

**Zeitschrift:** Générations : aînés  
**Herausgeber:** Société coopérative générations  
**Band:** 36 (2006)  
**Heft:** 10  
  
**Rubrik:** Courrier : la pub qui fait des vagues

### **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:** 25.01.2026

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



# La pub qui fait des vagues

Depuis plusieurs mois, nous publions dans *Générations* une page de publicité qui dérange certaines personnes et quelques institutions. Le point sur la situation.

Nous avons pris connaissance avec consternation de la publicité «Econature» qui appelle à «vivre sans douleurs». Nous tenons à vous faire part de notre surprise de voir ce type de publicité dans votre magazine. En effet, la Ligue vaudoise contre le rhumatisme (LVR) se bat depuis de nombreuses années contre ces publicités pièges.

Ce type de publicité fait croire au consommateur qu'il ne va plus souffrir. Elle indique une méthode dite miraculeuse, mais sans jamais en dévoiler le contenu, ni surtout le prix. Elle propose des méthodes non prouvées, en alléguant qu'elles le sont. Elle commercialise tout type de produit à des prix exorbitants.

A notre sens, le magazine *Générations* se devrait de surveiller la parution de ce type de publicité mensongère.

*D' Georges Rappoport,*  
président de la LVR

## D'ACCORD, PAS D'ACCORD?

Un article vous a fait réagir, vous avez aimé ou détesté? N'hésitez pas à le faire savoir en écrivant à la rédaction de *Générations*, rue des Fontenailles 16, 1007 Lausanne

Si vous nous envoyez un message, prière d'indiquer votre adresse, s.v.p.

Sur notre site internet:  
[www.magazinegenerations.ch](http://www.magazinegenerations.ch)

## ARNAQUE POUR VIEUX

Je n'ai pas expérimenté l'offre miracle, susceptible d'intéresser beaucoup de vieux comme moi. J'ai 80 ans et des douleurs. Il y a suffisamment d'arnaques pour les vieux, crédules à souhait, sans que vous y participiez. Et que valent les autres réclames qui paraissent dans *Générations*? Les articles proposés sont souvent à des prix prohibitifs. Alors que vous avez souvent la larme à l'œil pour ces pauvres vieux qu'on exploite, qui ne peuvent pas tourner avec leur misérable rente AVS, je ne comprends plus votre politique.

*Jean Rousseil, Lutry*

## VIVRE SANS DOULEURS

Je viens de lire un article concernant la publicité intitulée «Vivre sans douleurs» et dénonçant une arnaque. Même les médecins rhumatologues déconseillent d'investir dans du tel matériel. Je suis surprise et déçue que vous acceptiez de la publicité pour ce produit.

*Gilberte Ulrich, Brent*

## QUI DIT LA VÉRITÉ?

Je ne comprends pas que votre magazine, auquel je suis abonné, insère une page de publicité «Vivre sans douleurs», alors que dans le journal «Bon à savoir» du mois de juin, un article précise qu'il s'agit d'une arnaque. Qui dit la vérité?

*Jean-Claude Gigandet,*  
La Chaux-de-Fonds

# Vivre Sans Douleurs



« Comme moi, découvrez la solution pour ne plus souffrir. »

- Arthrite
- Arthrose
- Rhumatismes
- Articulations douloureuses

Une Solution Simple et Efficace contre la Douleur

## ATTRAPE-NIGAUD?

Il y a quelques semaines, j'ai rempli un bulletin de commande pour un produit sans douleurs. J'ai reçu une brochure assez compliquée. Une semaine plus tard, une dame m'a téléphoné, m'annonçant la visite

d'un médecin. Elle insistait tellement que j'ai été persuadée qu'il s'agissait d'un attrape-nigaud. Je doute que cette publicité soit valable. Il serait intéressant d'avoir l'avis d'une personne satisfaite par ce traitement.

*J.-Th. Bouverat, Bienne*

## L'INTÉRESSÉ S'EXPLIQUE!

**Patrick Cazeneuve est le responsable de la firme «Econature». Il a accepté de répondre aux attaques dont il est l'objet.**

Il y a 26 ans que je fais ce métier et j'essaie d'être honnête. Il est vrai qu'en proposant cette annonce, on évolue sur un terrain sensible. Cela étant, je n'ai jamais eu de problème avec mes clients. Le produit que je propose, une natte magnétique (Physiotronic2), a été agréé par Swissmedic en date du 11 avril 2003. La lettre dit ceci: «Le produit Physiotronic2 est un dispositif

médical au sens de l'article 1 de l'ordonnance sur les dispositifs médicaux du 17 octobre 2001 (Odime, RS 812. 213) et porte la marque européenne CE; il peut donc être mis sur le marché.»

Il ne faut pas prendre les gens pour des imbéciles. Nous proposons un produit sans danger, qui présente des solutions alternatives. Il est garanti cinq ans et les gens qui le commandent ont 8 jours pour nous le retourner s'ils ne sont pas satisfaits. J'ajoute que nous n'avons jamais eu de problèmes d'ordre juridique.

*Patrick Cazeneuve, Renens*