



Union Fédérale des Consommateurs - Que Choisir
BP 217 - 13607 Aix-en-Provence cedex 1
www.ufc-aix.com – aixenprovence@ufc-quechoisir.org

Tél. : 04 42 93 74 57 - Fax : 04 42 27 73 92

On vous fait croire que vous avez gagné à la loterie !

Vous recevez une lettre d'une entreprise de vente par correspondance qui vous annonce que vous êtes l'heureux gagnant d'un tirage au sort et qu'en plus on vous a attribué un cadeau ! Il est bon de savoir décrypter ce genre de courrier et ainsi d'éviter de tomber dans les pièges.

Sachez que les loteries publicitaires ou commerciales sont utilisées par les professionnels de la vente par correspondance pour promouvoir leurs entreprises et leurs produits. Elles sont un moyen efficace d'améliorer les ventes dès lors que le consommateur, espérant gagner un cadeau important, passe commande de produits de l'entreprise, pensant ainsi améliorer ses chances de gains. Pourtant rares sont ceux qui gagnent le lot de valeur importante ; plus nombreux sont ceux qui gagnent les petits lots auquel la loterie donne droit !

Les loteries commerciales sont réglementées :

- Vous devez pouvoir participer sans frais à la loterie. Les coûts éventuels d'affranchissements doivent vous être remboursés.
- Vous n'êtes pas tenu de passer commande pour jouer. Croire que passer commande augmenterait vos chances de gains est faux.
- Faites bien attention qu'il n'y ait pas de confusion entre le bulletin de participation et le bon de commande : la loi prévoit qu'ils doivent être bien distincts.
- Vérifiez qu'il existe un inventaire de lots mis en jeu précisant la nature, le nombre et la valeur commerciale des lots. Lisez attentivement les documents que vous avez reçus (surtout les petits caractères) sans oublier l'enveloppe elle-même. Vous pouvez bien souvent vous rendre compte ainsi des faibles chances d'obtenir un lot important.

L'attribution de cadeau :

Sachez que l'attribution de cadeau est une technique commerciale pour attirer de nouveaux clients ou fidéliser les anciens. Ces cadeaux ont plus ou moins de valeur en fonction de différents critères (montant et nombre de vos achats pendant une période donnée, ancienneté dans le fichier clients...). Les attributions de cadeaux sont souvent présentées de façon exagérément avantageuses, afin que le gagnant croit qu'il a gagné le plus beau cadeau !

BON A SAVOIR : La Cour de Cassation vient de confirmer en juin 2006 sa jurisprudence de 2002, et a condamné une société organisatrice d'un pseudo-tirage au sort à verser le montant du premier prix annoncé au gagnant, car lors de l'annonce du gain, l'existence d'un aléa n'avait volontairement pas été mis en évidence. (Cass. 1^{re} civ., 13 juin 2006).

Chronique parue en septembre-octobre 2006