la marque avait déjà sévi les années précédentes (sous la coupe du groupe **DUCHESNE** en Belgique). Pour mémoire **BIOTONIC** était, à l'origine, implantée à Mougins (06) et avait déjà, à l'époque, défrayé la chronique par ses publipostages racoleurs.



# Prix citron : PERSÉCUTION



*Prix citron du Réseau anti-arnaques 2016*  
*Catégorie Persécution*  
*décerné à :*

## **ARNAQUES AFRICAINES**

Les « arnaques africaines », ainsi dénommées puisque leurs organisateurs sont essentiellement installés en Côte d'Ivoire et au Bénin, prolifèrent sur le net : elles sont repérables par leurs promesses miraculeuses (*fausse loterie, faux héritage, faux amoureux*) et par le mode de paiement spécifique (*mandats **WESTERN UNION**, recharges de carte bancaire **PCS***).

Les auteurs de ces méfaits – surnommés « **brouteurs** » - savent certainement se former aux techniques du marketing et de la psychologie.

Leur principale astuce consiste à recontacter leurs anciennes victimes en prétendant intervenir en qualité d'association de défense des consommateurs ou en tant qu'autorité judiciaire. Il leur est donc facile de dater les faits et de chiffrer le préjudice subi puisqu'ils en sont les initiateurs ! La communication de telles informations rend crédible la démarche d'un service officiel.

Dès lors le poisson est ferré et, une nouvelle fois, les victimes vont se faire délester. En effet, différents frais vont leur être réclamés : cotisation à verser, frais de dossier à régler, consignation d'une provision...

Ces arnaques à double détente sont redoutablement efficaces et les recours demeurent inexistantes.



*Le brouteur, tel un mouton sur un pâturage, va tondre sa victime de toutes ses économies.*



## Prix citron : CADEAU PUBLICITAIRE



*Prix citron du Réseau anti-arnaques 2016  
Catégorie Cadeau publicitaire  
décerné à :*

**AVIVA**

Cette enveloppe contient une offre découverte réservée aux personnes âgées de 40 à 84 ans.

Elle vise à vous permettre de recevoir une documentation complète sur la Convention Obsèques commercialisée par **AVIVA**.

Deux cadeaux vous sont proposés pour vous inciter à demander la documentation, (*et avoir la certitude d'être sollicité par courrier et par téléphone*) :

- un chèque de couverture gratuite de 5 000 €, en cas de décès accidentel pendant 30 jours après enregistrement de la demande de documentation, (*risque réduit puisque la mort naturelle et la maladie sont donc exclus de cette garantie*) ;
- un set manucure ou un parapluie pliable.

La convention obsèques d'**AVIVA** est la version moderne du baril de lessive **BONUX** avec l'incontournable cadeau destiné à provoquer l'acte d'achat.





# Prix citron : DÉBALLAGE VERBAL



*Prix citron du Réseau anti-arnaques 2016*  
*Catégorie Déballage verbal*  
*décerné à :*

## **BEAUX PARLEURS**

Comment vous faire acheter un banal matelas à un prix exagéré ? Le **Réseau anti-arnaques** décrypte les différentes étapes du conditionnement commercial, constaté dans un témoignage reçu le 16 janvier 2016 :

- distribuer un bulletin de jeu à gratter à la sortie d'une grande surface ;
- contacter par téléphone tous les clients ayant déposé leur bulletin pour leur annoncer le gain d'un coffret de trois bouteilles de vin ou d'un repas pour deux ;
- organiser une dégustation gratuite de spécialités du Périgord ;
- annoncer qu'il y a des cadeaux à distribuer mais rien à vendre ;
- s'enquérir des problèmes de santé de chacun (*maux de dos, circulation sanguine*) ;
- présenter un lot d'accessoires réservés, à l'origine, aux hôpitaux et à la NASA, mais, aujourd'hui, disponibles pour le particulier, bien évidemment avec un coût non négligeable ;
- promettre que tous les accessoires sont gratuits sauf la plateforme (*le matelas gamme excellence innovation cuivre*), vendue au prix de 3 900 € ;
- proposer un crédit gratuit sur 36 mois, ou même une quinzaine de chèques à encaisser tous les deux mois ;
- terminer son argumentation par un dernier cadeau : un fauteuil électrique.

Pour l'anecdote, le fameux cadeau – le fauteuil électrique – était déjà défectueux au bout de deux mois et personne n'était disponible pour venir le réparer ou l'échanger.

Promesses surfaites, prix manifestement exagéré, service après-vente aléatoire, manipulation psychologique : évitez absolument ces pièges commerciaux.





# Prix citron : MÉTHODES DE SANTÉ MIRACLES



*Prix citron du Réseau anti-arnaques 2016  
Catégorie Méthodes de santé miracles  
décerné à :*

## **VITA SANOTEC**

**VITA SANOTEC**, affichant une adresse postale à Forbach (57) mais - dont le siège social est situé aux Pays-Bas - a fait le choix marketing de diffuser une offre publicitaire sous forme de numéro spécial. L'intitulé est « La santé au naturel » et chaque numéro est dédié à un thème. Bien évidemment, il ne s'agit pas d'un titre de presse.

La dernière diffusion vante les mérites d'un « nouveau moyen pour perdre du poids qui brûle 200 % de plus de graisses ».

Quelques extraits de cette brochure sont révélateurs des leviers psychologiques utilisés pour inciter le consommateur à répondre à cette offre : « une mère désespérée, pesant 98 kg pour une taille de 1,63 m, maigrît de 35 kilos » ; « des preuves d'efficacité impressionnantes démontrées par des études cliniques » ; « un mari supplie sa femme trop grosse de revenir parce qu'elle est redevenue mince et sexy » ; « approuvé par un médecin mondialement connu : le **Dr MERCOLA** ».

L'offre consiste à commander un an d'Oméga 3 avec thé vert pour 12,84 € par mois avec, comme cadeau, un abonnement au magazine santé « La santé d'aujourd'hui ».

Sachez que cette revue évoquera les thèmes porteurs comme : « une triple protection contre le cancer de l'intestin », « la maîtrise des douleurs liées à l'arthrose », « le ralentissement du processus de vieillissement ».

Gageons que **VITA SANOTEC** aura d'autres produits à vous proposer en lien avec ces thèmes...





# Prix citron : HARCÈLEMENT TÉLÉPHONIQUE



*Prix citron du Réseau anti-arnaques 2016  
Catégorie Harcèlement téléphonique  
décerné à :*

## **NÉOLIANE SANTÉ**

Les témoignages reçus par le **Réseau anti-arnaques**, mais également visibles sur les blogs et forums, confirment le « dynamisme » de **NÉOLIANE SANTÉ** (455 Promenade des anglais, 06200 Nice).

Voici les différentes étapes de la sollicitation téléphonique :

- utiliser un numéro de téléphone avec un indicatif régional pour rassurer le prospect ;
- faire mention d'une nouvelle réglementation applicable depuis le mois de janvier 2016 et engendrant des remboursements moindres en cas d'hospitalisation de l'assuré ;
- recueillir, en prétextant une validation de données, le nombre des personnes composant le foyer et leur date de naissance, puis conforter par la formulation « c'est en effet bien les informations que nous avons » ;
- demander la confirmation des références bancaires (IBAN), parfois en annonçant les premiers chiffres ;
- adresser un SMS de confirmation avec un code permettant de valider le contrat d'assurance.

C'est ainsi que des consommateurs ont souscrit un contrat de prévoyance sans avoir véritablement conscience de l'engagement souscrit.

Le Parquet de Nice recense actuellement les plaintes.

**Néoliane**  
SANTÉ & PRÉVOYANCE





# Prix citron : CHARABIA EXTRA-LUCIDE



*Prix citron du Réseau anti-arnaques 2016  
Catégorie Charabia extra-lucide  
décerné à :*

## **ÉDOUARD GOLD**

La carte de visite d'**Édouard GOLD**, qui se qualifie de « *Pronostikeur* » et de « *Homme aux pronostics vitaux du Nouveau Monde* » est édifiante : « *Pronostic d'existence avec preuves, gains, bien être, confiance en soi, calculs d'avenir et résultats garantis.* »

Il vous promet cinq immenses changements dans les mois à venir (*il voit une somme de 5 millions d'euros sur votre compte sous 12 jours et, il affirme que ses pronostics présentent une certitude de 99,99 %*).

Sa boîte à outils se compose d'un « *Grand Almanach Gravitationnel des Dates Bouleversantes* », s'appuie sur une « *Pronostication-Révélation* » issue de « *l'interprétation des Ondes Gravitationnelles* ».

Le **Réseau anti-arnaques** a une certitude à 100 % : photo non contractuelle, boîte postale à Amsterdam, **Édouard GOLD** c'est du vent !



## ILS SE SONT FAIT REMARQUER

### UN HYPERMARCHÉ E. LECLERC OPPORTUNISTE

Vu le 20 mai 2016 au supermarché LECLERC de Plancoët (22). Un bel exemple d'infraction à la réglementation : ventes liées et refus de vente. L'affiche a été retirée le jour même.



**ALLO E.LECLERC nous répond (20 mai 2016) :** « *Nous avons pris connaissance de votre réaction au sujet de l'affiche présentant des conditions de restriction pour accéder au carburant dans la station-service E. LECLERC de Pluduno-Plancoët. Nous comprenons votre réaction.* »

*L'affiche a été apposée vendredi 20 mai matin et retirée dans la journée. L'intention du magasin était de donner la priorité à ses clients face à l'affluence, cette démarche était maladroite. C'était une erreur, un acte isolé, et le magasin vous présente ses excuses.*

*Nous vous signalons enfin que la station de Pluduno-Plancoët est depuis le vendredi 20 mai après-midi soumise à la restriction préfectorale (20 € par véhicule et interdiction de remplir des bidons).*

*Nous espérons que la pénurie de carburant dont souffre cette région sera rapidement levée. »*

### CDISCOUNT FILE UN MAUVAIS COTON



Les forums qui publient les réclamations d'internautes à l'encontre de **CDISCOUNT**, la **CNIL** (Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés), qui épingle son directeur général Emmanuel GRENIER pour absence de sécurisation des informations bancaires et conservation d'anciens comptes clients, un médiateur interne qui brille par son inutilité, et la **FEVAD** (Fédération du e-commerce et de la vente à distance) qui ne semble pas gênée par les pratiques de son adhérent !

Enfin **CDISCOUNT** affiche le logo **FIA-NET** mais n'apparaît plus sur la liste des partenaires de ce site qui sécurise les paiements de la vente à distance.

## ILS SE SONT FAIT REMARQUER

### **LUXEMBOURG MANAGEMENT INTERNATIONAL : Quand un professionnel est déconnecté de la réalité et... de la politesse**

**Arnaud DALBERGUE**, dirigeant de **LUXEMBOURG MANAGEMENT INTERNATIONAL** (exploitant notamment l'enseigne **SIMPLY FORTE**), réagit vivement à un courrier du **Réseau anti-Arnaques** qui lui transmet la réclamation d'un consommateur.

Cet écrit est daté du 31 octobre 2016 et s'appuie sur un raisonnement articulé en trois temps. Il constitue un morceau d'anthologie qui sera apprécié par les lecteurs d'ARNAQUES-INFOS /

« *Monsieur,*

*Premièrement,*

*Il faut que vous sachiez que vous n'avez aucune accréditation à nous demander quoi que ce soit. Je ne connais pas votre profession mais je vous déconseille la police compte tenu du ton que vous employez dans vos courriels. Il est sûr que pendant la dernière guerre vous auriez sévi avec efficacité ce qui ne me laisse pas indifférent et me fait froid dans le dos.*

*Deuxièmement,*

*Ce client a été livré. Il a été relancé par Chronopost. Il n'a pas été cherché son colis au bureau relais. Comme vous pouvez le voir ci-dessous il a enfin été retiré son colis qui l'attendait depuis plus de 14 jours. Comme quoi les menaces sont inutiles. Peut-être avez-vous du temps de libre dans votre travail mais quant à nous, nous avons autre chose à faire que de ne pas livrer les commandes de nos clients.*

*Troisièmement,*

*À force de prendre les consommateurs pour des imbéciles vous prenez vos désirs pour des réalités. Et surtout vous nous préparez des jours qui ne chantent pas. Sauf pour vous. C'est un peu comme ceux qui ont voulu protéger les musulmans de la stigmatisation. Ainsi ils ont oubliés de se défendre eux même en s'intégrant au mieux pour le bien de tous. Ceci devrait vous faire méditer un peu. Je vous conseille un autre ouvrage de Cyrulnik sur la disparition d'une hormone principalement chez les jeunes garçons du fait qu'ils ne soient plus exposés aux stimuli de l'environnement (ils sont perpétuellement assistés et deviennent bien incapable d'affronter les agressions obligatoires du monde moderne).*

*Maintenant si cela vous occupe et vous fait passer le temps (et pas du temps) alors bonne journée. »*



## ILS SE SONT FAIT REMARQUER

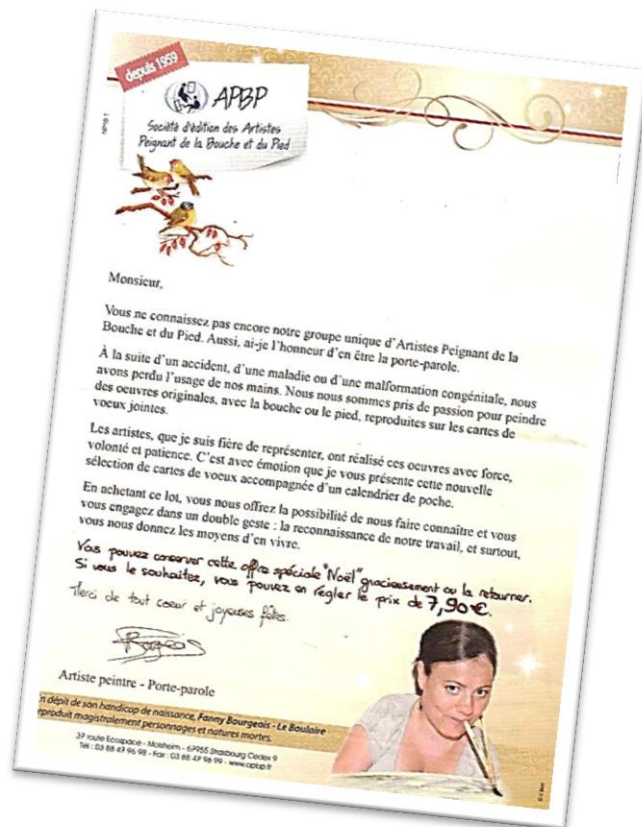
### LES CARTES FORCÉES DE L'A.P.B.P.

C'est une tradition pour la **Société d'édition des Artistes Peignant de la Bouche et du Pied (APBP)** : elle vous adresse d'office en novembre un lot de 5 cartes de vœux et de 5 enveloppes, + un mini calendrier et elle vous réclame la somme de 7,90 €. Officiellement ce règlement constitue un soutien.

Vous pourriez penser qu'il s'agit d'une association loi 1901 sans but lucratif et fermer les yeux sur ces pratiques peu loyales. Mais il s'agit bien d'une société commerciale créée en 1959 et réalisant un chiffre d'affaires annuel proche de 17 millions d'euros. Le résultat fluctue : une perte de 5 millions d'euros en 2014, un bénéfice de 3,2 millions d'euros en 2015.

Vous pourriez également croire que cette société montre l'exemple en embauchant quelques personnes handicapées. Aux dernières nouvelles ce n'était pas le cas.

Voici les arguments de l'**A.P.B.P.** fournis à un consommateur mécontent de ses pratiques publicitaires (9 décembre 2016) :



« Monsieur,

*Par la présente, nous accusons réception de votre mail et vous en remercions.*

*Nous vous informons que nous sommes une société à responsabilité limitée, chargée par l'Association des Artistes Peignant de la Bouche et du Pied (plus de 800) de la diffusion de leurs œuvres reproduites sur cartes, calendriers et autres articles cadeaux depuis plus de 55 ans.*

*En 1957, M. Stegmann, peintre de la bouche n'ayant plus l'usage de ses mains, a fondé avec 16 autres grands handicapés, l'Association des Artistes Peignant de la Bouche et du Pied.*

*Le but des fondateurs de l'association a été de permettre à ses adhérents de subvenir à leurs besoins, grâce à leur art, sans faire appel à la charité publique, en créant des moyens originaux, tant pour la formation des handicapés que pour la diffusion des œuvres.*

*Ceci permet aux artistes membres ayant un handicap lourd de pouvoir travailler et gagner eux-mêmes leur vie comme toute autre personne « bien portante », en faisant ce qui leur réussit le mieux, dans leur cas : la peinture.*

*Par ailleurs, des bourses d'études sont allouées à des peintres handicapés au talent prometteur afin qu'ils puissent améliorer leur technique en vue de devenir membre.*

*Il en résulte que les artistes vivent comme tout un chacun en gardant leur dignité puisqu'ils ne dépendent pas de la charité publique.*

*D'autre part, nous ne voulons en aucun cas que vous culpabilisiez par rapport à l'envoi adressé car il correspond à un envoi publicitaire sans obligation d'achat, comme spécifié sur notre prospectus.*

*Nous précisons que la distribution par la poste permet de faire connaître le travail des Artistes Peignant de la Bouche et du Pied et le but qu'ils ont atteint à force de courage et de volonté.*

*En recevant les cartes à domicile, les destinataires peuvent les examiner librement, avec plus d'attention et les apprécier ainsi à leur juste valeur. D'autres moyens pour rendre leurs travaux publics se sont avérés trop onéreux sans pour autant démontrer le destin exceptionnel des artistes. Dans des magasins, leurs cartes disparaîtraient dans la masse sans que l'on puisse remarquer le talent de leurs auteurs. »*

# TABLEAU D'HONNEUR



*Tableau d'honneur du Réseau anti-arnaques 2016  
décerné à :*

## **FRANCOISE SAGET**

Une fois n'est pas coutume dans le monde des loteries et cadeaux, le **Réseau anti-arnaques** accorde un "satisfecit" à **FRANCOISE SAGET**, société de vente à distance (Vannes) dans la mouvance du groupe **YVES ROCHER**, pour les opérations cadeaux qu'elle organise :

- Cadeaux variés et souvent de qualité
- Expédition des cadeaux (même en l'absence de commande) dans un court délai.



# APPEL À TÉMOIGNAGES

**Le Réseau anti-arnaques gère en permanence les dossiers d'enquête ci-dessous et recherche les témoignages – tant favorables que défavorables.**

Ces appels à témoignages visent à connaître le niveau de satisfaction des consommateurs par rapport aux prestations réalisées par le professionnel concerné. En aucun cas ils ne visent à dévaloriser la marque ou la société citée.

## Comment nous répondre ?

- Rédiger un historique de votre expérience.
- Joindre des photocopies des principaux justificatifs (bon de commande/facture/courriers échangés).

Adresser le tout à **Réseau anti-arnaques, BP 60512, La Chapelle-Saint-Laurent, 79306 BRESSUIRE Cedex**, ou à [temoignage@arnaques-infos.org](mailto:temoignage@arnaques-infos.org)

### BEAUX-PARLEURS

Vous avez participé à une réunion commerciale assortie, le plus souvent, d'un repas gratuit.

### MÉTHODE DE SANTÉ MIRACLE

Vous avez répondu à une offre publicitaire cous promettant bien-être et bonne santé.

### LOTERIES, CONCOURS ET CADEAUX

Vous avez gagné un lot ou vous êtes bénéficiaire d'un cadeau.

### OFFRES DE REMBOURSEMENT PUBLICITAIRE

« 1<sup>er</sup> achat remboursé », « satisfait ou remboursé » : vous avez sollicité le remboursement d'un achat.

### VOYANTS ET MEDIUMS

Vous avez répondu à une proposition de voyance (sur internet ou par courrier).

  
**Notre avis nous intéresse**

# SOUSCRIPTION 2017

## QUELQUES CHIFFRES POUR MIEUX CONNAÎTRE LE RÉSEAU ANTI-ARNAQUES (RAA)

- Un budget de fonctionnement annuel proche de 11 500 € (hors actions judiciaires).
- Un rythme de 1 280 sollicitations de consommateurs (en 2015).
- 4 mises en garde « INFO-ALERTE » diffusées chaque semaine (1 460 numéros publiés depuis la création).
- 43 000 visiteurs par mois sur le site arnaques-infos.org.
- 9 717 dossiers arnaques dans la base documentaire au 31 décembre 2016.
- 38 émissions France Bleu réalisées en 2015.
- Un réseau de 175 correspondants bénévoles (réseau de veille).



## COMMENT NOUS AIDER ?

### En devenant correspondant bénévole du Réseau anti-arnaques

Votre mission : transmettre au R.A.A. toute offre publicitaire douteuse et toute information relative aux arnaques de la consommation (articles de presse, jugements, etc.).

En contrepartie, vous recevrez gratuitement toutes les publications du R.A.A., soit :

- 4 mises en garde hebdomadaires INFO-ALERTE,
- notre lettre d'information trimestrielle ARNAQUES-INFOS,
- la newsletter des correspondants.

Un impératif : disposer d'une adresse mail.

Pour faire acte de candidature, écrire à :  
**contact@arnaques-infos.org**

### En participant à la souscription « 2 000 dons à 5 € »

Notre budget de fonctionnement, voisin de 11 500 €, est financé à hauteur de 5 300 € par l'UFC-Que Choisir. Les autres recettes sont les abonnements à Arnaques-Infos et les conférences-débats.

La souscription annuelle est affectée à nos charges judiciaires (honoraires d'avocat, dommages et intérêts éventuels) et, le cas échéant, aux besoins matériels (meubles de rangement essentiellement).

### En vous abonnant à la version électronique de la lettre semestrielle d'informations ARNAQUES-INFOS

10 € les 4 numéros semestriels

### COUPON-RÉPONSE

Nom :  
.....

Prénom :  
.....

Adresse :  
.....  
.....  
.....  
.....

Adresse mèl :  
.....

- Je participe à la souscription  
 Je m'abonne à ARNAQUES-INFOS

Pour nous soutenir et/ou vous abonner, adressez-nous ce coupon et un chèque à l'ordre du **Réseau anti-arnaques**. Indiquer au verso le(s) motif(s) de votre règlement et votre adresse mèl.

Adresse :  
**RAA - BP 60512, La Chapelle  
Saint-Laurent,  
79306 BRESSUIRE Cedex.**

# LE RÉSEAU ANTI-ARNAQUES

## QUI SOMMES-NOUS ?

Le **Réseau anti-arnaques** est 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, démarchage à domicile, démarchage par téléphone, travail à domicile, offres d'emploi « bidons », annuaires professionnels, chaînes d'argent, ventes pyramidales, ventes multi-niveaux, voyance, méthodes de santé miracles, bonimenteurs, sociétés de recouvrement, voyages publicitaires, placements mirifiques...

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

La « **Liste noire des enseignes à éviter** » et la « **Liste orange** » sont établies à partir des dossiers d'enquête du **Réseau anti-arnaques**, des témoignages reçus et des actions en justice connues. Les témoignages reçus ne sont pas communicables aux tiers.

## MENTIONS LÉGALES

**ARNAQUES-INFOS** est une marque déposée sous le numéro 023153480 auprès de l'I.N.P.I.

Président du **Réseau anti-arnaques** : **Pascal TONNERRE** (courriel : [president@arnaques-infos.org](mailto:president@arnaques-infos.org))

Directeur de la publication : **Pascal TONNERRE**

Expert scientifique : **Paul KEIRN**

Conception et mise en page : **Marie LEGUERET**

Crédits photo : fotolia.com

Dépôt légal : Décembre 2016

N° SIRET : 503 805 657 00031

La gestion des appels à témoignages a fait l'objet d'une déclaration auprès de la **CNIL** enregistrée sous le numéro 1353408.

Reproduction autorisée sous réserve de citer l'origine.

## ABONNEMENT À ARNAQUES-INFOS

**Version électronique : 10 €** (les 4 numéros).

La gestion des abonnements à cette lettre semestrielle a fait l'objet d'une déclaration auprès de la **CNIL** sous le numéro 690844 conformément à la loi « Informatique et libertés » du 6 janvier 1978. Conformément à l'article 34 de la loi précitée, tout abonné dispose d'un droit d'accès, de modification, de rectification et de suppression des données personnelles le concernant. Ce droit peut être exercé directement par courrier auprès du **Réseau anti-arnaques**.

### **ARNAQUES-INFOS :**

Lettre semestrielle d'information publiée par le Réseau anti-arnaques  
BP 60512, La Chapelle Saint-Laurent, 79306 BRESSUIRE Cedex  
Courriel : [contact@arnaques-infos.org](mailto:contact@arnaques-infos.org)

