

ARNAQUES-INFOS

> Numéro 43 <

MARS 2010

> 2 € <

Lettre trimestrielle d'information publiée par le Réseau anti-arnaques, BP 15 - 79340 MÉNIGOUTE

LES GÉLULES QUI FONT MINCIR LE COMPTE EN BANQUE

Les offres publicitaires en faveur de gélules à base d'açaï, qui sont diffusées sur internet depuis l'été dernier, n'ont pas fini de faire des victimes. Les consommateurs qui ont succombé à la tentation de l'échantillon gratuit, et qui ont communiqué leur numéro de carte bancaire pour régler les frais de port, le regrettent amèrement : leur compte a été débité de factures correspondant à des envois complémentaires de gélules amincissantes.

À ce jour, 815 réclamations sont parvenues au **Réseau anti-arnaques**.

Malheureusement, les victimes se retrouvent dans une impasse face à l'indifférence du pouvoir judiciaire et le refus de prise en charge des établissements bancaires.

AU SOMMAIRE DE CE NUMÉRO :

- Le dossier du trimestre : vendeurs de vent 2 - 3
- Le cas FASHIONSHOPPING 4
- Appels à témoignages 5
- Loteries et cadeaux : enseignes à éviter 6 - 7
- Sur le site du Réseau anti-arnaques 8

EN COURS D'IMPRESSION

« Vente à distance : savoir décrypter les promesses de gains et de cadeaux »

Ce numéro spécial **ARNAQUES-INFOS**, annoncé en décembre 2009, paraît en retard : il vous parviendra à partir de fin avril 2010.

LE DOSSIER DU TRIMESTRE : VENDEURS DE VENT

Les boîtes aux lettres regorgent d'offres publicitaires en faveur de prétendus voyants qui, curieusement, sont tous domiciliés à l'étranger (*le plus souvent une boîte postale en Suisse ou aux Pays-Bas, et parfois en Angleterre ou en Autriche*).

Le mode de prospection est parfaitement huilé et vise, bien évidemment, une population fragilisée.

■ Des thèmes fédérateurs

Nos voyants savent ratisser large et utilisent des accroches liées à l'amour, la santé, l'argent, la chance. Difficile de faire plus fédérateur !

Ils n'hésitent pas à inquiéter le destinataire du message publicitaire : « Un grand danger vous menace », « Une personne de votre entourage vous veut du mal ».

■ Des libellés pompeux

Tout est bon pour crédibiliser la compétence du voyant : des récompenses (« élu meilleur voyant international »), des organismes de contrôle (« Groupement de contrôle et d'efficacité des voyants », « Maison des contrôleurs ésotériques et parapsychiques ») ou des attestations (diplôme).

Une photo du voyant permet d'illustrer le courrier. Mais une discrète mention (« photo non contractuelle ») prouve bien que le personnage est fictif.

■ La théorie de la gratuité

Toutes ces offres insistent sur la gratuité des prestations : la volonté de rendre service à son prochain serait-elle plus forte que l'appât du gain ?

En fait, différents prétextes sont invoqués pour obtenir un règlement (*de 20 à 50 € selon les propositions*) : des frais de recherche, des frais de port, des frais administratifs.

Plus subtilement, certains voyants réclament un don ou une offrande... mais imposent un montant minimum !

■ La valorisation des promesses

Comment rendre crédible les promesses de gains financiers ou de chance ?

- ↳ Tout simplement en publiant les témoignages de personnes qui ont vu leur vie transformée (*en bien*) grâce aux prestations du voyant.
- ↳ Ou en s'appuyant sur des faits historiques : les pyramides égyptiennes, Atlantis, le secret des Templiers, le trésor des Wisigoths, les secrets des Vikings... Tout est bon pour créer l'ambiance...
- ↳ Autre astuce : faire signer un engagement sur l'honneur de ne pas divulguer les secrets obtenus.

VENDEURS DE VENT *(suite)*

■ Les gadgets

La bonne fortune peut impliquer l'utilisation d'ustensiles fournis par le voyant. Par exemple : « le capteur de chance », « l'activateur de fortune à déclenchement automatique »...

Parfois, un médaillon est joint à l'offre publicitaire mais, bien évidemment, il doit être préalablement magnétisé à distance pour être efficace (*en contrepartie d'un petit chèque pour cette intervention*).

■ Le cercle vicieux

Toute commande démontre l'intérêt du consommateur pour ce type d'offres, et dès lors, les propositions complémentaires vont se multiplier.

Le Réseau anti-arnaques reçoit régulièrement les témoignages de personnes qui s'inquiètent de voir leurs parents – âgés et facilement influençables – ponctionner leur compte bancaire en émettant une quantité de petits chèques.

■ Le palmarès des publipostages

Les propositions publicitaires les plus diffusées émanent des voyants et médiums suivants : Chris, Marcos VON RING, Lise et Rose, David PHILD, Melchior, Helena BRIGHT, Morgan T, Messidor, Daniel WEIL...

■ Des affirmations abracadabrantes

David PHILD se distingue par des textes délirants. Pour preuve : « Le transmutateur argentier d'élévation vibratoire va rapprocher les deux parois opposées qui sont encore séparées par le ravin, la déchirure injuste de la réalité difficile. » Ou encore, dans un style plus poétique : « Le poids et les angoisses qui pesaient sur les épaules se transmutent en légers papillons qui s'envolent au premier coup de vent. »

■ Mais pourquoi le consommateur répond-il à de telles sollicitations ?

Plusieurs éléments permettent d'expliquer ce comportement :

- ↳ La détresse morale ou financière du destinataire ;
- ↳ Un versement initial relativement modique ;
- ↳ Le savant dosage de l'invraisemblable avec des faits concrets (*événements historiques*), complété par des illustrations ou des photographies.

■ Pour visualiser les promesses

La page « Voyance » du site www.arnaques-infos.org publie de nombreux exemples de textes publicitaires intégrant les astuces décrites dans ce dossier du trimestre.

LE CAS FASHIONS SHOPPING

En date du 2 décembre 2009, **Frédéric STRAUSS**, dirigeant de **T.W.S. (Transaction World Stock)** qui exploite le site **www.fashionshopping.com**, a souhaité exercer son droit de réponse suite à l'**Info-Alerte** n° 266, paru le 5 septembre 2009 et intitulé « Le cas Fashionshopping.com ». Cette mise en garde et ce droit de réponse sont disponibles sur notre site **www.arnaques-infos.com**

Frédéric STRAUSS affirme notamment : « *les propos contenus dans cette publication mettent gravement en cause notre activité de vente sur internet ainsi que nos délais de livraison et notre service clients.* »

Notre analyse s'appuie sur des faits concrets :

- À ce jour, le **Réseau anti-arnaques** a reçu plus de 550 réclamations de clients excédés par les délais de livraison, les délais de remboursement et la difficulté de joindre le service clients.
- Nous avons mis en place un envoi groupé destiné au P-DG de **TWS** afin de régulariser en priorité les litiges soumis. De mars à mai 2009, nous avons perdu tout contact avec les interlocuteurs habituels de ce site.
- À compter de juin 2009, nous avons repris contact avec un nouvel interlocuteur - le directeur du développement - ce qui a permis de régulariser une majorité de litiges.
- La situation s'est une nouvelle fois dégradée en août 2009 puisque le service clients et la comptabilité ont été fermés pour congé, sans qu'une permanence soit tenue !
- Le 16 septembre 2009, **Frédéric STRAUSS** reproche au **Réseau anti-arnaques** de solliciter son directeur du développement « de façon permanente et intempestive » et « au détriment de ses fonctions ».

Compte tenu de cette situation de blocage, nous avons cessé toute relation amiable avec **T.W.S.** (*et nous avons donc cessé de comptabiliser le nombre de réclamations*), et nous conseillons systématiquement au consommateur de saisir les autorités judiciaires (*voie pénale ou voie civile*).

C'est pourquoi, plus que jamais, nous maintenons **www.fashionshopping.com** dans la « liste des sites sous surveillance » (*rubrique consultable en page « listes noires » de notre site*).

AUX LECTEURS D'ARNAQUES-INFOS

Vous recevez, actuellement, la version papier d'**Arnaques-infos**.

Vous pouvez opter pour la version électronique en nous adressant une simple demande à : contact@arnaques-infos.org

APPELS À TÉMOIGNAGES

Service consommateurs

Mécontent d'un produit que vous avez acheté, vous avez écrit ou téléphoné au service consommateurs dont les coordonnées étaient mentionnées sur l'emballage.

Bonimenteurs à gogo

Vous avez été sollicité sur un marché, dans une foire-expo, ou dans tout autre lieu, par des bonimenteurs vous promettant de réaliser une excellente affaire moyennant une participation financière.

Les accroches commerciales ainsi que l'argumentaire utilisés pour recueillir votre commande nous intéressent.

CASH BACK

Vous avez souscrit à un programme de fidélisation payant (du genre *Club-A-Loisirs* ou *Remises et Réductions*), vous faisant miroiter des économies ou gains futurs.

Coffrets cadeaux

Vous êtes bénéficiaire d'un coffret cadeau du type (*SMARTBOX, WONDERBOX, HAPPYBOX, INTERNITY...*) et vous avez choisi une prestation du catalogue.

Jeux de magazines

Vous avez participé à un tirage au sort organisé par un magazine (*magazine féminin, revue TV...*).

Avez-vous été remboursé des frais de timbre ou des frais de téléphone (*si vous avez sollicité leur remboursement*) ?

Avez-vous reçu le règlement complet (*si vous l'avez demandé*) ?

Et surtout, si vous étiez l'un des gagnants, avez-vous reçu le lot promis ?

Satisfait ou mécontent, votre témoignage intéresse :

**Le Réseau anti-arnaques
BP 15
79340 MÉNIGOUTE**

**Courriel :
temoignage@arnaques-infos.org**

AVERTISSEMENT

Ces appels à témoignage visent à compléter la base d'informations détenue par le **Réseau anti-arnaques**. Tous les témoignages, qu'ils soient favorables ou défavorables pour la société concernée, sont intégrés au dossier ouvert par le **Réseau anti-arnaques**.

Il est demandé aux personnes répondant à un appel à témoignage de bien vouloir s'identifier (*nom, prénom et adresse*).

Offres promotionnelles

Vous avez répondu à une offre promotionnelle destinée à récompenser votre achat ou votre fidélité (*offre de remboursement, promesse de cadeau, points de fidélité*).

Nuits d'hôtel gratuites EUROREST

Vous avez répondu à une offre publicitaire **EUROREST** sur internet vous proposant de profiter de 14 nuits d'hôtel gratuites, sous réserve de respecter certaines contraintes (*frais d'inscription de 29 €, repas obligatoires, une seule nuit par hôtel choisi*).

Voyances sur le Net

Vous avez répondu à une offre de voyances sur le Net émanant de : **voyance.web.fr** (*entre autres, avec Emma et Cassandra, voyantes médium*), **ASTROSOLIS** qui propose une consultation de 5 minutes pour 1 €.

Photos de bébés en maternité

Lors de votre séjour en maternité, vous avez été sollicitée par un photographe. Par la suite, un vendeur vous a présenté à domicile des séries de photos et des objets souvenirs (*empreinte de pied, de main...*) ?

LOTÉRIES ET CADEAUX : LES ENSEIGNES À ÉVITER

Le Réseau anti-arnaques actualise régulièrement sa liste noire, établie à partir des témoignages reçus, des enquêtes et des actions en justice en cours.

LES ENSEIGNES FRANÇAISES

■ Les principales enseignes commerciales de la SAS PROMONDO (*Carros - 06*) :

BIEN-ÊTRE ET CONFORT*
HOME DISTRIBUTION*
LABORATOIRES MINCÉA
MOINES DE SAINT-GEORGE
NATURLIS
PRÉFÉRENCES
PRESTIGE ET SÉDUCTION
SILHOUETTE IDÉALE
VITAL CONFORT*

* Les trois enseignes actuellement les plus utilisées par PROMONDO.

■ Et aussi :

ALICE AVANTAGES
AQUA VITALIS
BELA VITA
CENTRE COMMERCIAL EUROPÉEN (CCE)
CENTRE DE PAIEMENT DES RÉCLAMATIONS D'ESPÈCES (CPRE) - EMTL
INSTITUT PATRICK LACROIX
MONASTÈRE SOURCE DE MARIE
MOULIN DE L'AUNAY
PHYDERMA
PROPRE ET PRATIQUE
40 CARATS
SANTÉ MARKET

LES ENSEIGNES BELGES

Les enseignes du groupe belge DUCHESNE : TV DIRECT DISTRIBUTION, TVD SANTÉ, TVD DISTRIBUTION, LES INDISPENSABLES, ÉPHÉDRA, BEST OF, OLIVÉAL, BIOTONIC, LINÉAL, CHRISTIAN DENEUVE, NOTRE VIE, LABORATOIRES PEYRAC.

Les enseignes du groupe A.M.A. (*qui utilisent néanmoins une boîte postale à Antibes*) : VITAL BEAUTY, SWISS HOME SHOPPING, LE CLUB, LES BIJOUX D'ELISA.

LES AUTRES ENSEIGNES ÉTRANGÈRES

ADMINISTRATION DÉPARTEMENTALE FINANCIÈRE (ADF)
 AGENCE DE RÉPARTITION DES BÉNÉFICES NON DISTRIBUÉS (ARBN)
 AMBASSADEURS DES NOUVELLES GRANDES FORTUNES (ANGF)
 ASSOCIATION DE L'ADMINISTRATION DES GAINS (AAG)
 ASSOCIATION GÉNÉRALE DES TRANSFERTS ET MONTANTS (AGTM)
 AUTORITÉ OFFICIELLE DES LOTS ATTRIBUÉS (AOIA)
 BENEFITS ALLOCATION TRUST (BAT)
 BUREAU DES CONFIRMATIONS OFFICIELLES D'ATTRIBUTION (BCOA)
 BUREAU DE CONTRÔLE DES GAINS D'EXCEPTION (BCGE)
 BUREAU DE REMISE DES PRIX GAGNÉS (BRPG)
 BUREAU DE VÉRIFICATION DES GAINS (BVG)
 BUREAU GÉNÉRAL D'ALLOCATION DES RÉCOMPENSES (BGAR)
 BUREAU INTERNATIONAL D'ATTRIBUTION DES GAINS (BIAG)
 BUREAU INTERNATIONAL DE REMISE DES GAINS
 BUREAU INTERNATIONAL DES PRIX (BIP)
 BUREAU INTERNATIONAL DES VERSEMENTS RÉGLEMENTAIRES (BIVR)
 BUREAU OFFICIEL D'ATTRIBUTION D'ARGENT (BO2A)
 BUREAU OFFICIEL DES ALLOCATIONS RÉGLEMENTAIRES (BOAR)
 BUREAU PRIVÉ DE DISTRIBUTION DES GAINS (BPDG)
 CAISSE D'ATTRIBUTION DES GAINS DE GRANDE VALEUR (CAGGV)
 CAISSE GÉNÉRALE DE REMISE DE GAINS (CGRG)
 CAISSE INTERNATIONALE DES VERSEMENTS (CIV)
 CAISSE INTERNATIONALE DES GAINS EN ESPÈCES (CIGE)
 CENTRALE D'INVESTIGATION ET DE REMISE DES CHÈQUES (CIRC)
 CENTRALE DE GESTION GAINS ET FINANCES (CGGF)
 CENTRALE DES CONSIGNATIONS
 CENTRALE DES GAINS (CDG)
 CENTRALE DES JEUX (CDJ)
 CENTRALE DES PAIEMENTS
 CENTRALE INTERNATIONALE DE GESTION DE FONDS FINANCIERS (CIGFF)
 CENTRE ADMINISTRATIF EUROPÉEN DES GAINS (CAEG)
 CENTRE D'ATTRIBUTION OFFICIELLE DES JEUX D'ARGENT (CAOJA)
 CENTRE DE TRAITEMENT ADMINISTRATIF D'ATTRIBUTION DES GAINS (CTAAG)
 CENTRE DE VÉRIFICATION DES MONTANTS (CVM)
 CENTRE EUROPÉEN DE DIFFUSION (CED)
 CENTRE EUROPÉEN DU BIEN-ÊTRE (CEB)
 CENTRE INTERNATIONAL DES GAINS (CIG)
 CENTRE INTERNATIONAL DES LEADERS FINANCIERS (CILF)
 CENTRE MONDIAL DE RECHERCHES MATHÉMATIENNES (CMRM)
 CENTRE MONDIAL DES JEUX ET CONCOURS (CMJC)
 CENTRE PRIVÉ DES GAINS (CPG)
 CERCLE DES GRANDES FORTUNES (CGF)
 CERTIF
 CERTIFICATIONS DE DÉBOURSEMENTS ÉCONOMIQUES (CDE)
 CLUB DES RÉUSSITES FINANCIÈRES RECONNUES (CRFR)
 CLUB SÉLECT DES GRANDS FINALISTES (CSGF)
 COMITÉ CENTRAL DES COMPTES (CCC)
 COMITÉ D'ATTRIBUTION SUPÉRIEUR HONORABLE (CASH)
 COMITÉ GÉNÉRAL – PROGRAMME NATIONAL D'AIDE (CG-PNA)
 COMITÉ INTERNATIONAL DE REMISE DE PRIX (CIRP)
 COMMISSION D'ATTRIBUTION DES RÉCOMPENSES (CAR)
 COMMISSION DE DISTRIBUTION EUROPÉENNE DE GAINS (CDEG)
 COMMISSION DE DONS FINANCIERS EN EUROS – RÉPARTITION DES GAINS (CDFE-RDG)
 COMMISSION DE PAIEMENTS BANCAIRES RÉGLEMENTAIRES (CPBR)
 COMMISSION EUROPÉENNE DES GAINS (CEG)
 COMMISSION INTERNATIONALE DE RÈGLEMENTS FINANCIERS (CIRF)
 COMPTOIR FINANCIER DES COMPTES (CFC)
 CONSEIL SUPÉRIEUR DES GAINS CERTIFIÉS (CSGC)
 DÉLICÉS D'ANNIE
 DÉLICÉS DU SOLEIL
 DÉLICÉS ET GOURMANDISES
 DÉPARTEMENT DES MILLIONNAIRES ET DES MILLIARDAIRES
 DIRECT DIFFUSION
 DIRECT MAIL
 DIRECT MARKET
 DIRECT SHOPPING
 DIRECT TOP LINE
 DISCOUNT VPC
 EURO DIFFUSION
 EURO DISCOUNT
 EURO GAINS DISTRIBUTION
 EURO GLOBE
 EURO LOTERIE
 EURO MAIL PLUS
 EURO SHOPPING
 EUROPÉENNE D'AFFECTATION DES GAINS (EAG)
 FÉDÉRATION DES SUPER FINALISTES (FDSF)
 FÉDÉRATION INT. D'ATTRIBUTION DES GAINS (FIAG)
 FÉDÉRATION MONDIALE D'ATTRIBUTION DES GAINS (FMAGG)
 FINANCES DIRECTES COMMISSION PARITAIRE (FDPC)
 FONDATION ANNONCE CHÈQUE – GAINS ET FINANCES (FAC-GC)
 FONDATION INTERNATIONALE DE VERSEMENTS DE GAINS (FIVG)
 FONDATION INTERNATIONALE DES MILLIARDAIRES (FIM)
 FONDATION MONDIALE DE DISTRIBUTION DES GAINS (FMDG)
 FRANCE – EUROPE – FINANCE (FEF)
 FRIEDRICH MUELLER – GSV
 GIE DOM EUROPE
 GLOBAL DIFFUSION
 GROS LOTS À GAGNER
 GROUPE DE TRANSFERT DES PRIX
 GROUPE FINANCIER DES BIENS ET PARTAGES (GFBP)
 GROUPE INDÉPENDANT DES GAINS (GIG)
 GROUPE INTERNATIONAL DES PRIX (GIP)
 GROUPEMENT D'AIDE ET ASSISTANCE (GAA)
 GROUPEMENT DES EXPERTS RENTIERS (GER)
 GROUPEMENT DES JOUEURS INDÉPENDANTS (GJI)
 GROUPEMENT DES TRANSFERTS
 INSTITUT DE RECHERCHE EXPÉRIMENTALE (IRE)
 INSTITUT MONDIAL DE GAINS D'ARGENT
 INSTITUT MONDIAL DES MILLIARDAIRES ANONYMES (IMMA)
 INTER DISTRIBUTIONS
 INTER MAILING
 INTER PROMOTION
 INTERNATIONAL DISCOUNT
 INTERNATIONAL DISTRICT GAINS
 INTERPOST
 JACKPOT INTERNATIONAL FONDATION (JIF)
 LA MONDIALE DES GAINS EN CASH (LMGC)
 MAILING DIRECTS
 MAILING DISTRIBUTION
 MAILING GAINS EUROS
 MONDIALE DES GAINS CHRONO (MGC)
 NEW DISTRICT MARKET
 NEW MAIL
 NEW_GAINS.COM
 NORD EXPRESS DISTRIBUTION
 OFFICE CENTRAL DES COMPTES (OCC)
 OFFICE DE VERSEMENT DES GAINS IMPORTANTS (OVGI)
 OFFICE MONDIAL DES GAINS ATTRIBUÉS (OMGA)
 OFFICE RÉGLEMENTAIRE DE PAIEMENT BANCAIRE (ORPB)
 OFFICIAL BUREAU FOR AWARD DISTRIBUTION (OBAD)
 OFFRE DES PRIX ET MONTANTS (OPM)
 ORGANISME DE REMISE DE GROS GAINS (ORGG)
 ORGANISME MONDIAL DES GAINS (OMG)
 ORGANISATION DE RÉPARTITION MONDIALE DES GAINS (ORMG)
 PB VERSAND
 POSTINA SHOPPING
 PRESTIGE MAILING
 PRIMA SÉLECT
 PROGRESS MAIL
 PROMAIL
 PROMO DIRECT
 SCIENTIFIC RESEARCH FOUNDATION
 SECRÉTARIAT GÉNÉRAL DES GAGNANTS (SGG)
 SÉLECTION INTERNATIONALE DES GAINS À DISTRIBUER (SIGD)
 SERVICE INTERNATIONAL D'ATTRIBUTION DES LOTS (SIAL)
 SERVICE INTERNATIONAL DES OPPORTUNITÉS DE PRIX (SIOP)
 SOCIÉTÉ EUROPÉENNE DE GAINS (SEG)
 SOCIÉTÉ ORGANISATRICE DE FONDS À TRANSFÉRER (SOFT)
 SYNDICAT MONDIAL DES JOUEURS (SMJ)
 THE BENEFIT CLUB
 TRANSPORT ET COLISAGE INTERNATIONAUX (TCI)
 TRAVEL 4 LIFE
 L'UNIVERS DES GAINS
 VIP REMISES
 WWW.SRC

Créé en septembre 2009, le site du **Réseau anti-arnaques** vous permet de consulter :

- ↳ Le florilège des offres publicitaires douteuses classées par thème (*loteries et cadeaux, offres promotionnelles, vente à distance, arnaques africaines, santé, voyance...*) ;
- ↳ Les « listes noires » des enseignes et catalogues à éviter ;
- ↳ Les mises en garde hebdomadaires **Info-Alerte** ;
- ↳ Le carton rouge du mois.

OUI 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, travail à domicile, offres d'emploi « bidons », chaînes d'argent, ventes pyramidales, voyance, méthodes de santé miracles, bonimenteurs, agences de recouvrement, placements mirifiques...

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

La « **Liste noire des enseignes à éviter** » est établie à partir des dossiers d'enquête du **Réseau anti-arnaques**, des témoignages reçus et des actions en justice connues.

MENTIONS LÉGALES

ARNAQUES-INFOS est une marque déposée sous le numéro 023153480 auprès de l'**Institut national de la propriété industrielle**.

Président du **Réseau anti-arnaques** : **Pascal TONNERRE**.

Directeur de la publication : **Pascal TONNERRE**.

Dépôt légal : 1^{er} trimestre 2010.

N° SIRET : 503 805 657 00015

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

Imprimé par l'Espace Associatif, impasse de l'Odet, 29000 Quimper.

Reproduction autorisée sous réserve de citer l'origine.

ABONNEMENT À ARNAQUES-INFOS

Version « papier » : **8 €** (les 4 numéros), **16 €** (les 8 numéros). Le numéro d'échéance de l'abonnement est indiqué sur l'étiquette adresse de l'enveloppe d'expédition.

Version électronique : **10 €** (les 8 numéros).

La gestion des abonnements à cette lettre trimestrielle a fait l'objet d'une déclaration à 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
Réseau anti-arnaques, BP 15 - 79340 MÉNIGOUTE
Courriel : contact@arnaques-infos.org