

ARNAQUES-INFOS

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

Le dossier du semestre

SIMPLY FORTE et PERFOLINE

sous les projecteurs du Réseau anti-arnaques :

Méthodes de bien-être et de santé miracle,
« recrutement » de vedettes et surdose publicitaire.



ET AUSSI :

SURVOL DES OFFRES DOUTEUSES
(énergie, promotions, voyances, bien-être et santé...)

AU SOMMAIRE DE CE NUMÉRO

Le dossier du semestre SIMPLY FORTE/PERFOLINE	3
Énergie : Les vendeurs n'en manquent pas	15
Des offres pas si promotionnelles que cela	16
Vente à distance : Alertes aux abus, infos aux consommateurs	17
Les voyants se déchainent	18
Bien-être et santé : Le filon de la vente à distance	20
Les fausses arnaques de la consommation	22
Appels à témoignages	23
Le Réseau anti-arnaques	24

Le dossier du semestre : **SIMPLY FORTE/PERFOLINE**



perfoline
la forme et la santé au naturel

SIMPLY FORTE n'est que la nouvelle forme juridique de PERFOLINE, D'AB VITAL PLUS et de tous les autres noms que nous n'avons pas encore identifiés mais qui tous portent le sceau de l'instigateur du réseau : Gilbert DALBERGUE.

Gilbert DALBERGUE n'en est pas à son coup d'essai, il a appris avec de grands maîtres puisqu'il était au cœur du scandale de la « Bague de Ré », produit fallacieusement vendu avec la promesse de propriétés miraculeuses vantées par une des célébrités de l'époque : la présentatrice de télévision Danièle GILBERT.

Cette affaire vaudra en 1991 une amende et de la prison avec sursis à Danièle GILBERT, un an de prison avec sursis et une amende de l'ordre de cinq cents mille francs à Gilbert DALBERGUE, lequel agissait dans cette affaire en qualité de « chargé de commercialisation ».

Il a depuis lors formé son fils, Arnaud DALBERGUE, qui poursuit la digne carrière paternelle.

La formule semble toujours aussi efficace : des promesses miraculeuses, des produits magiques vantés par des célébrités, avec de faux rabais mirobolants.

SIMPLY FORTE, UNE SOCIÉTÉ FRANÇAISE SPÉCIALISÉE DANS LA VENTE À DISTANCE, AUX MAINS DE LA FAMILLE DALBERGUE

SIMPLY FORTE est une jeune société immatriculée le 6 mars 2015, initialement dirigée par Patrick MEUNIER, et désormais dirigée par Arnaud DALBERGUE depuis le 11 novembre 2015.

Initialement désignée « AB VITAL PLUS », la société est dénommée SIMPLY FORTE depuis cette date.

SIMPLY FORTE exploite une activité de « Vente à distance sur catalogue général », et plus précisément de « Vente par correspondance de tous produits et matériels liés au sport et aux loisirs ».

SIMPLY FORTE exploite différents noms commerciaux comme INSTITUT NUTRITIA ou AVENTURE-LINE, auxquels s'ajoute la liste impressionnante de produits qu'elle

Le dossier du semestre : **SIMPLY FORTE/PERFOLINE**

commercialise avec, pour chacun, un site internet dédié, dont la trame est relativement identique.

Le 18 mars 2016, SIMPLY FORTE a déposé trois marques à l'INPI : « SIMPLY FORTE », « SF SIMPLY FORTE » et « CED COLLÈGE EUROPÉEN DU DOS ».

Son siège social à Paris, anciennement sis au 12-14 rond-point des Champs-Élysées, se situe désormais 27, avenue de l'Opéra. Ces deux adresses sont également des adresses de la société REGUS, spécialisée dans la location et la domiciliation d'entreprises avec laquelle SIMPLY FORTE a conclu une convention de domiciliation en février 2015.

SIMPLY FORTE : UN NOUVEAU SUPPORT JURIDIQUE DE L'ACTIVITÉ DE PERFOLINE

PERFOLINE « AVENTURE-LINE » est une société immatriculée depuis le 4 novembre 2009, fondée par Arnaud DALBERGUE, qu'il a dirigée jusqu'en mars 2015 (date à laquelle il a fondé SIMPLY FORTE).

PERFOLINE est aujourd'hui dirigée par Gilbert DALBERGUE.

L'activité de la société est la « Vente à distance sur catalogue général » tout comme SIMPLY FORTE, et son objet social est la « Vente par correspondance de tous produits et matériels liés aux sports et aux loisirs » sont donc en partie identiques à ceux de SIMPLY FORTE.

Le siège social de PERFOLINE apparaît également sis au 12-14 rond-point des Champs-Élysées (Paris), une des adresses de la société de domiciliation REGUS.

Auparavant, PERFOLINE était domiciliée chez une autre société spécialisée dans l'activité de domiciliation, MAIL BOX ETC NICE COURRIER SERVICES, sis 2 bis avenue Durante à Nice.

PERFOLINE détient deux marques déposées : MINCISHOP (dépôt en mai 2012) et CAFE FORM (dépôt en décembre 2011).

Le site internet www.mincishop.fr est pourtant détenu et exploité par EUROSHOPPING, enseigne de la société TEleshopping, filiale à 100% de TF1.

Les conditions générales de vente du site www.cafeform.eu indiquent que l'éditeur du site internet est la société SIMPLY FORTE (alors que PERFOLINE apparaît avoir effectué le dépôt de la marque).

PERFOLINE n'apparaît donc exploiter aucun des deux sites internet liés aux marques dont elle a procédé au dépôt à l'INPI.

Toutefois les liens entre SIMPLY FORTE et PERFOLINE apparaissent établis :

- Arnaud DALBERGUE est le fondateur des deux sociétés,
- Arnaud DALBERGUE a été dirigeant des deux sociétés,
- Le site CAFE FORM, dont la marque a été déposée par PERFOLINE est exploité par SIMPLY FORTE,

Le dossier du semestre : SIMPLY FORTE/PERFOLINE

- Certains sites internet relatifs à des produits référencés par le site de SIMPLY FORTE font apparaître dans leurs mentions légales le nom d'éditeur de SIMPLY FORTE associé au numéro de RCS de PERFOLINE ou inversement.

La confusion entre SIMPLY FORTE et PERFOLINE est ainsi manifeste, la première apparaissant comme la continuité de l'activité de la société PERFOLINE.

MAIS QUI SONT DONC LES DALBERGUE, CETTE FAMILLE D'ENTREPRENEURS ?

Gilbert DALBERGUE, jouit d'une expérience certaine dans la vente à distance : il fut responsable de la commercialisation de la fameuse « bague de Ré » ou « bague talisman » dont la présentatrice de télévision Danièle GILBERT faisait la promotion dans les années 1980 et qui valut à cette dernière une condamnation à six mois de prison avec sursis et 200 000 francs d'amende.

Cette bague était commercialisée en vente par correspondance, était présentée dans un magazine de télévision comme un « *bijou-talisman capable de transformer le plus malchanceux des humains en personnage riche et célèbre* ».

Gilbert DALBERGUE apparaît comme ayant « commercialisé » la bague et comme directeur général d'une société OGP.

La responsabilité de Gilbert DALBERGUE est confirmée : il était « chargé de la commercialisation » et fut, à ce titre, condamné à un an de prison avec sursis et 500 000 francs d'amende.

Gilbert DALBERGUE semble donc avoir poursuivi dans cette voie et formé son fils avec qui il collabore dans la commercialisation des produits miracle vendus sous divers noms par des sociétés françaises SIMPLY FORTE et PERFOLINE.

SIMPLY FORTE : UN TRANSFERT VERS LE LUXEMBOURG FACILITÉ PAR PATRICK MEUNIER

À la constitution de SIMPLY FORTE, soit le 2 mars 2015, Patrick MEUNIER apparaît associé unique.

Puis, par acte de cession du 1^{er} novembre 2015 (soit sept mois seulement après la constitution de SIMPLY FORTE), Patrick MEUNIER a cédé ses parts à Arnaud DALBERGUE.

Cette cession s'est effectuée à leur valeur nominale, c'est-à-dire pour le montant qu'avait investi Pascal MEUNIER lors de la constitution de la société (il n'a donc réalisé aucune plus-value).

Le dossier du semestre : SIMPLY FORTE/PERFOLINE

Ceci induit qu'en sept mois de temps (entre la constitution et la cession), SIMPLY FORTE n'a pas vu sa valeur augmenter, sauf à considérer qu'Arnaud DALBERGUE ait acquis les parts de la société à un prix inférieur à leur valeur.

Cet acte de cession des parts a été conclu au Luxembourg. Messieurs MEUNIER et DALBERGUE se prévalant d'une adresse dans ce pays.

● LUXEMBOURG MANAGEMENT INTERNATIONAL (initialement PERFOLINE SA), société de droit Luxembourgeois

Le 19 septembre 2012, une société anonyme PERFOLINE SA (renommée Luxembourg Management International le 5 septembre 2014) était constituée par Arnaud DALBERGUE, associé unique.

Son activité est « la production, le marketing et la vente à distance de tous produits et matériels liés aux sports et aux loisirs ».

● CONCEPT 3.0 (initialement LMI sarl), société de droit luxembourgeois

Le 20 février 2015, quelques jours avant la constitution de SIMPLY FORTE, Patrick MEUNIER constituait « LMI sarl » (dont le nom correspond également à l'acronyme de Luxembourg Management International, nouveau nom de PERFOLINE SA).

Cette société a été constituée indirectement par Patrick MEUNIER lequel a agi en qualité de représentant d'une société FIDUCIAIRE INTERNATIONALE S.A. sise à BELIZE, monarchie constitutionnelle au sud du Mexique et à l'est du Guatemala et paradis fiscal notoire.

LMI possède une activité très similaire à celle des autres sociétés du groupe SIMPLY FORTE : « la production, le marketing et la vente à distance de tous produits et matériels liés au sport au aux loisirs ».

LMI a été renommée le 18 janvier 2016 « CONCEPT 3.0 SARL ».

Depuis mai 2016, CONCEPT 3.0 a multiplié les dépôts de marques correspondant à des produits commercialisés par SIMPLY FORTE.

Pas moins de 23 marques ont ainsi été déposées par CONCEPT 3.0 auprès de l'EUIPO (Office pour l'Union Européenne pour la Propriété Intellectuelle) :

- **23 mai 2016** : MINCICAPS, HOLLYWOOD DRINK, SLIM5, AbRelax3, ActivForte, Lady Bliss, Juvenshot HG3, Prostabium, FlexForte, Candiform 4, MinciBall, Dorylax Pro, MINCI TEA.
- **8 août 2016** : Core Forte, Veino Forte.
- **29 septembre 2016** : ABDO FORTE.
- **27 octobre 2016** : MINCITEA, TON BIEN ETRE FR, VOTRE CORPS AU NATUREL.
- **31 octobre 2016** : DRAINASTIM NT.
- **13 décembre 2016** : STRETCH & GO.
- **2 février 2017** : PHYSIOLUX, CANDIFIT 4.

Le dossier du semestre : SIMPLY FORTE/PERFOLINE

Tous ces dépôts ont été effectués avec l'assistance du bureau de Saint-Etienne du cabinet d'avocats français LAURENT & CHARRAS, spécialiste en propriété intellectuelle.

Dans la mesure où ces produits sont commercialisés par SIMPLY FORTE, une convention d'utilisation de la marque entre cette dernière et CONCEPT 3.0 doit exister.

L'analyse des conditions financières des opérations intervenant entre SIMPLY FORTE et CONCEPT 3.0 devrait forcément intéresser le Commissaire aux comptes de PERFOLINE, ainsi que les services fiscaux et de répression de la délinquance financière.

Compte tenu de l'antériorité d'exploitation de ces marques par SIMPLY FORTE ou PERFOLINE, il apparaît étonnant, sauf cession de droits, que CONCEPT 3.0 ait pu valablement déposer ces marques.

En outre, Gilbert DALBERGUE apparaît également dirigeant ou actionnaire d'autres sociétés en Grande-Bretagne, en Pologne, en Roumanie, dont l'activité est identique (vente par correspondance et e-commerce) à SIMPLY FORTE.

● LE RÔLE DE PATRICK MEUNIER

En créant SIMPLY FORTE en France et CONCEPT 3.0 au Luxembourg, Patrick MEUNIER apparaît avoir assisté Messieurs DALBERGUE dans la structuration juridique de leur groupe de sociétés.

Patrick MEUNIER apparaît comme un praticien des montages juridico-financiers.

Ce dernier se fait désigner dans les divers documents où il apparaît comme « conseil économique », ce qui s'explique par sa qualité de dirigeant fondateur, avec son épouse Anna DE MEIS, d'une société « AGIR Luxembourg SA » créée en 2005 et dont l'activité est la suivante : « *la fourniture de services de domiciliation des sociétés* ». La société a également pour objet : « *tous services de constitution, d'administration, de gestion comptable, fiscale, sociale et légale de sociétés domiciliées* ».

Cette société a été fondée avec, comme associée, une société FIGEST, de droit suisse, spécialiste des montages financiers.

En outre, Patrick MEUNIER apparaît comme dirigeant de nombreuses sociétés et pourrait donc agir comme « administrateur » pour le compte des actionnaires desdites sociétés qu'il représente.

Ce dossier d'enquête a été réalisé sur la base de faits connus au 30 juin 2017.
La « galaxie » SIMPLY FORTE/PERFOLINE poursuit son développement et ses mutations.

Le dossier du semestre : SIMPLY FORTE/PERFOLINE

LES RECOURS AMIABLES

Autant les relations du Réseau anti-Arnaques avec les différents dirigeants de la constellation PERFOLINE/SIMPLY FORTE sont exécrables, autant le service clients (sous-traitance) tire son épingle du jeu.

Deux adresses à connaître :



**SIMPLY
FORTE**

simply.forte.sav@gmail.com

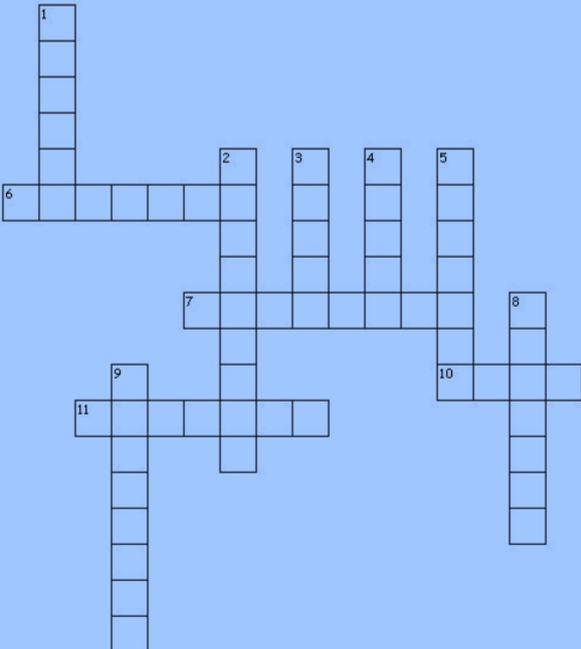


la forme et la santé au naturel

contact@perfoline.fr

JOUEZ AVEC LE RÉSEAU ANTI-ARNAQUES

Le remue-méninges SIMPLY FORTE/PERFOLINE



HORIZONTAL

- 6 - Epice révolutionnaire
- 7 – Retrouvée grâce à leurs produits
- 10 – Après le foot
- 11 – Trop de vélo tue le dos

VERTICAL

- 1 – Avec elle, ça circule
- 2 – La dynastie dirigeante
- 3 – Elle aime vos abdos
- 4 – Avec lui, fini le ventre mou
- 5 – Retrouvée sans efforts
- 8 – Disparue par miracle
- 9 – Grâce à lui, votre libido est au top

Solution page 14

Vous avez reconstitué cette grille à partir du dossier d'enquête ?
Bravo, vous avez parfaitement intégré le contenu de ces pages.

Le dossier du semestre : SIMPLY FORTE/PERFOLINE

SIMPLY FORTE Toutes les solutions **Forme, Santé et Bien-être**

2017

Guy ROUX recommande FlexiForte®

Nathalie SIMON recommande Shaper Relax 3000®

Danielle EVENOU recommande Drainastim®

Gérard VIVES recommande AbdoForte®

Rocco SIFFREDI recommande ActiviForte®

Bernard HINAULT recommande DorylaxPro®

www.simply-forte.fr 0825 720 401 Service 0,20 €/min + prix appel

CATALOGUES 2017

Il y a comme un air de famille !
Les mêmes produits
Les mêmes vedettes

perfoline la forme et la santé au naturel!

2017

Prendre soin de vous pour la vie !

Guy ROUX recommande FlexiForte®

Danielle Evenou recommande Drainastim®

Rocco Siffredi recommande Remaxine Forte®

Nathalie Simon recommande Shaper Relax 3000®

Gérard VIVES recommande AbdoForte®

Dossier Spécial p.18 :
Le curcuma au cœur d'une révolution santé

www.perfoline.fr
 04 89 08 84 53 Service gratuit + prix appel

Le dossier du semestre : SIMPLY FORTE/PERFOLINE

Mais dans quelle galère se mettent nos vedettes ? Sélection du « recrutement » SIMPLY FORTE/PERFOLINE



DrainastimXT
Le DRAINO-STIMULATEUR dernière génération

Danièle EVENOU :
"Jamais je n'aurais cru un jour, obtenir des jambes si légères et un tel bien-être corporel"

classée evenou

Découvrir maintenant

Danièle EVENOU
Actrice, héroïne inépuisable de Marie Perle



Comme **Bernard HINAULT**, finissez-en avec les maux de dos en seulement **10 minutes par jour**

Dorylax^{PRO}

SHAPER RELAX 3000® - MINCITEA

"Comme moi, en 4 minutes par jour, affinez votre silhouette, raffermissez et muscliez tout votre corps grâce à **Shaper Relax 3000®**"

Un effort minimum pour un résultat MAXIMUM !

Le ventre mou, flasque et bedonnant n'est pas une fatalité ! Alors que le biceps se contracte naturellement, les muscles non joints de l'abdomen et du ventre, eux, sont impossibles à contracter car ils ne sont pas joints à des os. Une équipe de physiothérapeutes californiens a mis au point un appareil qui permet de solliciter ces muscles non joints sans aucun effort ! Shaper Relax 3000® est un appareil innovant qui permet de réaliser 4 exercices très simples qui combinent cardio (pour expulser les mauvaises graisses) et tonification.

C'est le 4 e

4 mouvements assistés fa
mauvaise graisse et sculpter votre

Nathalie Simon

VU À LA TV

REMAXINE FORTE®

Rocco Siffredi, à plus de 50 ans :

"Je veux partager avec vous le secret qui fera de vous un véritable Rocco Siffredi"

Grâce à ce secret vous pourrez, à tout moment, quelle que soit votre forme, faire parvenir à l'orgasme même la femme la plus exigeante.

Rocco Siffredi a accepté de révéler le secret le mieux gardé des hardeurs professionnels ou comment obtenir une érection forte et contrôlée, même quand vous vous en sentez incapable et... ça marche à tous les coups !



ABDOFORTE®

Gérard Vives nous révèle son secret :

"Comment obtenir un ventre plat et dur comme le roc en moins de 5 min par jour !"



FLEXFORTE®

Guy Roux :

"Je veux partager le secret qui m'a permis de me débarrasser des douleurs articulaires qui gâchaient ma vie"



Le dossier du semestre : SIMPLY FORTE/PERFOLINE

ZOOM : La cure MINCIBALL

L'insertion publicitaire de **SIMPLY FORTE** dans les magazines de programmes télévisés est sans équivoque : « Pourquoi MinciBall agit comme la première balle gastrique entièrement naturelle et va vous permettre de perdre du poids dès les premiers jours. »

Le témoignage de Sylvia est sidérant : « J'avais tellement perdu de poids en une semaine que j'ai annulé mon rendez-vous pour une chirurgie gastrique. »

MinciBall est présenté comme une « étonnante combinaison d'une gomme naturelle – la gomme de guar – qui grossit de plus de 50 fois son volume quand elle entre en contact avec les acides de votre estomac, et d'une algue ».

D'autre part, MinciBall est également composé de deux acides de fruit – le Garcinia cambodgia et une pectine de citron - destinés à préparer votre organisme à éliminer les graisses quand vous arrêterez MinciBall.

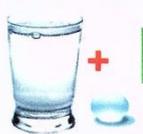
Mais **SIMPLY FORTE** « oublie » que les préparations composées, entre autres, de Garcinia cambodgia sont interdites en France (*décision de l'Agence française de sécurité sanitaire des produits de santé – AFSSAPS – en date du 12 avril 2012*).

Minciball

Comment agit cette véritable balle gastrique 100% naturelle et végétale pour en finir avec les envies de grignotage

100%
NATUREL





En 15 min cette gélule va se transformer en balle gastrique 100% naturelle



Garcinia Cambogia
La garcinia est un fruit rare tropical. L'acide hydroxycitrique qu'il contient naturellement agit en tant que régulateur d'appétit en diminuant l'absorption des sucres et en favorisant la vidange adipeuse (diminution du nombre et du volume des cellules graisseuses). C'est un brûleur de graisse à effet retard, son efficacité continue donc même après son absorption.



Gomme de guar
La gomme de guar, ce coupe-faim naturel, vous permet de limiter tous les grignotages de la journée et ainsi éviter les kilos superflus.



Agar-agar
Composé à 80% de fibres, l'agar-agar, une fois consommé, gonfle dans l'estomac. L'algue triple de volume et tempère l'appétit. De plus, ses fibres et sa propriété gélifiante accrochent une partie des graisses et des sucres du repas, augmentant ainsi son action éliminatrice et détoxifiante.



Pectine de citron
La pectine de citron qui a un effet rassasiant va vous permettre d'éviter les fringales durant la journée et donc d'augmenter vos chances d'être en dessous de vos besoins, et ainsi de perdre du poids.

INDISPENSABLE pour toutes celles et ceux qui mangent trop et sont pressés de maigrir.

MinciBall Cure d'attaque (1 pot de 60 minci ball) objectif 10 kgs.....Réf. : 1755.....29,00€...**24,90 €**
MinciBall Cure renfort (2 pots de 60 minci ball) objectif 20 kgs.....Réf. : 1756.....49,00€...**39,90 €**

Le dossier du semestre : **SIMPLY FORTE/PERFOLINE**

LA GARANTIE « SATISFAIT OU REMBOURSÉ » :

Le témoignage d'un consommateur

Un client de **SIMPLY FORTE**, dont les offres publicitaires se multiplient dans les magazines de programmes télévisés, témoigne (*courrier du 7 novembre 2016*) : « J'ai commandé à **SIMPLY FORTE** une cure confort Cafeform 60 jours b bénéficiant de la garantie satisfait ou remboursé. Résultat : pas un kilo de perdu. J'ai retourné le tout le 13 octobre 2016. À ce jour, aucun remboursement. De plus, personne ne répond à mes messages. »

L'intervention du **Réseau anti-arnaques** a permis d'obtenir un remboursement de 89,90 € par virement.

Les informations sur le délai de remboursement ne peuvent que faire sourire :

- « Votre demande de remboursement a bien été enregistrée. Le délai varie entre 2 à 6 semaines à dater de la réception dans nos locaux » (*service clients*) ;
- « Les remboursements sont opérés au plus vite. Il n'y a pas d'autres délais que ceux de la Poste. » (*Arnaud DALBERGUE, dirigeant de LUXEMBOURG MANAGEMENT INTERNATIONAL exploitant SIMPLY FORTE*).

100% SATISFAIT
ou REMBOURSÉ

Vous profitez de notre garantie SATISFAIT ou REMBOURSÉ

Vous avez 3 mois pour juger les résultats de nos compléments alimentaires. Si vous n'êtes pas satisfait(e), il vous suffira de renvoyer vos boîtes ou flacons entamés ou même vides accompagnés de votre facture et dès réception, nous vous rembourserons le montant de votre commande par chèque à votre nom.

La promesse est belle, la réalité l'est moins.

Le dossier du semestre : **SIMPLY FORTE/PERFOLINE**

SIMPLY FORTE N'AIME PAS LA TRANSPARENCE

SIMPLY FORTE, qui inonde les magazines de programmes TV et la presse seniors d'offres publicitaires pour des produits de bien être, exploite plusieurs marques : **AB VITAL**, **INSTITUT NUTRITIA**, **PERFOLINE**, **CENTRE EUROPÉEN DU DOS**, entre autres.

Elle multiplie également les sites. La liste établie par le **Réseau anti-arnaques** s'allonge de jour en jour.

Ainsi, les mentions légales de **tonbienetre.fr** précisent que le site est exploité par la société **tonbienetre.fr** sous le numéro 810 064 474.

En fait, ce numéro correspond à celui de **SIMPLY FORTE** et l'adresse du siège social (27 avenue de l'Opéra, 75001 Paris) est celle d'une société de domiciliation.

Erreur grossière ou volonté de ne pas faire apparaître une dénomination désormais trop connue ? Dans tous les cas, les mentions légales qui permettent d'identifier le propriétaire d'un site, sont erronées.

Arnaud DALBERGUE, dirigeant de **LUXEMBOURG MANAGEMENT INTERNATIONAL (LMI)**, qui exploite la société **SIMPLY FORTE**, n'a pas daigné apporter d'explications sur les multiples « satellites » gravitant autour de la planète **LMI**.



Le dossier du semestre : SIMPLY FORTE/PERFOLINE

SIMPLY FORTE MET LE PAQUET

Le dernier catalogue 2017 « Toutes les solutions Forme, Santé, Bien Être » diffusé par **SIMPLY FORTE** ne passe pas inaperçu :

- ⇒ La page de couverture présente toutes les vedettes qui ont « prêté » leur image aux produits commercialisés : **Nathalie SIMON** (*Shaper Relax 3000*), **Guy ROUX** (« *FlexForte*), **Gérard VIVES** (« *AbdoForte* »), **Bernard HINAULT** (*DorylaxPro*) sans oublier **Rocco SIFFREDI** (« *ActivForte* »).
- ⇒ SIMPLY FORTE organise une opération cadeaux avec obligation d'achat : le dépliant publicitaire représente une tablette Galaxy TabPro SD d'une valeur de 849 € mais un seul client en sera bénéficiaire. Tous les autres devront se contenter d'un appareil écran tactile qui sera, en fait, une simple calculatrice.
- ⇒ Un chèque de 1 500 € sera adressé aux trois premières personnes effectuant une commande.

En fonction du montant de la commande des cadeaux supplémentaires sont prévus : un support universel de téléphone pour véhicule (*pour toute commande atteignant 50 €*), un lot de trois Jean's Fit (*commande de 2 articles pour un montant minimum de 80 €*), ou un appareil d'électro stimulation EasyForm (*commande de 3 articles pour un montant de 150 €*).

2017

Toutes les solutions
Forme, Santé, Bien-être

Nathalie SIMON
recommande
Shaper Relax 3000®

Physio REACTIN

Guy ROUX
recommande
FlexForte®

activ35

Gérard VIVES
recommande
AbdoForte®

Bernard HINAULT
recommande
DorylaxPro®

JUVENSHOT

Rocco SIFFREDI
recommande
ActivForte®

SF
SIMPLY
FORTE

www.simply-forte.fr

0825 720 401 Service 0,20 €/min
* prix appel

Énergie : Les vendeurs n'en manquent pas



IMMO CONFORT EXAGÈRE

Un consommateur témoigne des pratiques de la société **IMMO CONFORT** domiciliée à Antony (courrier du 20 avril 2017) : « J'ai été contacté par **IMMO CONFORT** une première fois par téléphone sous couvert d'une offre **ERDF**. Intéressé, j'ai accepté un rendez-vous. Un technicien est venu, a pris des photos du toit de la maison, a fait un calcul de rentabilité. Il nous a proposé un autofinancement avec la **Société générale**. Le rendement énergétique semblait intéressant.

Lorsque je lui ai montré le dossier sur le photovoltaïque paru dans **Que Choisir**, il a éludé la question du rendement en me disant que l'article ne concernait pas cette offre, ce qui était vrai.

Mais cela m'a permis de poser des questions complémentaires. Il nous proposait de nous installer un chauffe-eau thermique et un adoucisseur pour bénéficier des aides de l'État. Il nous a montré un dossier mais ne nous a rien laissé « tant que nous n'avons pas signé ». Nous n'avons rien signé et nous avons pris rendez-vous avec l'**ADIL (Association départementale d'information sur le logement)** pour un éclairage.

Résultat de l'analyse de l'**ADIL** : les rendements calculés par **IMMO CONFORT** s'élevaient à 3 400 € par mois, l'**ADIL** était sur un chiffre maximum de 780 €. »

ENGIE : VRAI OU FAUX ?

Un consommateur témoigne de la visite d'un démarcheur arborant un badge **ENGIE** : « Ce représentant d'**ENGIE** voulait connaître ma consommation de gaz et le tarif pratiqué et voir mes factures pour me faire souscrire un contrat avec un tarif A au d'un lieu d'un tarif B.

Comme je lui ai dit que je n'étais pas disponible, curieusement, il a trouvé tout de suite sur sa tablette tous les renseignements qu'il souhaitait. Il a souhaité me faire souscrire un nouveau contrat. »

Ce consommateur refuse de souscrire sans étudier préalablement la proposition commerciale, ce qui n'est pas du goût du démarcheur : « Il a refusé de me laisser un exemplaire de ce contrat dont il avait cependant une poignée en mains, sous le motif qu'il devait ramener au siège tous les contrats qu'il possédait. Je pouvais en demander un exemplaire par téléphone mais ce serait plus cher que de passer par lui. Nous en sommes restés là. »

Effectivement, la méthode de vente et les arguments utilisés n'incitent pas à donner une suite favorable à une telle sollicitation.



Des offres pas si promotionnelles que cela

JUSTIN BRIDOU NE DONNE PAS UN SOU



Comment accroître les ventes de « bâtons de berger » **JUSTIN BRIDOU** ? En organisant un jeu avec obligation d'achat, permettant de gagner l'un des deux lots de 10 000 € constituant la dotation.

C'est ainsi que le jeu « Que feriez-vous avec 10 000 € ? » s'est déroulé du 16 août au 31 octobre 2016.

Deux moyens étaient à la disposition du client pour gagner cette somme :

- ⇒ en achetant en magasin l'emballage contenant un saucisson factice ;
- ⇒ en participant sur internet à un jeu avec instant gagnant.

Contacté par le **Réseau anti-arnaques**, le service consommateurs du groupe **AOSTE**, propriétaire de la marque **JUSTIN BRIDOU**, confirme qu'aucun lot n'a été gagné.

Ce résultat était prévisible :

- ⇒ pour le premier cas (*achat en magasin*), le saucisson factice a pu rester en entrepôt ou n'a pas intéressé l'acheteur ;
- ⇒ pour le second canal, le principe de l'instant gagnant « fermé » est pénalisant : si aucun consommateur ne joue au moment de l'instant gagnant le lot est perdu.

Il aurait suffi d'organiser une opération avec instant gagnant « ouvert » pour que le lot soit reporté sur le joueur suivant et soit donc gagné.

Certes, juridiquement, il n'existe aucune obligation de distribuer l'ensemble de la dotation de lots. Déontologiquement, un engagement de l'organisateur à verser la valeur de la dotation à une association caritative constituerait un acte fort.

LE PANIER DE LINGE DE MAISON DE BLEU BONHEUR

Un consommateur fait part de sa déception au **Réseau anti-arnaques** (*témoignage du 11 février 2017*) : « **BLEU BONHEUR** m'a écrit pour m'annoncer que j'allais recevoir un panier rempli de linge de maison, au total 20 pièces d'une valeur de 560 €. En effet, j'ai reçu un panier plastique de 12 sur 12 cm contenant cinq petites serviettes d'invité 30 sur 30 cm. À mon avis, c'est se moquer du monde car j'ai beau lire et relire leur offre, il est bien précisé gratuit et sans conditions. »

Effectivement, il s'agit d'une opération cadeaux sans obligation d'achat (*seuls les frais de port sont réclamés*). Mais la photographie représente toujours le principal cadeau qui, de surcroît, est réservé au meilleur client sur une période donnée. Les autres clients reçoivent le cadeau mentionné dans le règlement de l'opération. Dans le cas présent, il s'agit bien d'un panier de linge de maison mais dans une version minimaliste.

**BLEU
BONHEUR**

... et ma vie prend des couleurs !



CDISCOUNT ABUSE

Ce consommateur effectue le 26 novembre 2016 une commande de 680 € et souscrit une carte **CDISCOUNT** pour bénéficier d'une remise de 30 %.

Malheureusement, alors que la date de livraison était prévue à la mi-décembre, **CDISCOUNT** informe son client d'un retard d'expédition.

Puis le consommateur apprend que sa commande a été annulée « suite à un dysfonctionnement informatique ».

CDISCOUNT propose d'effectuer une nouvelle commande de 400 € et de bénéficier sous 24 heures d'un bon d'achat de 200 € pour compenser la remise promise de 30 %.

Bien évidemment ce bon d'achat ne s'est pas matérialisé et le malheureux consommateur a pu vérifier l'efficacité du service réclamations :

« J'ai essayé de les contacter trois fois pour demander des explications. Au premier appel la requête a été remontée au service qualité avec une réponse annoncée sous 72 heures maximum. Bien évidemment les 72 heures se sont écoulées et je n'ai toujours pas eu de réponse. Les deux autres appels de la même façon : j'ai été baladé de service en service et la conversation a coupé. J'en suis à 50 € de hors forfait téléphonique. »

Et dire que **CDISCOUNT** est adhérent de la **FEVAD (Fédération du e-commerce et de la vente à distance)** !

LA REDOUTE MODÈRE SANS MODÉRATION

LA REDOUTE incite ses clients à lui soumettre sur son site des commentaires et suggestions mais filtre les réclamations.

Le libellé-type est adressé à tout client qui oserait critiquer un produit acheté : *« Notre équipe a lu votre commentaire et vous en remercie, même s'il ne respecte pas les règles de notre site Web. Merci de vos suggestions. Nous espérons les publier une prochaine fois ! »*

Dans le cas transmis au **Réseau anti-arnaques**, un consommateur confirmait la bonne qualité d'un matelas mais qualifiait de détestable la première nuit d'utilisation en raison de l'odeur de colle ou de biocide.

Nous aurions pu nous attendre à ce que l'avis du client mécontent soit transmis au service clients. Même pas ! Il est vrai qu'à tout modérer, tout est pour le mieux dans le meilleur des mondes de la vente à distance.

La Redoute

Les voyants se déchainent

MAIREAD Mc MULLAGHAN : Une voyante qui vous veut du bien

Les courriers émanant de prétendus voyants s'adaptent à la crise économique ambiante et savent utiliser des leviers psychologiques pour arriver à leurs fins : vous faire commander une étude.

L'offre de **Mairead Mc MULLAGHAN**, domiciliée en Allemagne, nouvel intitulé utilisé depuis janvier 2017, reprend des techniques manipulatoires qui ont fait leur preuve :

- ⇒ Affirmer détenir des dons extra lucides : « Je suis la seule voyante au monde capable de voir les énergies subtiles d'une personne, même lorsque cette dernière n'est pas là, en chair et en os. »
- ⇒ Démontrer son intérêt pour votre personne : « Je me suis mise en route pour aller vous rendre visite. Déjà, la première impression en parcourant votre rue m'a littéralement bouleversée. Je sentais vos aspirations secrètes. »
- ⇒ Engendrer un sentiment de pitié (« *je suis aveugle de naissance* ») et indiquer un surnom (« *Chez moi, dans mon pays, dans les Highlands d'Écosse, on m'appelle simplement Mairead, celle qui voit avec le cœur* »).
- ⇒ Annoncer une gratuité sur la prestation promise en rappelant le coût habituel (300 €) mais, réclamer une somme modique (10 €) au titre de frais de secrétariat.

Certes, la somme qui est sollicitée est minime mais elle constitue l'appât qui va engendrer, ultérieurement, des prédictions qui seront facturées au prix fort.

ANGELINA ET LES FORCES CELESTES

« Les forces célestes ont ressenti votre désespérance et vu l'injustice flagrante dont vous êtes depuis trop longtemps la victime innocente. Elles ont décidé de remédier à tout cela de la plus étonnante et de la plus belle des façons pour vous. »

Ce texte résume le contenu du courrier émanant d'**ANGELINA**, médium de haut niveau. Elle vous adresse un fabuleux présent divin : l'Abraxas de Bonne Fortune de Saint-Michel.

En fait, il s'agit plutôt de l'abracadabra de Saint-Michel : neuf pages de textes incompréhensibles, du genre : « *La puissante énergie de nature divine dont j'ai largement chargé votre Allégorie Sacrée de Saint-Michel va émettre une onde à très forte résonance spirituelle dans l'astral qui me permettra de recueillir, à distance, dans un globe mystique d'hypercaptation spirito-magnétique spécialement prévu pour cela, vos ondes de Magnetism Spirit étroitement et spécifiquement rattachés à votre vœu le plus cher.* »

ANGELINA vous fait un prix : elle vous réclame seulement 32 € au lieu de 50 €. Débourser 32 € pour ne rien comprendre, c'est cher payé.

CONFIDENCE DE VOYANT

Le dirigeant d'une société exploitant plusieurs sites de voyance à partir de ses bureaux de Hong-Kong, s'exprime sur un blog destiné aux jeunes entrepreneurs :

« Moi j'ai conscience de vendre du pur vent, cela ne me pose aucun souci.

Je ne base pas ma réputation sur ce que je vends, mais sur le cash que je fais et que je fais gagner à mes partenaires affiliés. »

Les voyants se déchaînent

GLORYA VOUS ÉCRIT

Comparez sa vision et celle du Réseau anti-arnaques

CE QUE VOUS LISEZ (texte original)

« Chère amie,

Mon tarot du Destin ne m'a jamais menti. Leurs prédictions sont exactes et claires. La réussite matérielle c'est ce qui vous attend si vous déchirez votre fardeau négatif en quatre morceaux et me permettez de vous guider.

C'est un signe fort du Destin. Alors écoutez-moi : aucune personne sensée ne laisserait s'échapper une telle opportunité pour se libérer de ses soucis d'argent (dettes, factures) et de malchance. Faites-moi confiance et vous ne le regretterez pas. Je vous le garantis !

Alors, maintenant, vous savez tout. J'aurai tellement souhaité vous les annoncer de vive voix mais je n'ai pas pu trouver votre numéro de téléphonie alors, je me suis résignée à vous envoyer ce précieux courrier.

Tout ce que je vous demande, c'est de me donner la chance de vous aider. Alors, le moins que vous puissiez faire pour vous, non pour moi, c'est d'accepter. »

CE QUE VOUS DEVEZ COMPRENDRE (texte rédigé par le R.A.A.)

« Chère amie,

Décidément, vous n'avez pas de chance : vous avez répondu à mon annonce parue dans la presse et désormais vous allez être harcelée sous mes propositions écrites.

Ne cherchez pas à me rencontrer : je suis fictive. Ne cherchez pas mon adresse : il s'agit d'une boîte postale en Suisse.

Ne cherchez pas mes compétences : je n'en possède aucune. La preuve, je ne suis même pas capable de deviner votre numéro de téléphone !

Une seule chose m'intéresse : que vous me retourniez le « bon spécial du destin » et que vous vous délestiez d'une somme de 50 € pour faire face à mes frais.

Bien sûr, je ne manquerai pas de vous solliciter de nombreuses fois car je souhaite non pas vous alléger de vos soucis mais de votre argent. »



Bien-être et santé : le filon de la vente à distance

BIOLINE SE RAPPELLE A VOUS

BIOLINE diffuse un numéro spécial « Journal de la mémoire – recherche et guérison », et vise les personnes confrontées à un problème de mémoire.

Bien évidemment, vous êtes personnellement ciblé pour cette offre publicitaire mais, stratégiquement, **BIOLINE** sait élargir la clientèle concernée : « *L'un des membres de votre famille ou l'un de vos amis souffre-t-il de troubles de la mémoire ? Alors offrez-leur le cadeau intemporel d'un esprit revivifié !* »

La documentation regorge de formulations optimistes et parfois décalées. Ainsi :

- ⇒ « *Qu'allez-vous faire avec un cerveau plus jeune ? Pensez-y : avec une mémoire à nouveau en pleine forme... chaque jour est un jour de l'indépendance ! Célébrez !* »
- ⇒ « *À 75 ans, je ne peux que me féliciter d'avoir retrouvé la mémoire d'un trentenaire et c'est très réjouissant.* »

L'objectif est de vous faire acheter une cure de **Mémo actif forte**.

Le conseil du **Réseau anti-arnaques** est d'oublier rapidement cette sollicitation publicitaire.



LE SAVON INTESTINAL D'AUJOURD'HUI EN MÉDECINE NATURELLE

Un nouveau catalogue de produits de santé et de bien-être est diffusé en France : « **Aujourd'hui en médecine naturelle** ». Il émane, en fait, du **Laboratoire Universel de Capsothérapie**.

Le produit phare est le savon intestinal et de multiples techniques de marketing sont utilisées pour le promouvoir :

- ⇒ des affirmations aussi vagues qu'invérifiables : « Le nettoyant intestinal n° 1 en Europe » ; « Éliminez plus de 85 % de vos problèmes de santé » ; « Le saviez-vous ? Un catalogue destiné à l'origine aux professionnels de santé » ;
- ⇒ des envolées lyriques : « C'est comme si des milliers de petites mains nettoyaient tous vos intestins » ;
- ⇒ une lettre du médecin **Hervé LECLERC**, présumé « co-fondateur du projet » et rédigé à la façon d'**Émile Zola** : « J'accuse... » ;
- ⇒ un concentré d'avantages : « une cure achetée = une cure offerte » ; une sangle lave dos, un set manucure, un aiguisé tout électrique en cadeau, frais de port gratuits.

Décidément, « **Aujourd'hui en médecine naturelle** » aime bien les savons puisqu'il propose, également, le « savon artériel », destiné à prémunir les risques d'AVC et d'infarctus !

Le **Réseau anti-arnaques** est des plus réservés face à de telles allégations publicitaires.

Le catalogue et le bon de commande mentionnent une adresse postale à Mortsel (*Belgique*) mais n'indiquent aucun élément légal (*adresse fiscale, numéro d'immatriculation au registre du commerce...*) permettant d'identifier la société.



Bien-être et santé : le filon de la vente à distance

AVIS TÉLÉGUIDÉS

Les méthodes de santé miracle restent un grand classique des offres publicitaires reçues, principalement, par voie postale ou insérées dans la presse grand public.

Le **Réseau anti-arnaques** reste, bien évidemment, réservé face à des propositions émanant de pseudos laboratoires : dénomination pompeuse, absence de structures physiques (*pas de siège social ou de bâtiments identifiables, absence d'existence sur l'annuaire ou au registre du commerce*), simple boîte postale ouverte en Suisse ou en Belgique, sous-traitance systématique avec des délais d'envoi variables, déficit d'informations sur le contenu et le lieu de fabrication du produit, arguments scientifiques non référencés.

La page **Facebook** du **Réseau anti-arnaques** donne lieu à de nombreux échanges. L'un des correspondants évoque avec justesse la situation suivante : « *Habituellement, je suis consterné par l'orthographe des témoignages. Or, je constate qu'ils sont tous écrits dans le même type de vocabulaire et, surtout, avec une orthographe plus que correcte. J'en tire la conclusion qu'il s'agit de faux témoignages écrits par la même personne.* »

DÉCOUVREZ LE PROGRAMME MINCEUR DE COMME J'AIME : même les mentions mincissent !

Matraquage publicitaire sur les chaînes de télévision, (*ce qui permet d'afficher le logo « vu à la TV »*) et encarts dans les magazines de programmes télévisés : **COMME J'AIME** a mis les moyens pour promouvoir son programme minceur (*ou programme « prêt à mincir »*). Il comprend la livraison de plats préparés et l'accompagnement d'un coach minceur.

La première page des encarts publicitaires est un modèle de marketing :

- ⇒ interpellé le consommateur : « Et vous, combien de kilos voulez-vous perdre ? » sachant que l'exemple donné est une perte de 15 kilos ;
- ⇒ annoncer une offre promotionnelle : « Testez une semaine sans payer » ;
- ⇒ promettre un cadeau gratuit : une ceinture amincissante vibrante.

Malheureusement, certaines conditions restrictives ont, elles-aussi, bénéficié d'un programme minceur. Elles sont aussi discrètes que peu lisibles (*corps de police le plus petit dans la brochure*).

Ainsi, le test d'une semaine sans payer implique l'achat d'un programme de 4 semaines dont le prix n'est même pas mentionné. « *Si vous n'êtes pas satisfait de votre première semaine, retournez nous les 3 semaines restantes ainsi que la ceinture (port à votre charge) et vous ne serez pas débité.* » La solution la plus simple aurait été d'offrir une semaine de programme minceur et de proposer, ensuite, le contrat d'abonnement.

Une sélection de témoignages fait apparaître 16 estimations de poids perdu : le panel va de 6 kg à 40 kg. Mais les mentions microscopiques précisent que la perte moyenne est de 5 kilos sur un mois et de 11 kilos sur trois mois, sur la base d'une étude réalisée en 2014 et portant sur 297 clients. L'exploitation des résultats est donc partielle puisque les composantes de la moyenne (*à savoir les résultats inférieurs à 5 kilos*) ne sont même pas mentionnées.

COMME J'AIME est une société prospère : plus de 34 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2015, avec un bénéfice de 9 millions d'euros.

comme)'aime
Souriez à la vie

Les fausses arnaques de la consommation

La vocation du **Réseau anti-arnaques** est bien de développer la prévention des arnaques de la consommation. Les conseils les plus diffusés sont :

- ⇒ ce qui est gratuit n'existe pas, *(et cache souvent des contraintes coûteuses)* ;
- ⇒ ne jamais communiquer de pièce d'identité à un tiers.

Mais, il existe des dérogations à ces principes car certaines offres publicitaires présentent une apparence d'arnaque mais n'en sont pas !

En voici quatre exemples (testés par le Réseau anti-arnaques) :

Les ampoules LED gratuites ou l'isolation de combles pour 1 €

Cette gratuité est réelle. Elle est explicable par les pénalités que doivent payer tous les fournisseurs d'énergie et de carburants. Pour les éviter, ceux-ci doivent contribuer à la réduction des consommations d'énergie des ménages. C'est ainsi qu'ils sont amenés à verser des « primes énergie » aux particuliers, *(sachant que le revenu fiscal du contribuable doit respecter un certain plafond pour en bénéficier)*.

Les deux polos gratuits (catalogue L'HOMME MODERNE)

La valeur commerciale annoncée est de 39 € les deux polos et les frais de port sont forfaitisés à 2 €. Le **Réseau anti-arnaques** a testé : la livraison est rapide et les articles présentent une qualité correcte. L'objectif de **L'HOMME MODERNE** est, en fait, de constituer un fichier de nouveaux clients qui recevront les prochains catalogues.

Les cadeaux et loteries de la vente à distance

Certes, le principe de vigilance s'impose notamment face aux promesses émanant de sociétés implantées à l'étranger *(Pays-Bas, Suisse, Belgique, entre autres)*, et à celles qui se sont implantées dans le département des Alpes-Maritimes *(06)*.

Le consommateur a tout avantage à privilégier les offres de sociétés affichant le logo de la **FEVAD (Fédération du e-commerce et de la vente à distance)**.

La communication de justificatifs suite à une commande sur internet

Vous avez effectué une commande auprès d'un site marchand et vous pouvez recevoir un message de **FIA-NET** vous réclamant, par exemple, un justificatif d'identité.

Cette filiale du groupe **CRÉDIT AGRICOLE** garantit au professionnel le bon paiement par carte bancaire de la commande, moyennant la perception de commissions. Bien évidemment, vous pouvez refuser de communiquer le document sollicité avec le risque de voir votre commande non traitée.

Du reste, tout consommateur peut consulter le site **fia-net.com** pour prendre connaissance des évaluations effectuées par les clients.

Appels 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

MINCIR AVEC COMME J'AIME

Vous souhaitez perdre du poids. Les propositions publicitaires de COMME J'AIME diffusées à la télévision vous ont incité à souscrire l'un des programmes proposés (« basic », « équilibre » ou « dynamique »).

SERRES DE JARDIN COURTOIS DE FRANCE

Vous avez été séduit par les prix affichés pour une commande de serres de jardin.

OFFRE DE REMBOURSEMENT PUBLICITAIRE

Vous avez répondu à une offre de remboursement publicitaire. Modalités de remboursement, délais : votre expérience nous intéresse. Demandez-nous le questionnaire d'enquête

NATURAL SANTÉ

Vous avez effectué des commandes de compléments alimentaires et autres produits de NATURAL SANTÉ (Reignac – 33).

VENDEURS DE FRUITS ET LÉGUMES

Vous avez reçu à domicile des vendeurs de fruits et légumes. Vous leur avez acheté des produits en grande quantité et à un tarif élevé.

OFFRE D'EMPLOI

Vous avez répondu à une offre d'emploi ou à une offre de travail à domicile qui s'avère douteuse.

COFFRET CADEAU

Vous avez bénéficié d'un coffret cadeau et vous l'avez utilisé dans les délais impartis. Relatez votre expérience en réclamant le questionnaire à compléter..

VITALYS

Vous avez commandé le CannaPhytol, « le plus puissant des anti-douleurs », à VITALYS (Cagnes sur Mer) ou sur le site institutevitalys.fr.

MOVE24

Vous avez sollicité les services de MOVE24, « 1^{er} déménageur en ligne ».



Le Réseau anti-arnaques

Dans le prochain numéro d'ARNAQUES-INFOS à paraître (n° 70) :

LES « PRIX CITRON 2017 »

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)

Directeur de la publication : **Pascal TONNERRE**

Expert scientifique : **Paul KEIRN**

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

Crédits photo : fotolia.com

Dépôt légal : Juin 2017

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. Les appels à témoignages visent à connaître le niveau de satisfaction des consommateurs par rapport aux prestations du professionnel concerné.

Le **Réseau anti-arnaques** se réserve la possibilité de publier dans ses différents supports (Arnaques-Infos, Info-Alerte, site arnaques-infos.org) les courriers de tout professionnel qui lui écrit, sauf si la mention « confidentiel » y apparaît de façon visible

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