

Zeitschrift: Le messenger suisse : revue des communautés suisses de langue française
Herausgeber: Le messenger suisse
Band: 37 (1991)
Heft: 30-31

Artikel: Le "Tigre" piège le TCS
Autor: Luque, Jean
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-848178>

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: 13.01.2026

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

par Jean Luque / BRRI

Le "Tigre" piège le TCS.

“Vous économisez entre 15 et 20% d'essence... Environ 6% d'augmentation en puissance, jusqu'à 30% environ de réduction en teneur CO₂ dans les gaz d'échappement.” Décidément, l'intensificateur d'allumage “Tigre” promet monts et merveilles dans les colonnes du Touring. Ce minuscule gadget, qui se fixe entre le distributeur et la bobine, coûte dans les 80 frs.s. Un peu cher pour un bout de câble, deux tuyaux en plastique et trois boulons. D'autant plus que tous les grands clubs automobiles qui ont testé ce genre d'appareils, répondant parfois au nom de Prekat, Modulateur-K ou Spin-Harmonizer, sont formels : ces dispositifs sont inutiles !

Rectificatif annoncé

Christian Ziegler, rédacteur en chef de Touring, est navré d'avoir laissé passer une telle annonce dans l'édition romande : “ce qui est grave, c'est que nos lecteurs peuvent croire que le “Tigre” a été testé par le TCS et que nous le conseillons. Au contraire, nous avons toujours dénoncé ces publicités mensongères. D'habitude, nous refusons ces encarts, mais cette fois nous ne l'avons pas vu à temps. Il s'agit d'une erreur de notre part et nous ferons un rectificatif dans notre prochaine édition.”

tionale est de plus en plus vive au Mexique : “combien de temps nos produits suisses vont-ils tenir dans les grandes surfaces avec leurs prix Rolex, alors que Français et autres arrivent en masse avec des prix Swatch ? Déjà des concurrents, pas tous suisses, attirés par le succès, débarquent avec des tonnes de fondue dans le port de Vera Cruz”. Bref, Tschudin se demande s'il ne sera pas un jour contraint de produire sur place pour baisser les prix. Et cet homme plaide pour

Publicité mensongère.

Etonnante publicité dans une récente parution du journal du Touring Club Suisse (TCS) : le “Tigre”, un dispositif qui prétend économiser l'essence et épurer les gaz d'échappements, s'affiche sur une demi-page. “Grave erreur”, reconnaît-on au TCS qui, depuis 1973, s'efforce à dénoncer l'inutilité de tels gadgets. D'ailleurs, le centre technique du TCS a lui-même testé et désapprouvé le “Tigre”.

Un attrape-gogo jugé “cher et inutile”.

Totalement inutile

Régulièrement, depuis une vingtaine d'années, des publicités comme celle du “Tigre” apparaissent dans les journaux. En Grande-Bretagne, par exemple, plus de 150 de ces appareils d’“économie” ou d’“épuration” ont été recensés et testés. Sans grands résultats. Le TCS, pour sa part, vient de soumettre le “Tigre” au banc d'essai. Beat Wyrsh, du centre technique à Emmen, ne laisse planer aucun doute sur l'efficacité d'un tel gadget : “nous avons déjà essayé ce système en 1973. Mis à part le nom, rien n'a changé. Ni la puissance du moteur, ni sa consommation de carburant ne sont influencées positivement. En ce qui concerne la

son pays d'adoption : “vendre c'est joli, mais il faut de la réciprocité, et pas uniquement à travers le folklore. Ce pays de 90 millions d'habitants est un fameux tremplin pour les Etas-Unis. L'endroit de rêve pour innover ! Il faut que notre industrie d'exportation le comprenne, surtout l'alimentaire : ces gens ont une tradition millénaire du palais ; une cuisine bien plus proche de l'Europe que des Etas-Unis”. La preuve, le triomphe de la fondue.

teneur en CO₂ des gaz d'échappement, aucune amélioration n'a pu être enregistrée”.

Test à 2.000 francs

Présenté comme une invention qui modifie les gaz d'échappement, le “Tigre” doit aussi être soumis à un examen d'homologation. Kurt Meyer, de l'Office Fédéral de Police à Berne, est catégorique : “chaque personne qui équipe sa voiture d'un dispositif servant à réduire la nocivité des gaz d'échappement doit se soumettre à un examen”. Que ce soit à l'école d'ingénieurs de Bienne ou à Dübendorf, ce test coûte près de 2.000 frs.s.

10.000 pièces écoulées

Cette homologation supplémentaire, Alfred Rothchild, le revendeur du “Tigre” pour la Suisse, n'en a même pas connaissance. Responsable de la maison Nagila AG, à Zurich, il avoue ne pas être un spécialiste de l'automobile : “nous vendons de tout, par correspondance. Cela va des crèmes amaigrissantes aux produits antirhumatismaux. En ce qui concerne le “Tigre”, que nous proposons depuis trois ans, nous avons déjà écoulé 10.000 pièces entre la Suisse et l'Allemagne. 80% de nos clients sont satisfaits. La preuve : j'ai un nombre incroyable de lettres d'acheteurs qui se déclarent enchantés”. Quant aux résultats défavorables des tests du TCS ou d'autres organismes, le revendeur n'est même pas étonné : “c'est normal, le “Tigre” est un produit qui ne peut pas être testé techniquement dans une université. C'est à l'usage qu'on se rend compte de sa qualité”. Précision utile : dans sa publicité, Alfred Rothchild écrit noir sur blanc “le dispositif “Tigre” a été examiné dans différentes universités, instituts techniques de haute tension, centres auto-diagnostiques”.