SOS consommateurs : vente par correspondance... oui, mais...

Objekttyp: **Group**

Zeitschrift: **Aînés : mensuel pour une retraite plus heureuse**

Band (Jahr): **12 (1982)**

Heft 6

PDF erstellt am: **29.05.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

SOS consommateurs

Vente par correspondance... oui, mais...

Acheter à domicile, rien de plus facile
C'est ce que vous dit la publicité des maisons de vente par correspondance. Nous avons déjà parlé dans cette chronique de cette forme d'achat. Si nous y revenons, c'est parce que les témoignages de clients nous permettent de relever des faits intéressants et aussi parce que certains d'entre eux espèrent que leurs expériences heureuses ou non serviront à d'autres.

Certains avantages... pour certains clients
Si *toutes* les maisons de vente par correspondance étaient sérieuses, si *tous* les articles figurant au catalogue pouvaient être obtenus dès la commande, et si les maisons n'envoyaient *que* les articles commandés, les clients seraient déjà satisfaits. En effet, *les personnes âgées ou les handicapés* qui ont de la peine à se déplacer dans des magasins mal équipés pour eux (escaliers, cabines d'essayage minuscules, vendeurs parfois peu patients) sont heureux de recevoir à domicile des marchandises qu'ils pourront essayer tranquillement, éventuellement avec l'aide de quelqu'un. Par contre, si la marchandise *ne convient pas,* si elle est *trompeuse,* ou si la maison a **rajouté** quelque chose de **non commandé,** voilà qu'il faut refaire un paquet, nouer la ficelle (ce qui pose des problèmes aux rhumatisants et arthritiques vivant seuls), le porter (et il est souvent volumineux) à la poste... toutes choses que des gens alertes et bien portants peuvent faire, mais qui posent des problèmes réels à certains aînés (nous en avons des témoignages). Et si ces inconvénients arrivent avec des maisons sérieuses, qu'en est-il alors avec celles qui ne le sont pas?

Du bon usage du catalogue
En général, les catalogues des maisons énumérées ci-contre essaient de reproduire au mieux l'objet, le vêtement (coloris compris). Il faut donc faire bien attention en remplissant la carte de commande de ne pas se tromper d'articles, de remplir les cases correctement. En général, *ces catalogues sont préparés plus de six mois à l'avance* et il est possible qu'à la parution *certains articles n'aient pu être fournis* au vendeur ou aient subi des modifications.

Les maisons sérieuses
Nous avons déjà signalé leur symbole: celui-ci. (Attention, des maisons moins sérieuses se sont donné une espèce de contrefaçon.) C'est pourquoi nous répétons ici la liste de ces maisons (avec lesquelles d'ailleurs nos bureaux Consommateur-Informations ont peu de litiges):

ASVPC — Association suisse de vente par correspondance: **Ackermann, Beyeler, Interdiscount, Jelmoli, Läckerli-Huus, Mothercare, Praktikus, Quelle, Readicut, Yves Rocher, Seyffer, Spengler, VAC, Vatter, Veillon, Vögele.**

Les autres...
sont comme par hasard celles qui vous proposent de mirobolants concours ou loteries au lieu de modestes primes. Vedia a un chiffre d'affaires de 32 millions par an à coup de petits gadgets dérisoires. Soyez donc très prudents et n'achetez pas des exclusivités qui n'en sont pas. N'achetez pas n'importe quoi pour gagner à un concours: l'achat, ce n'est pas une loterie! Attention aux maisons qui ne figurent pas dans la liste ASVPC.

Les cases postales...
fleurissent dans certains journaux. Attention, attention! Attention, c'est de pis en pis. Maisons qui changent de nom après faillite, qui proposent des objets dangereux ou inefficaces ou qui vous trompent tout bonnement. Que dites-vous de cette annonce?

Quel consommateur s'est-il avisé de l'astuce, car c'en est une? En effet, la loi précise que c'est le *bon de commande qui sert de base juridique* et que le texte qui figure dans l'annonce n'a aucune valeur en cas de litige. Ainsi, si dans un texte il est indiqué que vous pouvez renvoyer une marchandise après essai en cas de non-convenance, lorsque ce point ne figure pas dans le bon de commande, eh bien! la maison de vente peut refuser votre envoi. De même pour le prix.

On vous rappelle
1. Achetez par correspondance si vous ne pouvez pas faire autrement, pas par paresse.
2. Achetez uniquement auprès des maisons membres de l'ASPVC (ci-dessus).
3. Lisez attentivement les conditions *de vente, de paiement* et *de renvoi* possible de la marchandise.
4. Faites tous les calculs de prix (voir la petite annonce ci-dessus).
5. Photocopiez, faites photocopier ou recopiez votre commande. Si c'est une lettre, faites un double au carbone.
6. Ne faites pas aveuglément confiance à votre journal favori... des annonces de brebis galeuses se glissent partout, hélas, et même si le contenu rédactionnel d'un journal est au-dessus de tout soupçon, la partie publicitaire peut réserver quelques pièges.
7. En cas de problèmes, téléphonez ou écrivez tout de suite à la FRC en précisant si vous êtes incapable de vous déplacer. (Directement à un bureau Consommateur-Informations, ou par l'entremise de cette rubrique.)

J. Ch.

Prochain article:
«Une page de jeux pour l'été.»

Tono propose, dans sa publicité, ce masseur vibrant universel au prix de **Fr. 98.—** *«seulement» (+frais d'envoi). Le bon d'essai à remplir nous le facture déjà,* **en chiffres bien serrés,** *à* **Fr. 119.—,** *toujours «seulement» (+frais d'envoi). Mais ce n'est pas tout! En payant le prix de Fr. 119.—, on est censé faire une économie supplémentaire de* **Fr. 9.—,** *sur quoi s'il vous plaît?*
Ni sur le prix de Fr. 98.—, ni sur des versements échelonnés qui, eux, s'élèveraient à **Fr. 124.—** *(+frais d'envoi). Pour nous, il y a de quoi* **vibrer** *de rage, et pour la maison Tono, de quoi* **vibrer...** *de honte pour oser nous abuser de la sorte...*

Extrait de «J'achète mieux», N° 110, avril 1982.

Modelez le corps dont vous avez toujours rêvé, en quelques minutes par jour seulement et à un prix dérisoire. Jusqu'à maintenant, le prix de ces appareils amaigrissants était très élevé. Le nôtre coûte seulement Fr. 98.- (+ frais d'envoi) pour une magnifique ceinture amaigrissante, fabriquée selon les normes suisses les plus sévères, doublement isolée pour assurer une sécurité totale et entièrement garantie pendant un an!

Bon d'essai gratuit de 15 jours

à envoyer à TONO SA, case postale, 1018 Lausanne. Tél. 37 38 49

Envoyez-moi par retour CORSANO la ceinture vibrante qui gomme les bourrelets. Je dois obtenir des résultats remarquables ou je vous retournerai CORSANO dans les 15 jours, sans rien vous devoir. Si je décide de le garder, je paierai selon le mode de règlement coché ci-dessous ☒.

☐ VERSEMENTS ECHELONNES: Un acompte de Fr. 44.- (+ frais d'envoi) dans les 15 jours, et à la suite 2 mensualités de Fr. 40.-. (0750 B)

☐ PAIEMENT COMPTANT: Seulement Fr. 119.- (+ frais d'envoi) dans les 15 jours, *soit une économie supplémentaire de Fr. 9.-.* (0750 A)