SOS consommateurs : non!... je n'ai pas gagné

Objekttyp: **Group**

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

Band (Jahr): **14 (1984)**

Heft 5

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

Non!... Je n'ai pas gagné!

❶ Parlons anglais
2 définitions.

Mailing: (= par la poste). C'est le nom donné à la publicité qui arrive dans votre boîte aux lettres sous forme d'envoi *adressé à votre nom* (par opposition au «tout ménage»: ce qui est distribué dans chaque boîte dans un certain rayon). Le mailing c'est le plus souvent une grande enveloppe d'où s'échappent quand vous l'ouvrez, une foule de petits papiers, catalogues, «bons», accompagnés d'une lettre s'adressant à vous personnellement, «Cher M. Dupuis» ou «Chère Mme Dulac»... et qui vous promet monts et merveilles...

Sweepstake: concours, loterie où souvent les numéros sont tirés *d'avance* et où peuvent (très peut-être!) gagner ceux qui renvoient leur «bon» de participation, avec leur numéro de la chance.

❷ Bizarrement visés...

Une vieille dame de 82 ans vient de recevoir des offres mailing: l'une pour s'abonner au Mickey-Club et recevoir ainsi mois après mois des beaux livres qui lui apprendront à... lire grâce à Walt Disney! L'autre offre émanant d'une firme de cosmétiques lui promettant quasiment la jeunesse éternelle (les mannequins ayant visiblement 20 ans...). Espérons pour la prospérité du commerce que ces offres tombent plus juste dans les autres cas...

❸ Vous avez gagné...

Non, non pas du tout. Votre «numéro de la chance» le saviez-vous, est le même que celui de bien d'autres personnes. Ainsi, **tous les bulletins «gagnants»** envoyés par la maison Kurfüsrt dans toute la Suisse romande, et reçus à la FRC portaient le n° 492 725... Cela veut dire que ce numéro donne droit (peut-être) à un prix, le dernier numéro qui, peut-être, est distribué à des milliers d'exemplaires en Suisse et en Autriche. Pour certaines maisons c'est même dans tout le marché commun que les prospectus sont envoyés).

❹ La loi suisse...

... est très stricte en matière de loterie commerciale: elle précise que *la participation* à un tirage au sort *ne doit être lié à aucune obligation d'achat,* autrement dit vous pouvez, si le cœur vous en dit, retourner votre bulletin sans **rien** commander.

Oui, mais... vous devez utiliser une carte **différente** ou un bon à coller **différent** lui aussi. Cela signifie-t-il qu'alors un tri est pratiqué et que seuls les bulletins de commande sont pris en considération? En tout cas ce n'est pas la présence d'un notaire (dont le nom n'est pas toujours donné, ou qui curieusement officie à... Paris) qui assure les gens. En effet le notaire s'il tire des bulletins le fait parmi ceux qu'on lui donne.

❺ Le voisin, la voisine

Votre nom se trouve en 4e position accompagné d'autres noms de «voisins» qui ont aussi gagné? Les connaissez-vous? Heu... sûrement pas. D'autant plus que plusieurs bulletins destinés à des gens différents, portaient les mêmes noms autour de celui du destinataire.

Les photos des gagnants... Le nom seul est en général cité, pas le lieu de domicile, ni la date du concours. Quand on sait que les conditions générales précisent que «les organisateurs se réservent le droit d'utiliser sans autorisation particulière les noms et photographies des gagnants» (Rencontre) ou encore que «les gagnants autorisent Kurfürst Versand à communiquer leurs noms... à des fins publicitaires» on comprend que le très potentiel gagnant peut être utilisé pendant des années sans possibilité de recours.

❻ Abus

... celui de l'allure de l'enveloppe qui prend une apparence quasi officielle, ou bien le pseudo-télégramme, où l'utilisation de notre identité devient un véritable abus.

Que faire?

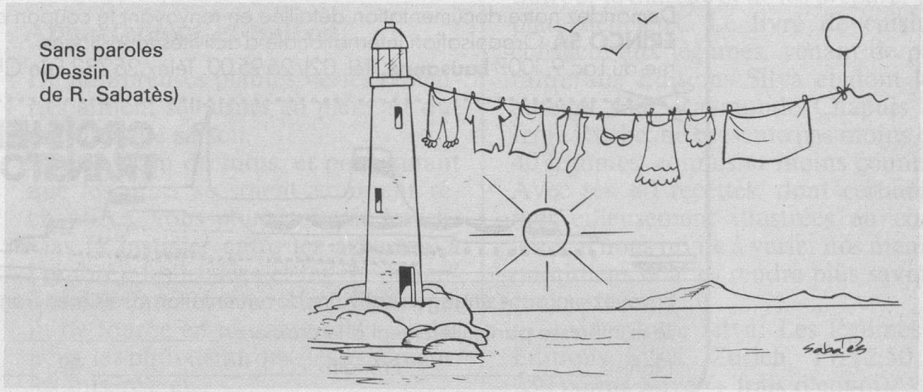
1. Ne pas croire au Père Noël... Tout ce fatras n'a qu'un but: vous faire ouvrir l'enveloppe, voir ainsi l'offre, et vous laisser tenter par des mots tels que «Chance», «Choix exclusif», et surtout par la lettre faussement personnalisée.
2. Ne jamais répondre à des offres de ce genre. En le faisant vous perpétuez le système et vous alimentez une foule de fichiers qui à leur tour se transmettront vos noms et adresses. Vous serez envahis!
3. Renvoyez l'enveloppe, en mettant l'adresse de la firme dans la petite fenêtre, et en la glissant **sans timbre,** dans la boîte (bien sûr sans mettre votre bon de participation ni commande).
4. Lors d'un après-midi au club d'aînés, demandez à chacun d'apporter ce qu'il a reçu. Comparez... Vous vous amuserez bien! Vous rappellerez que la FRC, de manière générale, encourage les consommateurs à acheter auprès de firmes pratiquant la vente sérieusement, et déconseille d'acheter un livre ou une casserole pour gagner une hypothétique voiture.

J. C.

Prochain article: «25 ans!»

Vins à la porte

Suite à l'article paru dans «Aînés» de mars, la FRC précise que la maison Erbe à Yverdon n'est pas mise en cause.



Sans paroles (Dessin de R. Sabatès)