

**Trop beau pour être vrai!  
Comment détecter les arnaques?**

# ATTENTION!

**ASTUCIEUX  
REVENU PROMIS  
NON VÉRIFIABLE  
ATTRACTIF  
QUASIMENT RÉEL  
URGENT  
EQUIVOQUE**

**Ne tombez pas dans le piège!**

# Arnaques: comment les détecter?

## 1. De quoi s'agit-il?



Il est essentiel pour le marché libre que tout un chacun se comporte correctement. Sont interdites les arnaques, les tromperies, et autres pratiques agressives, qui visent à induire le consommateur en erreur ou à dissimuler des faits. Cependant, il y a toujours des acteurs économiques qui tentent de duper les consommateurs et de gagner de l'argent par des offres mensongères et le plus souvent inutiles pour les consommateurs. Les pratiques abusives les plus courantes sont les suivantes:

- les promesses de gain mensongères
- les offres d'inscription dans un registre sous forme de factures
- les offres ésotériques douteuses
- les propositions insistantes de participation à un quiz télévisé par un numéro de téléphone en 09xy
- les courriers électroniques abusifs (spam)

Les informations qui suivent expliquent comment réagir à de telles offres et quelles démarches entreprendre contre ces abus. Il est souvent plus efficace d'agir soi-même que d'engager de longues procédures juridiques à l'issue incertaine. Si personne ne tombe dans le piège, ces offres n'ont plus de raison d'être et disparaissent.

La présente fiche d'information fait partie d'une action commune regroupant plus de trente pays, sous l'égide du Réseau international de contrôle et de protection des consommateurs (RICPC; www.icpen.org). Une campagne d'information, lancée en février 2005, vise à aider les consommateurs mais aussi les PME, dans le monde entier, à détecter les arnaques, à les signaler et à les stopper.

Détectez-les!  
Stoppez-les!

## 2. Comment se présentent les arnaques?

### 2.1 Les promesses de gain mensongères



Un prospectus publicitaire adressé personnellement promet un gain d'un montant considérable (par exemple 30 000 fr.) ou un avantage pécuniaire si le destinataire commande des marchandises pour un certain montant (par exemple pour 40 fr.). Le paiement d'une «petite» participation aux frais est demandée. Le plus souvent, l'entreprise en question ne se manifeste plus une fois ce montant versé; le gain n'est jamais remis. Il n'est pas rare que le client ne reçoive même pas la marchandise commandée.

Que faire?

- Jeter ces envois publicitaires à la poubelle!

Il arrive que les promesses de gain aient lieu par téléphone. Le procédé est similaire à celui du prospectus publicitaire.

Ici aussi:

- ne pas entrer en matière et repousser l'offre de l'auteur inconnu du coup de téléphone.

De nombreuses entreprises invitent les destinataires à venir chercher les gains promis dans un restaurant. Parfois, il est question de remise (gratuite) d'un bon de voyage d'un montant élevé. Dans le restaurant, ce n'est toutefois pas la remise d'un gain ou d'un bon de voyage qui est organisée mais une vente. Souvent, le client quitte l'établissement après avoir acheté des marchandises pour une grosse somme.

Pour s'enquérir du gain par téléphone, il faut souvent appeler un numéro 09xy. Après un temps d'attente programmé, la conversation tire volontairement en longueur, car, de la sorte, le numéro de téléphone 09xy (service à valeur ajoutée)

tée) permet d'accroître les recettes. L'appelant ne sait pas, la plupart du temps, qu'il verse à l'entreprise des sommes qui seront portées sur sa facture de téléphone uniquement par son appel. L'entreprise en question non seulement ne paie pas les gains promis, mais elle obtient un profit via le numéro 09xy.

Que faire?

- Il n'y a rien à gagner à téléphoner directement à un numéro commençant par 09xy pour discuter du gain promis. Il vaut mieux ne pas appeler du tout.

## 2.2 Offres d'inscription aux registres du commerce et des marques sous forme de facture

La création ou la modification d'une raison sociale est inscrite au registre du commerce cantonal; les marques sont déposées auprès de l'Institut fédéral de la propriété intellectuelle et inscrites au registre des marques. Dans les deux cas, il faut payer des émoluments. Les raisons sociales nouvelles ou modifiées et les nouvelles marques sont publiées dans la Feuille officielle suisse du commerce.

A la suite de cette publication, les entreprises concernées reçoivent souvent des offres qui ressemblent à une facture, le fait qu'il s'agit d'une offre étant indiqué en petits caractères. Ces courriers prétendent qu'un émolument administratif est dû pour l'enregistrement de la raison sociale ou de la marque ou pour la modification. En réalité, il s'agit de l'inscription dans un registre ou une banque de données privée qui n'a rien à faire avec le registre cantonal du commerce ni avec l'Institut fédéral de la propriété intellectuelle, son utilité n'étant pas clairement établie.

Certaines entreprises font de la publicité pour l'inscription à un registre privé par un formulaire qu'elles envoient à de nombreux destinataires.

Celui-ci souligne les prestations gratuites offertes. Or, le signer et le renvoyer a la plupart du temps comme conséquence la conclusion d'un contrat d'inscription à un registre privé, générant des frais. Le montant des taxes annuelles frise souvent l'usure. Les clauses pertinentes sont souvent bien dissimulées sur le formulaire et échappent au lecteur pressé.

Précaution à prendre:

- Il s'est avéré que ces offres sont souvent adressées directement au personnel comptable ou au secrétariat chargé des affaires administratives de l'entreprise concernée, sans qu'il y ait d'autre contrôle. Il est recommandé de donner à ces services des instructions pour éviter des surprises désagréables. Le personnel doit notamment être mis au courant des émoluments réellement dus et de l'existence de formulaires d'offre.

Que faire après avoir signé par erreur un de ces formulaires?

- Déclarer aussitôt à l'auteur de l'offre, par lettre recommandée, que l'on a été trompé par le formulaire en question et que l'on conteste le contrat pour ce motif, ce qui entraîne son annulation.

## 2.3 Offres ésotériques douteuses



Dans le domaine ésotérique, les auteurs de pratiques trompeuses visent les personnes qui ont un faible pour l'astrologie, la voyance, les prédictions, le tarot, etc., sur la base de données qu'ils établissent et utilisent. Ils adressent ainsi des lettres nominatives à d'éventuels intéressés. Ceux-ci sont invités à faire confiance aux capacités de voyance ou autres dons ésotériques de l'auteur de la lettre, qui donne le plus souvent une fausse identité. Il existe de nombreuses variantes. Nous citerons quelques exemples.

La voyante Maria Stauffer (nom fictif) prévient ses correspondants, par des lettres à leur nom, d'un malheur imminent, qu'elle peut détourner par ses conseils, grâce à sa capacité de lire l'avenir. Il est important que le destinataire s'adresse à elle dans un délai donné, sans quoi il sera trop tard. En outre, elle annonce à ses correspondants être en mesure de leur assurer un gain de 100 000 fr. Elle indique qu'il serait dommage de laisser passer cette occasion unique.

En contrepartie de ses services, Maria Stauffer demande une petite participation aux frais de 20 fr. Le montant peut être envoyé en liquide, dans l'enveloppe de réponse, ou par carte Visa, Eurocard, etc.

La voyante Marie du Ciel (nom fictif) prétend que le destinataire de la lettre a hérité de 17 500 fr. d'un certain Alec Kiosma (nom fictif). Pour 69 fr., elle lui fait miroiter un «héritage cosmique», qui comprend aussi des numéros gagnants du loto.

#### Que faire?

- Ne pas prendre au sérieux ces lettres et les jeter à la poubelle.
- Demander à l'auteur du courrier d'être rayé de son fichier d'adresses.

## 2.4 Quiz télévisés

Certaines chaînes de télévision promettent aux téléspectateurs des gros gains dans des quiz, les attirant avec des sommes allant jusqu'à 30 000 fr. Les participants jouent en composant un numéro de téléphone 09xy (service à valeur ajoutée). La chance de pouvoir donner une réponse lors de l'émission est faible. La plupart du temps, on tombe sur une bande enregistrée. Chaque tentative coûte cependant de l'argent. Pour 100 tentatives ratées à 1 fr. 50, cela fait un total de 150 fr. La facture de téléphone, que le participant ne reçoit qu'après l'émission, s'avère élevée.

#### Que faire?

- Ne participer à des quiz télévisés qu'en toute connaissance des coûts et des conditions de participation.

## 2.5 Courriers électroniques abusifs

Ces derniers temps, les offres trompeuses par courrier électronique se sont multipliées. Il s'agit principalement de promesses de gain fallacieuses, de publicité pour des loteries, d'offres d'investissement et de comptes de victimes de l'Holocauste restés en déshérence. On fait miroiter aux yeux du destinataire l'éventualité d'un gain important contre le versement d'une somme dérisoire (par rapport au gain). Les expéditeurs apparaissent sous une fausse identité et peuvent se trouver n'importe où dans le monde.

Les auteurs de courriels de ce genre n'hésitent pas à donner une fausse origine. Par exemple, situés à l'étranger, ils donnent une adresse fictive en Suisse, voire l'adresse réelle d'une entreprise suisse sérieuse qui n'a aucun lien avec eux. Ces courriels sont envoyés en règle générale à des destinataires qui se trouvent hors de Suisse. Des adresses suivantes, réelles ou fictives, sont souvent utilisées:

#### Sociétés de loterie:

- slotto@swissmail.net
- Swiss Lotto Agency, Zurich
- swiss.lotto@telstra.com
- Swiss World Cyber Lottery International-Swiss Lottery
- De Lotto Switzerland 41132, NL-1007 SWISS-ZÜRICH, www.swisslotto.org
- Swiss Lotto, Gesellschaft Schweizer Zahlenlotto, Postfach, 4002 Basel en relation avec le courriel suivant: Swiss\_lotto@swissmail.net
- International Lotto Club Promotion Company AG, Basel
- Swiss Lotto Highstakes

- International Lotto Club Promotion AG, WMM, C.C.International SP IT 5391, 6830 Chiasso

Une liste des sociétés de loterie sujettes à caution se trouve sur le site Web de la World Lottery Association: [www.world-lotteries.org](http://www.world-lotteries.org)

Sociétés d'investissement:

- United Bank Plc, Bahnhofstr. 45A, Zürich
- Zest Investments AG, Bahnhofstr. 45, Zürich
- Mr David Hoffmann & Mr Philippe Ludi, c/o Valiant Privatbank AG, Bern
- IMS Holding Group, World Trade Center II, rte de Prébois 29, 1215 Genève

### Abus en relation avec les comptes des victimes de l'Haoloocauste

Récemment, des pratiques abusives ont été liées avec des comptes en déshérence («dormant accounts» ou comptes dormants) de victimes de l'Holocauste décédées. Les montants varient et peuvent atteindre 100 millions de dollars. La personne concernée est invitée à faire valoir un droit sur le compte auprès de l'expéditeur du courriel (le nom et l'adresse électronique changent chaque fois). Celui-ci prétend être membre du «Independent Committee of Eminent Persons, Switzerland (ICEP)».

Que faire?

- Effacer sans répondre les courriels laissant espérer des gains irréalistes.

### 3. Quel comportement faut-il avoir?

Il faudrait toujours lire d'un œil critique les lettres nominatives, les courriers électroniques et les appels téléphoniques d'inconnus qui offrent un gros lot sans raison apparente. On n'a généralement rien sans rien. Il est aussi utile, au sein des entreprises, d'indiquer aux personnes concernées qu'il existe des sociétés qui font des offres d'inscription dans un registre privé sous forme de facture, à des fins douteuses.

### Comment se protéger contre les arnaques?

- Mettre à la poubelle le courrier adressé à votre nom et contenant des promesses de gain trompeuses ou des offres ésotériques suspectes.
- Effacer, sans répondre, les courriels annonçant des gains irréalistes à des loteries, concours, etc.
- Les commandes, conditions pour participer au gain et participations à des concours par des numéros de téléphone 09xy coûtent très cher. Il vaut mieux ignorer tout cela.
- Demander aux expéditeurs de courrier sur lesquels on a des doutes d'effacer ses données personnelles de leur banque de données.
- Lire soigneusement les offres d'inscription à quelque registre que ce soit. Sensibiliser éventuellement le personnel au problème.
- Si une offre d'inscription a été signée par erreur, signaler aussitôt à son auteur qu'il y a eu erreur et contester le contrat, ce qui entraîne son annulation.

## 4. Que peut-on faire contre les arnaques?

### 4.1 Si on se trouve en Suisse

Ni la Confédération ni les cantons n'ont la compétence d'intervenir contre les arnaques qui sont commis en Suisse. Toutefois, quiconque est menacé ou atteint dans ses intérêts économiques par de telles pratiques peut porter plainte auprès des autorités pénales ou du juge civil compétent. La plainte pénale peut même être déposée auprès d'un poste de police, celui-ci se chargeant alors de la transmettre au juge d'instruction compétent.

Sur le plan fédéral, le **Bureau de la consommation** exerce une tâche de relais entre les consommateurs et l'administration. Il met à disposition un formulaire de renseignement sur son site

www.consumation.admin.ch. Par ce biais, les consommateurs peuvent exprimer au Bureau leurs problèmes. Le Bureau peut ensuite leur donner un premier avis et/ou les renvoyer aux organes compétents. Le Bureau évalue aussi l'acuité des problèmes et peut identifier d'éventuelles lacunes, que ce soit au niveau de la loi ou de son exécution.

Bureau fédéral de la consommation  
Effingerstrasse 27, 3003 Bern  
Tél. +41 31 322 20 21  
Fax +41 31 322 43 70  
www.konsum.admin.ch

**Les organisations de protection des consommateurs** ont qualité pour agir de par la loi. Il est donc possible de leur soumettre un cas afin qu'elles interviennent contre ces arnaques. En Suisse, les organisations nationales suivantes ont principalement qualité pour intenter une action:

#### **ACSI**

L'Associazione Consumatrici della Svizzera Italiana, fondée en 1974, publie depuis 1975 huit fois par an la revue d'information «La Borsa della Spesa».

Associazione Consumatrici della Svizzera italiana  
Segretariato e Redazione «La Borsa della Spesa»  
Ex Casa comunale, 6915 Pambio-Noranco  
(nouvelle adresse à partir du 23 mars 2005:  
Stabile amministrativo 6932 Breganzona)  
Tél. 091 922 97 55  
fax 091 922 04 71  
E-mail: [acsi@acsi.ch](mailto:acsi@acsi.ch)  
Permanence téléphonique: +41 91 923 53 23  
[www.acsi.ch/index.cfm](http://www.acsi.ch/index.cfm)

#### **FRC**

La Fédération romande des consommateurs, fondée en 1959, compte aujourd'hui 30 000 membres. Sa revue «J'achète mieux» paraît dix fois par an.

Fédération romande des consommateurs (FRC)  
Secrétariat général  
Rue de Genève 7, CP 6151, 1002 Lausanne  
Tél. 021 312 80 06  
Fax +41 21 312 80 04  
E-mail [info@frc.ch](mailto:info@frc.ch)  
Permanence téléphonique: 0900 575 105,  
2 fr. 13/min  
[www.frc.ch](http://www.frc.ch)

#### **KF**

Le Konsumentenforum, fondé en 1961, publie quatre fois par an le bulletin «Kf-info».  
Konsumentenforum kf  
Grossmannstr. 29, 8049 Zurich  
Tél. 044 344 50 60  
Fax 044 344 50 66  
E-mail: [forum@konsum.ch](mailto:forum@konsum.ch)  
[www.konsum.ch](http://www.konsum.ch)

Permanences téléphoniques en Suisse  
alémanique:  
Berne, tél. 031 961 69 86  
Lucerne, tél. 041 210 24 50  
Suisse orientale, tél. 071 223 32 71  
Zurich, tél. 044 251 57 70

#### **FPC**

La Fondation pour la protection des consommateurs, fondée en 1964, donne des informations aux consommateurs dans une page du K-Tipp, qui paraît toutes les deux semaines.

Fondation pour la protection des  
consommateurs FPC  
Monbijoustrasse 61, case postale,  
3000 Berne 23  
Tél. 031 370 24 24  
fax 031 372 00 27  
E-mail: [admin@konsumentenschutz.ch](mailto:admin@konsumentenschutz.ch)  
Permanence téléphonique: Pour les membres:  
031 370 24 25, tarif normal  
Pour les non-membres: 0900 900 440, 2 fr. 10/min  
[www.konsumentenschutz.ch](http://www.konsumentenschutz.ch)

Il est aussi possible de déposer une plainte auprès de la **Commission suisse pour la loyauté**. Il s'agit d'un organisme mis en place par le secteur économique, qui vise à favoriser la loyauté dans la communication commerciale. On peut télécharger un formulaire de plainte sur son site [www.lauterkeit.ch](http://www.lauterkeit.ch).

Commission suisse pour la loyauté  
Kappelergasse 14, case postale 2744,  
8022 Zurich  
Tél. 01 211 79 22  
Fax 01 211 80 18  
E-mail: [info@lauterkeit.ch](mailto:info@lauterkeit.ch)  
[www.lauterkeit.ch](http://www.lauterkeit.ch)

La loi accorde aussi un droit d'intenter une action aux **associations professionnelles et économiques**, auxquelles leurs membres peuvent s'adresser.

## 4.2 Si on se trouve à l'étranger



La Confédération, représentée par le Secrétariat d'État à l'économie (seco) a qualité pour agir à l'encontre d'entreprises et de particuliers qui commettent des arnaques depuis la Suisse contre des destinataires résidant à l'étranger. Les personnes résidant à l'étranger peuvent s'adresser au seco.

Secrétariat d'Etat à l'économie (seco)  
Effingerstrasse 1, 3003 Berne  
Tél. +41 31 322 56 56,  
fax +41 31 322 56 00  
E-mail: [info@seco.admin.ch](mailto:info@seco.admin.ch)  
[www.seco.admin.ch](http://www.seco.admin.ch)

## 4.3 Personnes résidant en Suisse qui sont concernées par des arnaques commises depuis l'étranger



Une personne résidant en Suisse qui reçoit une offre trompeuse de l'étranger peut s'adresser directement à l'autorité nationale compétente du pays en question, en passant par le site du RICPC (Réseau international de contrôle et de protection des consommateurs, [www.icpen.org](http://www.icpen.org)). Le RICPC est un réseau informel qui regroupe plus de trente Etats pour lutter contre les arnaques transfrontalières.

De plus, pour les offres trompeuses relevant du **commerce électronique (courriel, commande de marchandises sur Internet, etc.)**, il est possible de remplir un formulaire de plainte directement sur le site Web [www.econsumer.gov](http://www.econsumer.gov). Econsumer.gov, créé par des membres du RICPC pour lutter contre les arnaques dans les transactions électroniques, réunit aujourd'hui 19 Etats. Ce site contient des informations utiles pour les consommateurs qui veulent faire des transactions par Internet.