

Zeitschrift: Aînés : mensuel pour une retraite plus heureuse
Herausgeber: Aînés
Band: 22 (1992)
Heft: 7-8

Rubrik: SOS consommateurs : nous avons 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: 10.12.2025

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

... mais vous n'avez peut-être pas reçu 25 000 francs... Nous, c'est la FRC, qui à la suite d'une plainte contre la maison Kurfurst SA (et dont nous avons parlé en ...mai 1989) a enfin obtenu qu'un jugement soit rendu. C'était le 20 mars 1992. Vous, qui avez peut-être été une victime de la publicité de cette maison, n'avez pas gagné les 25 000 francs promis à des milliers de personnes qui avaient reçu personnellement la publicité trompeuse de cette maison.

Nous avons gagné...

Une histoire exemplaire ici résumée *

Acte I: la pub

En janvier 1989, la maison Kurfurst SA distribue une publicité intitulée «Proclamation officielle et définitive» annonçant au destinataire qu'il a gagné le montant de 25 000 francs! Un facteur joyeux vous y présente une liasse de billets de 1000! En face du nom du destinataire correspond le montant du prix principal. Quelques jours plus tard, le destinataire dans un autre courrier, est à nouveau désigné comme le gagnant. Un catalogue est joint! Il faut se hâter...

Tous les textes sont si habilement écrits que l'on croit vraiment être le réceptionnaire imminent du prix. Certains se sont lancés dans de folles dépenses ou ont emprunté la somme par avance!

Acte II: la plainte

La publicité est basée sur le principe du «sweepstake». Expliquons: ce type de jeu a ceci de particulier que le tirage au sort des gagnants a lieu avant l'envoi des bulletins de participation. La maison connaît donc la liste des gagnants avant l'envoi de ses publicités et sait aussi que le nombre des élus est limité. Malgré cela, elle expédie à tous les destinataires un bulletin de participation les désignant comme gagnants.

Pour la FRC, il s'agit là d'une pratique trompeuse et déloyale au sens de la loi sur la concurrence déloyale (LCD).

Le 10 mai 1989, la FRC déposait une plainte civile (for à Baar, canton de Zoug). L'audience principale a eu lieu le 16 mai 1991 et le jugement le 20 mars 1992.

Acte III: le jugement

Le tribunal de Zoug, en première instance, a admis que le jeu-concours de cette maison est trompeur et déloyal, ce qui le rend illicite aux yeux de la loi.

Le jugement relève que les clients désignés par leur nom ont été trompés en leur faisant croire qu'ils avaient gagné un premier prix, alors que la firme savait que ce n'était pas le cas.

Que les mots «proclamation officielle et définitive» sur le premier envoi font naître l'impression – fausse – que le receveur a gagné le prix principal et que le courrier ultérieur confirmait cette impression.

Ce qu'il faut savoir

Jusqu'à ce jour, les sweepstakes ne contreviennent pas à la loi fédérale sur les loteries et jeux de hasard. C'est pourquoi les plaintes portées jusqu'ici ont échoué. En utilisant la nouvelle loi sur la concurrence déloyale, pour argumenter, les organisations de consommateurs ont fait œuvre de pionnier, elles ont ouvert la voie aux autres consommateurs et à des plaintes possibles contre les organisateurs de tels jeux, dans le futur.

En utilisant cette loi de 1988, on a démontré qu'elle s'appliquait aux sweepstakes. Le texte du prospectus épluché par les juges montre que les termes laissent entendre que le destinataire est un gagnant certain, d'où tromperie.

Malheureusement, sur un autre point nous n'avons pas obtenu gain de cause. Nous voulions que soit aussi considéré comme déloyal le fait que bulletin de participation et bulletin de commande soient confondus. Les juges ne nous ont pas suivies. Les témoignages confirmant cependant que de nombreux consommateurs pensaient augmenter leurs chances en passant commande d'un article.

En conclusion

On sait maintenant que les sweepstakes sont trompeurs. Vous pouvez en tant que consommateur déposer plainte pénale (art. 23 LCD) contre les organisateurs qui risquent une amende pouvant s'élever jusqu'à 100 000 fr. La procédure en sera grandement simplifiée, même si elle n'offre aucun avantage personnel au plaignant.

Par ailleurs les consommateurs peuvent demander, au plan civil, que soit constatée l'illicéité (c'est-à-dire le fait d'être contraire à la loi) de ces concours et réclamer des dommages-intérêts (contrairement aux associations de consommateurs qui ne peuvent pas en recevoir). On espère que ces pratiques seront abandonnées.

Si vous voulez tout de même tenter votre très, très minime chance, faites-le sans rien acheter, puisqu'un achat n'augmente pas vos chances. Mais sachez qu'en donnant suite à des propositions de ce genre vous ne faite que cautionner des méthodes de vente que toutes les associations de consommateurs d'Europe réprouvent, expérience à l'appui.

* Pour plus de détails, vous pouvez nous écrire.

Jeux d'eau

SOS
consommateurs

Fédération romande
des consommatrices

Mille fois répété, le slogan «L'eau, c'est la vie». Et comme c'est vrai. Tout ce qui vit a besoin d'eau. La sécheresse, c'est la mort. Faut-il rappeler qu'aussi bien dans les mythologies que dans la vie quotidienne, la quête de l'eau, les divinités des sources et des fontaines, les lavandières, la pluie qui féconde, tout cela est lié à la féminité. Les femmes, pourvoyeuses et gardiennes de la vie...

Connaissez-vous l'eau?

Un jeu, quelques questions et des réponses, des conseils, voilà un sujet d'été! Avant de «guigner» la solution, essayez de tester votre érudition...

1. Nos pertes d'eau quotidiennes sont de 2,5 l (urine, expiration, transpiration).

Vrai ☐ Faux ☐

2. Les personnes âgées ont moins soif, donc ont moins besoin de boire.

Vrai ☐ Faux ☐

3. Nous devrions boire environ 1,5 l par jour (eau, thé, etc.)

Vrai ☐ Faux ☐

4. Nos aliments nous apportent environ 1 l d'eau.

Vrai ☐ Faux ☐

5. Un litre d'eau contient 50 calories alors que la bière en contient 3 fois plus?

Vrai ☐ Faux ☐

6. L'être humain peut rester 52 heures sans boire?

Vrai ☐ Faux ☐

7. Boire 1 dl de liquide par heure, c'est bien!

Vrai ☐ Faux ☐

8. Les bouteilles d'eau minérale en plastique vont être interdites.

Vrai ☐ Faux ☐

9. Plus une eau contient de sels minéraux, meilleure elle est.

Vrai ☐ Faux ☐

10. Les meilleurs moments pour boire sont: au réveil, au coucher et avant les repas?

Vrai ☐ Faux ☐

11. L'eau fait grossir.

Vrai ☐ Faux ☐

Solutions en page 47.

Et enfin... que boire?

Ce que vous aimez. Mais peut-on considérer l'alcool comme une vraie boisson? Non. Préférez tout de même l'eau, et aussi le thé (0 calorie sans sucre et crème), le café, les tisanes non médicales (tilleul, verveine, camomille et variées), les jus de fruits et de pomme (coupés d'eau), les bouillons et jus de légumes, et enfin, très important, le lait si nécessaire pour prévenir l'ostéoporose. Vous pouvez prendre du lait drink. Santé! et bon été!



*Sans légende.
Dessin de Cork.*

MALENTENDANTS



Votre audition se dégrade-t-elle?
Ne laissez pas ce problème s'installer
ou s'aggraver

Venez essayer la toute nouvelle
aide auditive «intra-auriculaire»
et autre exclusivité

Fournisseur: AI, AVS, CNA, AMF

Av. de France 23
1004 Lausanne
Tél. 021/24 07 07

CLAIRE-FONTAINE

Etablissement médico-social

Personnel soignant - Médecins attitrés
Courts et longs séjours

C. NOZYINSKI 1605 Chexbres Tél. 021/946 12 50

BEAU SOLEIL

Etablissement médico-social pour personnes âgées.
Vue sur le lac et les Alpes, jardin ombragé.

C. et H. Oulevey, 1806 Saint-Légier/Vevay
Parc Route des Epélévoz Tél. (021) 943 11 74