

**Zeitschrift:** Aînés : mensuel pour une retraite plus heureuse  
**Herausgeber:** Aînés  
**Band:** 14 (1984)  
**Heft:** 5  
  
**Rubrik:** SOS consommateurs : non!... je n'ai pas gagné

#### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

#### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

#### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 22.12.2025

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**



# SOS consommateurs

## Non!... Je n'ai pas gagné!

### ① 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.

### ② 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...

### ③ 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 Kurfürst 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).

### ④ 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 **dif-férence** 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.

### ⑤ Le voisin, la voisine

Votre nom se trouve en 4<sup>e</sup> 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»

Sans paroles  
(Dessin  
de R. Sabatès)

on comprend que le très potentiel gagnant peut être utilisé pendant des années sans possibilité de recours.

### ⑥ 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.

