



LE MAQUIS DE L'ALIMENTATION



© fotolia

Quand le
Réseau anti-arnaques
s'attaque aux fraudes et ruses
subies par le consommateur

ET AUSSI :

Quand le Réseau anti-arnaques décerne des « PRIX CITRON »
6 lauréats sont « à l'honneur »



<i>Au menu</i>	3
<i>Les acteurs, producteurs, consommateurs et instances de contrôle</i>	4
<i>L'imposture agricole</i>	5
<i>Un cocktail d'additifs</i>	6
<i>Les allégations nutritionnelles et de santé</i>	8
<i>Florilège des ruses alimentaires</i>	10
<i>Les prix Citron du Réseau anti-arnaques</i>	16
<i>À lire et à relire</i>	20
<i>Appels à témoignages</i>	21
<i>Mieux connaître le Réseau anti-arnaques</i>	23
<i>Le Réseau anti-arnaques</i>	24



Scandale de la "vache folle" en 1986 suivi en 1996 de sa transmission humaine en maladie de Creutzfeldt-Jakob, poulets contaminés à la dioxine en 1999, grippe aviaire en 2003, lait maternisé chinois frelaté à la mélanine en 2008, merguez contenant de la viande de porc (52 % des échantillons en France, aujourd'hui), graines germées allemandes contaminées en 2011, lasagnes à la viande de cheval se substituant à la viande de bœuf en 2013, chevaux de laboratoires recyclés la même année ; au niveau européen, 75% des demandes d'autorisation pour inclure des "allégations de santé" sur les produits en voie de commercialisation sont rejetées par les autorités européennes !...

Partie visible de l'iceberg, les « scandales sanitaires » font oublier la masse, l'immense masse, peu médiatisée, des fraudes, arnaques et autres ruses commerciales dont le consommateur est victime quotidiennement.

Que se passe-t-il vraiment ? Le Réseau anti-arnaques, après plusieurs mois d'enquête, fait le point sur le maquis de l'alimentation.



Photo D.R.

Deux images s'imposent : celle d'un gigantesque jeu d'échecs mondialisé, plus grand que nous ne l'imaginions ; d'un ring où s'affrontent une multitude d'acteurs, un véritable combat qui précède notre assiette. Deuxième constat : nous sommes incroyablement protégés, plus que nous le pensions.

Et pourtant, malgré les dizaines d'instances de santé, de répression des fraudes et lutte contre les abus du marketing, tant français qu'européens, un sentiment inverse persiste : celui de ne pas être protégés, pas bien ou pas suffisamment. Pendant ce temps, les industries agroalimentaires hurlent aux surplus de réglementations et de procédures en tout genre qui entravent le commerce.

LES ACTEURS : producteurs, consommateurs et instances de contrôle



Les producteurs

D'abord, il y a ceux qui produisent et/ou vendent et/ou distribuent. Bref, celles et ceux qui ont un intérêt commercial et financier. L'armée des producteurs va du maraîcher bio à vocation locale, frêle esquif s'il en est, aux porte-avions des multinationales agroalimentaires, entourées de leurs flottilles de laboratoires, d'agences marketing et de lobbyistes. Au passage, pour donner une idée des enjeux, ces agents de pression que sont les lobbyistes ne sont pas moins de 20 000 incrustés à Bruxelles ! À portée de bakchich et de courbettes de la Commission européenne et du Conseil de l'Union européenne.

Leur seul point commun : le profit. Que ce soit uniquement en vue de survivre pour les uns, ou d'accroître des profits déjà faramineux pour les autres, l'intérêt engendre la fraude, la ruse, l'abus du consommateur.



Les consommateurs organisés

Les acteurs de la société civile sont les citoyens qui s'organisent en dehors de tout cadre étatique. Ce sont les ONG, associations, syndicats, médias, etc. Le cortège des défenseurs de l'assiette saine donne lui aussi dans la disparité : entre les formes historiques, que sont les syndicats, les groupements familiaux, dont on entend peu parler et les formes plus récentes, souvent des associations telles Que Choisir ?, des ONG comme OXFAM ou FOODWATCH France, Open Food Facts (un projet citoyen à but non lucratif créé par des milliers de volontaires à travers le monde).

Sans oublier les forces émergentes de la société civile : les « incroyables comestibles », les jardins jadis ouvriers devenus « urbains », « partagés », les défenseurs des semences libres (Kokopelli), qui luttent contre la brevetabilité du vivant, les « locavores », les véganes, les *gluten free*, les Cleaneaters aux États-Unis, dernier en date, les camions de vente directe de C'juste de Pierre Priolet. Autant de prises en main de sa vie quotidienne, ici et maintenant, sans attendre quoi que ce soit des pouvoirs publics.



Les institutions et instances de contrôle

Enfin, les innombrables organismes qui défendent la sécurité et la santé du consommateur, au niveau gouvernemental, français et européen : ESFA (AESAs en français, Agence européenne de la sécurité alimentaire), et ces agences remarquables de qualité, mais souvent dépassées, que sont l'ANSES (Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail), la DGCCRF (Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes) et les Service des douanes, pour ne citer que les principales dans le domaine alimentaire.

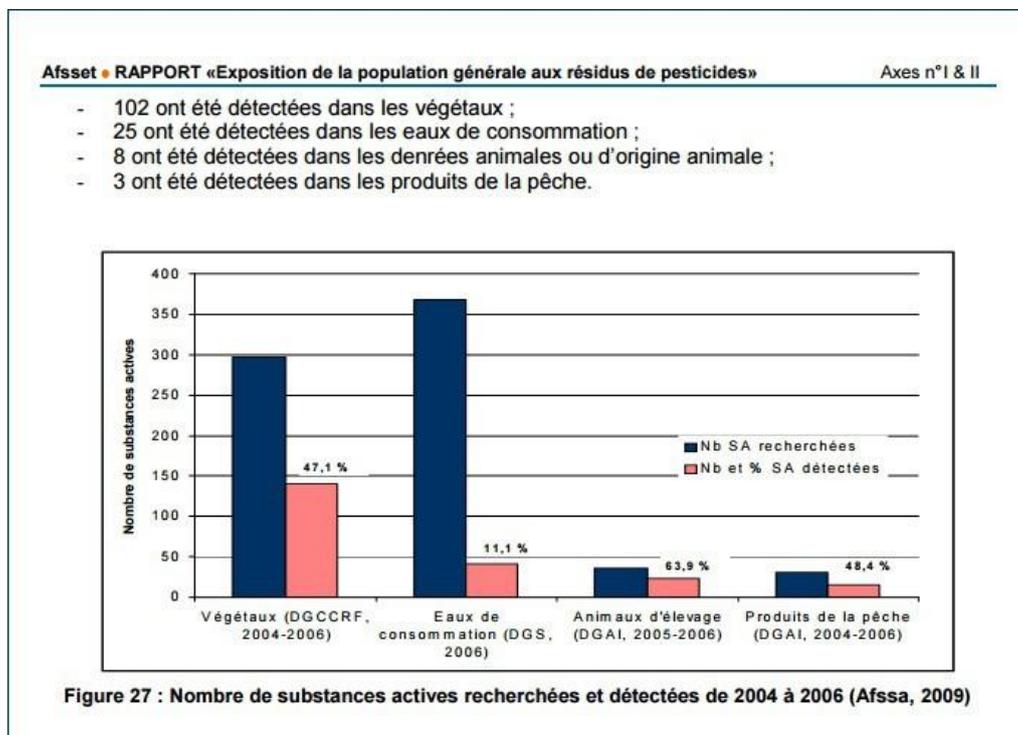


Vouloir faire croire aux consommateurs que les fruits et légumes sont beaux et désirables, alors qu'ils sont traités (ou plutôt maltraités) pour les faire apparaître tels qu'ils ne sont pas vraiment : pourris de pesticides, cueillis verts, sans saveur. Juste construits chimiquement pour être au rendez-vous de l'acte d'achat. Tous ces faits sont caractéristiques des arnaques que le **Réseau anti-arnaques** dénonce à longueur d'année dans d'autres domaines.

L'agriculteur « chimiste » n'est pas gêné par les traitements : bactéricides, acaricides, fongicides, herbicides, phytocides (ou débroussaillants), insecticides, taupicides, virucides, molluscicides, nématicides (contre les nématodes), répulsifs contre le gibier, les oiseaux, dont les corvidés et corvifuges (contre les corbeaux), rodenticides (contre les rongeurs) et des régulateurs de croissance (les antigerminants), des taupicides...

On allait oublier les « anti-russeting » (contre la rugosité des pommes), vraiment incontournables. De qui se moque-t-on ?

L'imprégnation des populations en pesticide n'est pas une vue de l'esprit : elle est bien réelle, comme l'Afssa (prédécesseur de l'Anses d'aujourd'hui) le révèle après enquête : « *Au final, parmi les 465 SA (Substances Actives) recherchées dans les 4 classes de denrées alimentaires (eaux, végétaux, denrées animales ou d'origine animale et produits de la pêche), 181 SA sont détectées dans au moins une denrée : soit près de 39 % des SA recherchées sont détectées* » (Afssa, 2009).



Des arnaques qui visent le portefeuille mais qui touchent la santé. Faut-il, pour faire vivre ses enfants, empoisonner ceux des autres ? Certains agriculteurs devraient se poser la question.



ARNAQUEURS : AU SUIVANT

Produire n'est que la première étape. Il faut préparer les produits, qu'ils présentent « bien » avec les couleurs supposées requises, qu'ils puissent « tenir » en rayon (au moins jusqu'à la vente). Alors interviennent les fameux additifs, les « E » suivis de trois chiffres énigmatiques : les stabilisants (162 substances chimiques), émulsifiants (155), régulateurs de l'acidité (141), colorants (93), séquestrants (72) qui se fixent sur les ions métalliques pour réduire l'oxydation, conservateurs (67), épaississants (66), antioxydants (52), antiagglomérants (52), exhausteurs d'arôme (41), agents de traitement des farines (39), édulcorants (33), agents levants (30), agents de glaçage (30), agents de rétention d'eau/d'humidité (29), liants (23), agents de texture (22), humectants (18), gélifiants (18), agents de charge (11), agents de rétention de la couleur (10), agents de dispersion (10), agents de conditionnement hermétique, agents antimoussant ou agents au contraire moussant, antioxydants synergistes, fixateurs de la couleur, gaz d'emballage, colorants de surface, raffermissants, agents de finition superficielle, stabilisants de mousse, agents d'enrobage, solvants, agents de réduction de la turbidité, mouillants, agents de conditionnement des pâtes, stabilisants de la couleur, anti caking agents (antiagglomérant), agents de blanchiment, agents de tampon, antibrunissants, agents dessiccateurs, agents de remplissage, agents de carbonation (apporte du dioxyde de carbone), agents de blanchiment des farines.

Pesticides en quantité, additifs en bande organisée. Est-ce bien tout ? Eh bien non, nous avons trouvé encore plus fort...

LES ADDITIFS DANS... LES ADDITIFS



Qu'en est-il des effets de l'association d'additifs autorisés ? Personne ne peut le dire

Afin de rendre les additifs plus efficaces, il faut ajouter des additifs dans les additifs. Logique, non ?

- Allô ? Le CEDEF* ? Bonjour. Voilà, j'écris un article sur l'alimentation et j'ai découvert qu'il existait une liste européenne des additifs que l'on peut mettre dans... les additifs.

Je souhaite disposer de cette liste. Je ne la trouve pas sur Internet.

- Je fais la recherche.

... Deux jours passent et le CEDEF* répond en fournissant la liste des liens et précisant : « Ce document apparaît sur le site officiel EUR-Lex. Toutefois, j'attire votre attention sur le fait qu'EUR-Lex précise que "ce document constitue un outil de documentation et n'engage pas la responsabilité des institutions" ».

* Centre de documentation Économie-Finances – Ministère de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique – Ministère des Finances et des Comptes publics.



Pas d'engagement de responsabilité sur des textes qui ont fait l'objet de l'approbation des députés européens ? Étrange, non ?

Source du document : <http://urlz.fr/2i6M> cliquer FR et pdf.

16 juin 2015 : il convient de diviser par 11 la dose journalière tolérable de bisphénol A !

<https://www.anses.fr/fr/system/files/SUBCHIM2015sa0049.pdf>



« Suite à la publication par l'Autorité européenne de sécurité des aliments (EFSA) d'un avis relatif au bisphénol A (BPA), l'ANSES a été sollicitée le 25 février 2015 par Mme Royal, ministre de l'Écologie, du Développement durable et de l'Énergie afin de rendre un avis sur "les divergences générales entre l'avis de l'EFSA et l'avis de l'ANSES ».

.../... Conclusions :

« les experts de l'EFSA se sont largement rapprochés de la position défendue par l'ANSES : ils ont en effet reconnu pour la première fois le danger du BPA sur la glande mammaire souligné par nos experts, et conclu sur la nécessité de diviser dès à présent par 11 la dose journalière tolérable (DJT) relative au BPA »

17 septembre 2015 – Le Conseil constitutionnel confirme la suspension d'importer en France et de mettre sur le marché national tout conditionnement alimentaire contenant du bisphénol A (BPA). Le pictogramme « 7 » indique la présence du BPA.

Cela fait froid dans le dos ! Surtout quand on sait que le nombre de cancers du sein a doublé en trente ans, en France.

Un exemple parmi des dizaines d'autres : les révisions à la baisse se succèdent de mois en mois, d'année en année.

Mais sans doute y a-t-il pire encore : malgré le travail consciencieux des dix laboratoires de l'EFSA et de l'ANSES en France et si chacune des molécules chimiques autorisée a fait l'objet d'une étude, il n'existe aucune étude concernant leurs interactions dans le corps humain, le corps du consommateur, qui sert de mortier à toute cette chimie. Le problème fut soulevé et partiellement résolu dans les années 70 concernant les interactions médicamenteuses, entraînant à l'époque 25 000 morts par an. Pourtant, indépendamment les uns des autres, chaque médicament était contrôlé. En sera-t-il de même avec les pesticides et additifs ?



75 % DE TENTATIVES DE FRAUDE !...

<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=URISERV:I21306&from=FR>

Une allégation est un message, figurant sur certains emballages alimentaires ou accompagnant le produit (publicité, site internet), qui fait état des propriétés sanitaires et/ou nutritionnelles des aliments ou de leurs composants, par exemple « riche en vitamine D ».

D'un point de vue réglementaire, une allégation est **dite nutritionnelle** quand elle fait référence à la teneur d'un nutriment dans un aliment. Elle indique par exemple « riche en calcium » ou « couvre 30 % des apports journaliers recommandés en vitamine » ;

Une allégation est **dite de santé** quand elle met en exergue un lien entre un nutriment ou un aliment et l'état de santé.

C'est l'ANSES en France et l'EFSA au niveau européen qui étudient les demandes des sociétés agroalimentaires pour obtenir le droit d'afficher sur les produits commercialisés une allégation de santé ou une allégation nutritionnelle.

Un rude coup porté aux arnaqueurs de l'industrie agroalimentaire !

Il aura fallu soixante ans, entre les balbutiements de la CEE (1956) et aujourd'hui pour enfin légiférer en commun sur les affirmations mensongères ! Les « allégations nutritionnelles et de santé portant sur les denrées alimentaires » sont régies depuis le 20 décembre 2006 par le règlement (CE) n° 1924/2006 du Parlement européen et du Conseil, entré en application le 1^{er} juillet 2007.

« Le règlement s'applique à toutes les allégations nutritionnelles et de santé destinées au consommateur final, y compris aux aliments des restaurants, hôpitaux, cantines et autres. Il couvre toutes les communications à caractère commercial (étiquetage, présentation et campagnes publicitaires et éventuellement sur les marques de fabrique et autres noms commerciaux qui pourraient être considérés comme des allégations nutritionnelles ou de santé. »

Non seulement il y a une réelle volonté d'éliminer les allégations inexactes, peu compréhensibles ou trompeuses par exemple qui confèrent à la denrée des vertus médicinales préventives à tort ou sans que cela soit avéré scientifiquement. Mais aussi celles qui suscitent des doutes concernant la sécurité ou l'adéquation nutritionnelle d'autres denrées alimentaires ou qui « encouragent ou tolèrent une consommation excessive d'une denrée alimentaire ». Ou encore qui incitent « à consommer une denrée alimentaire en affirmant ou suggérant directement ou indirectement qu'une alimentation équilibrée ne fournit pas tous les nutriments nécessaires ». voire qui essaient « d'effrayer le consommateur en mentionnant des modifications des fonctions corporelles ». Un texte qui se doit d'être d'autant plus complet que les ruses commerciales sont insidieuses !

LES ALLÉGATIONS NUTRITIONNELLES ET DE SANTÉ

Les « arnaques minceur » font l'objet de précisions...

« Le règlement interdit toutes les allégations de santé ayant les caractéristiques suivantes :

- ▶ celles qui font référence au rythme (« perdez X kg en une semaine ») ou à l'importance de la perte de poids (« perdez Z kg ») ;
- ▶ celles qui indiquent qu'il est préjudiciable pour la santé de ne pas consommer tel ou tel type d'aliment ;
- ▶ les références à un médecin ou un professionnel de la santé déterminé, aux associations autres que les associations médicales nationales et organismes philanthropiques actifs dans le domaine de la santé ; les allégations donnant à penser que s'abstenir de consommer la denrée pourrait être préjudiciable à la santé. »

ACHETEZ 4 FLACONS PLUS 4 GRATUITS !

Perdez en moyenne **47 kilos** grâce à ce lot de Nutres *

ECONOMISEZ 180€ LIVRAISON GRATUITE

480 pilules / 8 mois de traitement

Prix avant remise Maintenant **75,90€** **COMMANDEZ**

Les allégations de santé concernant la minceur sont réglementées. Un exemple de publicité illégale : elle fait « référence à l'importance d'une perte de poids ».

Photo D.R.

La fin des alicaments

Une allégation santé peut revendiquer la diminution d'un facteur de risque (ex : "les oméga 3 réduisent les risques cardio-vasculaires") ou celle d'un risque de maladie, mais elle ne peut pas comporter de mention thérapeutique indiquant que tel nutriment prévient une pathologie ou la guérit (le calcium prévient l'ostéoporose).

Quatre demandes, trois rejets – 75% des sociétés agroalimentaires ont tenté de mentir aux consommateurs !

Avec l'entrée en application du règlement (CE) n° 1924/2006, le contrôle des allégations ne s'effectue plus seulement *a posteriori* mais également *a priori*. Les allégations doivent avoir été évaluées scientifiquement par l'EFSA, avoir reçu un avis favorable et figurer sur les listes d'allégations autorisées de la Commission européenne, avant leur usage commercial.

La liste définitive actualisée des 4 637 allégations a été le résultat d'un long processus d'analyse scientifique mis en place par la Commission après avoir examiné plus de... 44 000 allégations présentées par les sociétés agroalimentaires des États membres.

Entre 70 % et 80 % des demandes d'allégations de santé par les sociétés productrices de produits alimentaires sont rejetées depuis l'an 2000. C'est-à-dire que trois entreprises alimentaires sur quatre ont essayé de rouler le consommateur en tentant de faire croire que leur produit est bon pour la santé.

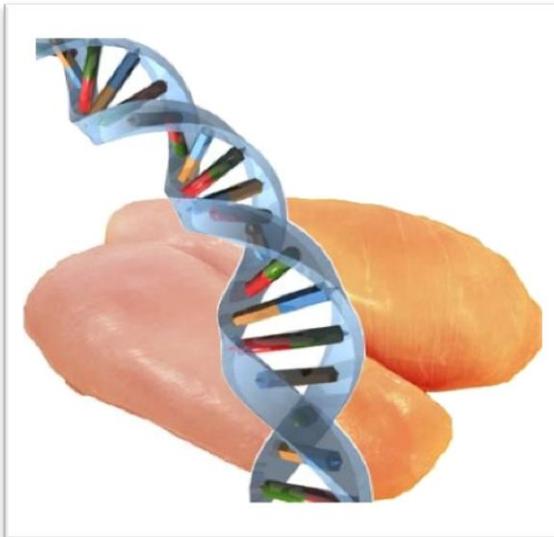
Sur les 590 allégations que l'Agence a évaluées depuis sa création, l'AFSSA a estimé que seules 20 % étaient fondées scientifiquement. Entre 2000 et 2008, l'ANSES a ainsi évalué 590 "doutes" en matière d'allégation. Près de 80 % des « doutes » étaient légitimes : seules 20 % des allégations étaient fondées scientifiquement.

Parmi les allégations pour lesquelles une décision d'autorisation ou de refus a été rendue, seules 30 % ont pu satisfaire aux exigences scientifiques de l'EFSA et à celles du règlement (CE) n° 1924/2006.

Exploiter la moindre faille réglementaire semble être la règle !



L'INRA à la pointe de la recherche... en ruses alimentaires ?



Un poulet à la chair plus jaune ! Il mange du maïs ? Non, on a activé le gène BcMo1. Merci l'INRA.

1^{er} juin 2015

« Les chercheurs de l'INRA ont repéré un gène qui contrôle l'accumulation des pigments caroténoïdes qui colorent en jaune la chair des poulets. Appelé BcMo1, celui-ci code pour une enzyme qui dégrade ces pigments.

Grâce à ces résultats, il devient possible de sélectionner des poulets plus homogènes quant à la couleur de la chair, ou encore d'adapter la quantité de caroténoïdes présents dans l'alimentation selon la couleur de la viande attendue par le consommateur. »

<http://www.processalimentaire.com/Flash/L-Inra-a-la-pointe-pour-ameliorer-la-qualite-des-viandes-de-poulet-26460>

LE SmartFresh et les pommes « anniversaire »

Les fruits produisent naturellement de l'éthylène : une substance chimique naturelle qui déclenche la maturation et sa phase finale de dégradation.

Le SmarFresh inhibe la production d'éthylène et permet ainsi, notamment pour les pommes, de les conserver un an sans qu'elles se fripent. « Les pommes anniversaire », comme les appellent les professionnels. Des pommes vendues comme si elles venaient d'être cueillies et qui ont quatre à huit mois de stockage.



« Mangez des pommes » ! Oui, mais pas celles des grandes surfaces, avec plus de 20 traitements aux pesticides.



Merci Père Dodu : de la VSM pour les cantines scolaires et les maisons de retraite

Avril 2012 – L'usine quimpéroise Doux-Père Dodu, qui comparait devant le tribunal avec "RPDC", reconnaissance préalable de culpabilité (souvent appelée « plaider-coupable »); pour tromperie sur des saucisses de poulet destinées à des cantines scolaires et des maisons de retraite, a été condamnée à 18 000 € d'amende.

Une enquête des agents de la DGCCRF avait permis de mettre en évidence de la VSM ou « viande séparée mécaniquement » (équivalent du « pink slime » aux USA), issue de déchets, viande raclée sur les os, tendons, non reconnue en tant que « viande » par la CE. Merci pour les enfants et nos aînés...



Photo D.R.

Viande grattée sur l'os, tendons & cartilages... de la « VSM » pour les enfants et les maisons de retraite !

(À propos de la VSM, cf. le règlement (CE) no 853/2004) – Illustration : le « pink slime » made in USA

Un sucre « assassin » : le sirop de glucose-fructose

Sirop de glucose-fructose, HFCS ou « sirop de maïs à haute teneur en fructose » ou isoglucose... C'est la même chose.

La naissance de l'isoglucose est liée, aux États-Unis, à la surproduction subventionnée de maïs.

Le découpage chimique de l'amidon des céréales (par hydrolyse) conduit naturellement à une solution de 58 % de glucose et 42 % de fructose. Des procédés chimiques complémentaires permettent d'élever le taux de fructose à 90 %. C'est le HFCS 90 à très haut pouvoir sucrant et très bas coût...

Dans les années 80, les grandes compagnies comme Coca-Cola et Pepsi se convertissent à l'isoglucose pour sucrer leurs boissons.

La consommation du fructose passe de moins d'un kilo/personne et par an aux États-Unis en 1970 (provenant essentiellement de la consommation des fruits) à 28,4 kg/par an en 1997. Or le fructose augmente le risque d'obésité, de diabète et de maladies cardio-vasculaires.



© Fotolia



Les problèmes sanitaires et arnaques liés à la mondialisation

Les fléaux d'une autre époque s'exportent désormais le long des lignes migratoires et du commerce international.

Des fruits et légumes inconnus conquièrent les étals des supermarchés, avec les nouveaux insectes – frelon asiatique en 2004 dans des poteries chinoises, moustiques tigres – et les nouvelles bactéries.



© Fotolia

C'est dire que la mondialisation de l'alimentation pose des problèmes sanitaires et secondairement ouvre la porte à des arnaques fondées sur l'exotisme.

Problèmes sanitaires à double titre : la France et les États membres de l'UE doivent non seulement porter leurs investigations sur la qualité sanitaire des fruits et légumes importés, mais doivent également se préoccuper de l'impact de ces nouveaux produits sur des populations qui n'ont jamais été mises en contact avec ces nouveaux produits.

Le second aspect est celui des allégations de santé et donc des arnaques concernant des fruits venus d'ailleurs et parce que le consommateur ne peut le vérifier dans « le savoir de sa grand-mère ». Le fruit, volontiers « magique » aux dires des importateurs, ne fait pas partie de notre culture, il peut être paré des vertus d'une prétendue panacée.

C'est le cas de l'açaï, du noni, de l'acérola, du rhodendron d'Islande et autres produits hors de prix, souvent inefficaces et surtout présentant des qualités que l'on peut trouver dans les fruits et légumes bien de chez nous.



Photo D.R.

Leclerc épinglé par Foodwatch

Le « 100 % de filet » donne l'illusion que le produit contient 100 % de viande. En fait, 16% d'eau et de produits divers et 84 % de viande. Subtil !

La pétition de l'ONG Foodwatch a recueilli 95000 signatures et Leclerc a modifié son packaging.



© FoodWatch

100 % de filet n'est pas... 100 % de viande. Nuance !



Le RAA demande

- Que l'agroalimentaire développe une gamme de produits « SANS ADDITIFS », périssables et plus chers, mais sains.
- Que l'origine réelle du produit soit sans ambiguïté.
- Que l'utilisation de substances animales ou végétales génétiquement modifiées soit précisée de façon exhaustive, y compris si l'alimentation des animaux est constituée d'OGM.
- L'abrogation de la circulaire Alliot-Marie sur le boycott des produits alimentaires.
- Que le principe de précaution prévale : tout additif potentiellement dangereux pour la santé humaine et non indispensable doit être proscrit.
- Que les pouvoirs publics imposent une diminution de la liste des additifs autorisés en fonction de leur utilité et de leur dangerosité.



© Fotolia



QUAND LE RÉSEAU ANTI-ARNAQUES DÉCERNE DES PRIX CITRON

Découvrir et étudier les offres publicitaires les plus incroyables – et souvent les plus douteuses – constitue le challenge quotidien du **Réseau anti-arnaques**.

Voici les prix de l'année par catégorie :



Catégorie Santé : La BIORECO



Photo D.R.

Les affirmations de **Franck RUZZA**, auteur-éditeur, ne peuvent que surprendre : il vous propose d'adopter d'urgence « *l'extraordinaire mode de vie qui rend presque immortel* ».

Il prétend avoir rencontré en 1987 le professeur **Henri LABORIT**, Nobel américain de médecine, et conçu pendant sept ans une nouvelle science extraordinaire : la **Bioreco**.

La modestie ne semble pas être la qualité principale de **Franck RUZZA** : il affirme avoir réalisé « *la plus grande découverte scientifique de tous les temps* ». Le tableau d'espérance de vie qu'il publie laisse sans voix : dans l'hypothèse d'une **Bioreco** adoptée dès la naissance, l'espérance de vie moyenne de 80 ans est, au minimum, doublée !

Le kit qui est proposé au prix de 100 € comprend le livre **Bioreco** ainsi que le programme annuel (*le livre seul est vendu au prix de 29,90 €*). Un stage de deux jours au domicile de **Franck RUZZA** est proposé au prix de 300 €.

Franck RUZZA ratisse large et lance un appel pour diffuser « *ce livre exceptionnel* » : « *Participez activement à ce projet humaniste, unique au monde, pour que chaque être humain et chaque enfant puissent bénéficier de cette fantastique découverte.* » En fait, derrière cette superbe formulation, se cache la volonté de recruter des distributeurs qui seront rémunérés sur la base de 10 € par ouvrage vendu.

La lecture du site **bioreco.fr** est aussi hallucinante. Au fait, le terme **Bioreco** signifie tout simplement : biologie régénérative comportementale.

LES PRIX CITRON du Réseau anti-arnaques

Catégorie Loteries de la vente à distance : NOTRE VIE

NOTRE VIE est une enseigne de vente à distance exploitée par la société **BIOVAD**, qui mentionne aujourd'hui l'adresse d'un sous-traitant – **OCDI** – à Vallauris (*les habitués se rappelleront de l'ancienne adresse belge*).

Elle vous fait parvenir un avis national d'attribution qui indique que le montant en jeu est de 16 500 €.

À la lecture du message publicitaire vous interpellant, vous pouvez penser que vous êtes l'heureux bénéficiaire de ce prix : *Monsieur UNTEL, le règlement de « 16 500 € par chèque bancaire pour vous » que la direction m'a demandé de vous envoyer est prêt.*



Hélas, vous n'avez sans doute pas remarqué dans la phrase la présence de guillemets qui modifie totalement le sens de la phrase : en effet, la formulation « 16 500 € de chèque bancaire pour vous » correspond au nom de l'opération promotionnelle organisée du 2 février 2015 au 29 février 2016. En aucun cas, il ne s'agit d'un paiement de 16 500 €.

Cette astuce est ponctuellement utilisée par les enseignes **NOTRE VIE**, **BIOTONIC**, **TVD SANTÉ**.

Catégorie Démarchage : LES PETITES DOUCEURS NANTAISES

Deux jeunes étudiants se présentent à votre domicile comme faisant une expérience de terrain pour un BTS commercial.

Ils ont un carton rempli de boîtes métalliques de gâteaux qui comportent une étiquette « Les petites douceurs de Nantes » et le prix (17 €). L'achat minimum est de deux boîtes.

Si vous réagissez au prix (*plus proche de 5 à 7 € dans les grandes surfaces*), ils vous montrent le barème de points que cela leur procure pour leur examen.

Cette technique commerciale intrusive laisse un arrière-goût :

- abuser du consommateur qui croit faire une bonne action,
- abuser de l'étudiant à la recherche de revenus complémentaires.

Le **Réseau anti-arnaques** met en garde le consommateur contre ce genre de sollicitations.



Catégorie Finances : LE TRADING



© Fotolia

Ce consommateur a fait part, le 15 juillet 2015, au **Réseau anti-arnaques** de sa mésaventure avec une société de trading : « Démarché par téléphone, j'ai bien cru que le fonctionnement de cette entreprise était une grande chance de pouvoir trader et surtout de gagner de l'argent. Idiot que je suis ! On a commencé par me demander 300 € avec une participation de leur part de 120 € puis, par la suite, ils m'ont fait comprendre que pour arriver à mieux il fallait remettre de l'argent soit 500 € que je leur ai confiés. Au bout de seulement une semaine, j'ai tout perdu ! Quelle honte par rapport à ma

famille. À moi de rester seul avec ce lourd fardeau, la hantise au jour le jour de mon compte en banque. J'ai beaucoup de mal à récupérer moralement. »

Effectivement, les sollicitations sur Internet ou par téléphone ne manquent pas pour promouvoir des opérations de trading sur le FOREX (*marché des changes non régulé*), présentant un risque de pertes élevé. Elles émanent essentiellement de sociétés domiciliées à Chypre.

L'**Autorité des marchés financiers (AMF)** publie, notamment, la liste des sites à éviter (amf-france.org/Epargne-Info-service/Mise-en-garde/).



Catégorie Assurances : FILIASSUR



Ce consommateur, démarché par téléphone par le courtier **FILIASSUR**, souscrit un contrat **FILIASSUR HOSPITALISATION PREMIUM** en bénéficiant d'un mois de cotisation offert.

Après réflexion, et conformément aux conditions générales, il dénonce le contrat dans le délai de 30 jours, par courrier recommandé avec accusé de réception.

Réponse de **FILIASSUR** : « Votre demande de rétractation de l'adhésion au contrat **FILIASSUR HOSPITALISATION PREMIUM** nous est bien parvenue. Nous vous rappelons que vous avez bénéficié d'un délai de renonciation de 30 jours à compter de la date d'effet de l'adhésion. Ce délai est à ce jour dépassé. Conformément aux conditions contractuelles la résiliation de votre adhésion s'effectuera à l'échéance annuelle du contrat, soit le 20 avril 2016. »



Excès de zèle pour conserver la gestion du contrat ? Erreur de lecture des dates ? **FILIASSUR**, dont le slogan est « L'assurance responsable », a refusé d'apporter une explication. Il serait bien inspiré de revoir la charte qualité qu'il prétend avoir mise en place.



Catégorie Voyance : **MARCOS VON RING**

Photo D.R.



L'hebdomadaire **TÉLÉ POCHE** fait paraître dans son numéro 2585 (programme du 29 août au 4 septembre 2015) une offre publicitaire de **Marcos VON RING**, médium qui se prétend être le « spécialiste des gains aux jeux et des réussites financières ».

L'accroche est percutante : « De combien avez-vous besoin pour régler toutes vos dettes ? »

Vous devez retourner à une boîte postale en Suisse un « bon pour une aide gratuite » et mentionner la somme que vous souhaitez gagner. Insistant, **Marcos VON RING** vous rappelle qu'il n'est pas compétent pour les problèmes sentimentaux ou professionnels, et qu'il intervient pour les seuls ennuis financiers.

Le **Réseau anti-arnaques** ne peut que sourire face à de telles affirmations :

- ↪ **Marcos VON RING** est une simple enseigne commerciale exploitée par **A.R.C.**, société implantée à Divonne-les-Bains (01) et qui utilise aussi les marques **NATURSIL**, **VITALYS SANTÉ** ;
- ↪ L'étude des documents comptables d'**A.R.C.** fait apparaître, pour l'exercice 2014, un chiffre d'affaires de 97 554 € mais dégage un résultat négatif de 18 529 €.

Autrement dit, voilà une entreprise qui prétend aider les personnes en difficultés financières, mais qui est incapable d'appliquer ses conseils à elle-même !





À LIRE ET À RELIRE

QUE
CHOISIR
Numéro 106-Décembre 2015/6,95€

ISSN 1773-9713

Spécial
www.quechoisir.org

SÉCURISEZ VOS ACHATS EN LIGNE

- Adopter les bons réflexes
- Payer en toute sécurité
- Réagir en cas de problème

+ NOS
LETTRES
TYPES

L 13463 - 106 - F: 6,95 € - RD



DOM surface : 8,20 € - TOM : 960 XPF

• Jurisprudence p.136 • Infos Conso p.138

Revue sans publicité, indépendante des fabricants et de l'État, publiée par l'Union Fédérale des Consommateurs - Que choisir



APPELS À TÉMOIGNAGES

Vos témoignages, qu'ils soient favorables ou défavorables au professionnel concerné, intéressent le Réseau anti-arnaques.

Ces appels à témoignages visent à connaître le niveau de satisfaction des consommateurs par rapport aux prestations réalisées par le professionnel concerné. En aucun cas ils ne visent à dévaloriser la marque ou la société citée.

Comment nous répondre ?

- Rédiger un historique de votre expérience.
- Joindre des photocopies des principaux justificatifs (bon de commande/facture/courriers échangés).

Adresser le tout à **Réseau anti-arnaques, BP 60512, La Chapelle-Saint-Laurent, 79306 BRESSUIRE Cedex**, ou à temoignage@arnaques-infos.org

DERMAFUTURA

Cette société suisse vous a démarché par téléphone et vous propose de commander des produits pour le soin de la peau.

MONSIEUR PARKING

Vous avez utilisé les services de MONSIEUR PARKING, site spécialisé dans la location de parkings

VITAL ACADEMY

Vous avez commandé des produits minceur à VITAL ACADEMY (88 ter, avenue du Général-Leclerc, 92100 SÈVRES)

NOTRE VIE, BIOTONIC, TVD SANTÉ

Ces enseignes commerciales auparavant domiciliées en Belgique sont désormais gérées à Vallauris (société OCDI). Vous avez répondu à l'une des multiples propositions de loterie ou vous avez effectué une commande.

OFFRES DE REMBOURSEMENT PUBLICITAIRE

Le produit que vous avez acheté était assorti d'une offre promotionnelle « votre achat remboursé ». Vous avez expédié votre demande de remboursement et les différents justificatifs demandés.

PARIS TRANSPORT SERVICE

Vous avez réservé un véhicule pour vous rendre de Paris à l'aéroport.

VENTE DE BISCUITS PAR DES ÉTUDIANTS

Vous êtes sollicité à votre domicile ou dans la rue par des étudiants indiquant effectuer une expérience de terrain pour un BTS commercial. Le nombre de boîtes de biscuits vendues – au prix fort – leur donne des points pour l'examen.

WHIRLPOOL

Vous avez participé à l'opération promotionnelle avec obligation d'achat « Envolez-vous à deux » organisée par WHIRLPOOL. L'achat d'un lave-linge ou d'un lave-vaisselle de la marque vous permettait de recevoir deux billets d'avion pour vous rendre dans une capitale européenne.



CDISCOUNT

Vous avez répondu à une offre promotionnelle intitulée « Les 5 incroyables » vous permettant de recevoir un bon d'achat lors de la commande d'un produit ciblé.

NUS KIN

Vous avez acheté l'un des 100 produits cosmétiques de la gamme NUS KIN, ou vous avez rejoint le réseau de revendeurs (vente par réunion).

SILVER ASSISTANCE

Rester autonome, rester chez soi, en toute sécurité. Tel est le slogan de SILVER ASSISTANCE (société ITI) qui propose des contrats de téléassistance.

SÉRÉLIANCE CONFORT

Vous avez fait l'acquisition d'une pompe à chaleur SÉRÉLIANCE CONFORT.

VÉRIFICATION DE L'ALARME INCENDIE

Vous avez reçu un message téléphonique pour procéder à la vérification de votre installation.

OFFRE DE REMBOURSEMENT FROMAGES À LA COUPE

Vous avez répondu à une offre de remboursement intitulée « Fiers des fromages de chez nous » (marques Saint-Albray, Chamois d'or, Etorki...) et organisée du 17 août au 19 octobre 2015. Vous avez joint les justificatifs demandés.

SEKOYA

Vous avez été démarché par téléphone par cette société suisse qui commercialise des gélules Pernadol 400 contre la douleur.



MIEUX CONNAÎTRE LE RÉSEAU ANTI-ARNAQUES

QUELQUES CHIFFRES POUR MIEUX CONNAÎTRE LE RÉSEAU ANTI-ARNAQUES (RAA)

- Un budget de fonctionnement annuel proche de 11 500 € (hors actions judiciaires).
- Un rythme de 1 280 sollicitations de consommateurs (en 2015).
- 4 mises en garde « INFO-ALERTE » diffusées chaque semaine (1 290 numéros publiés depuis la création).
- 35 000 visiteurs par mois sur le site arnaques-infos.org.
- 8 500 dossiers arnaques dans la base documentaire.
- 38 émissions France Bleu réalisées en 2015.
- Un réseau de 150 correspondants bénévoles (réseau de veille).



COMMENT NOUS AIDER ?

En devenant correspondant bénévole du Réseau anti-arnaques

Votre mission : transmettre au R.A.A. toute offre publicitaire douteuse et toute information relative aux arnaques de la consommation (articles de presse, jugements, etc.).

En contrepartie, vous recevrez gratuitement toutes les publications du R.A.A., soit :

- 4 mises en garde hebdomadaires INFO-ALERTE,
- notre lettre d'information trimestrielle ARNAQUES-INFOS,
- la newsletter des correspondants.

Un impératif : disposer d'une adresse mail.

Pour faire acte de candidature, écrire à :
contact@arnaques-infos.org

En participant à la souscription « 2 000 dons à 5 € »

Notre budget de fonctionnement, voisin de 11 500 €, est financé à hauteur de 5 300 € par l'UFCV-Que Choisir. Les autres recettes sont les abonnements à Arnaques-Infos et les conférences-débats.

La souscription annuelle est affectée à nos charges judiciaires (honoraires d'avocat, dommages et intérêts éventuels) et, le cas échéant, aux besoins matériels (meubles de rangement essentiellement).

Pour nous soutenir, adressez-nous un chèque, **du montant de votre choix**, à l'ordre du R.A.A. Un reçu fiscal vous sera fourni début 2017. Indiquer au dos de votre chèque "Souscription 2016" et le cas échéant votre adresse mèl.

Adresse :
**RAA - BP 60512, La Chapelle Saint-Laurent,
79306 BRESSUIRE Cedex.**



QUI SOMMES-NOUS ?

Le **Réseau anti-arnaques** est une association loi 1901 qui a pour objet de détecter, recenser et tester les principales arnaques de la consommation dans les domaines suivants : loteries et concours publicitaires, offres promotionnelles, vente à distance, sites marchands, démarchage à domicile, démarchage par téléphone, travail à domicile, offres d'emploi « bidons », annuaires professionnels, chaînes d'argent, ventes pyramidales, ventes multi-niveaux, voyance, méthodes de santé miracles, bonimenteurs, sociétés de recouvrement, voyages publicitaires, placements mirifiques...

Le **Réseau anti-arnaques** est une association partenaire de l'**UFC-Que Choisir**.

La « **Liste noire des enseignes à éviter** » et la « **Liste orange** » sont établies à partir des dossiers d'enquête du **Réseau anti-arnaques**, des témoignages reçus et des actions en justice connues. Les témoignages reçus ne sont pas communicables aux tiers.

MENTIONS LÉGALES

ARNAQUES-INFOS est une marque déposée sous le numéro 023153480 auprès de l'I.N.P.I.

Président du **Réseau anti-arnaques** : **Pascal TONNERRE** (Courriel : president@arnaques-infos.org)

Directeur de la publication : **Pascal TONNERRE**

Expert scientifique : **Paul KEIRN**

Conception et mise en page : **Marie LEGUERET**

Dépôt légal : Juin 2015

N° SIRET : 503 805 657 00031

La gestion des appels à témoignages a fait l'objet d'une déclaration auprès de la **CNIL** enregistrée sous le numéro 1353408.

Reproduction autorisée sous réserve de citer l'origine.

ABONNEMENT À ARNAQUES-INFOS

Version électronique : 10 € (les 8 numéros).

La gestion des abonnements à cette lettre trimestrielle a fait l'objet d'une déclaration auprès de la **CNIL** sous le numéro 690844 conformément à la loi « Informatique et libertés » du 6 janvier 1978. Conformément à l'article 34 de la loi précitée, tout abonné dispose d'un droit d'accès, de modification, de rectification et de suppression des données personnelles le concernant. Ce droit peut être exercé directement par courrier auprès du **Réseau anti-arnaques**.

ARNAQUES-INFOS :

Lettre trimestrielle d'information publiée par le Réseau anti-arnaques
BP 60512, La Chapelle Saint-Laurent, 79306 BRESSUIRE Cedex
Courriel : contact@arnaques-infos.org

