

Les quatre grandes familles d'arnaques traitées par le Réseau anti-arnaques

LES ARNAQUES AFRICAINES

Les années passent et les « arnaques africaines » - car majoritairement initiées en Côte d'Ivoire ou au Bénin – prolifèrent.

Le principe est immuable : annoncer le gain d'une somme d'argent importante par un prétexte parfaitement argumenté (*loterie, succession, legs d'un homme d'affaires gravement malade*) pour « ferrer » la victime et réclamer préalablement, et progressivement, différents frais administratifs ou fiscaux.

Autre variante : l'arnaque au faux amoureux qui clame sa flamme mais qui a besoin d'argent...

Force est de constater que les escrocs à l'origine de ces coups montés savent parfaitement contrefaire des attestations et documents officiels. De plus, ils se révèlent de fins psychologues anticipant les réactions de leurs victimes.

L'apothéose de la manipulation intervient un an plus tard : l'escroc reprend contact avec ses victimes en se présentant comme une autorité judiciaire ou comme une association d'aides aux personnes. Et, une nouvelle fois, les malheureuses victimes se font abuser.

Les arnaques africaines provoquent des dégâts financiers et psychologiques importants, avec l'immense frustration de ne pouvoir faire condamner les escrocs.

LES BEAUX PARLEURS

La technique des voyages publicitaires a attrapé un sacré coup de vieux. Le procédé consistait à proposer à un prix modique une excursion en autocar dans un lieu touristique connu. Un arrêt au restaurant était l'occasion pour un commercial bien bavard de proposer, avant le repas, des articles aussi inutiles que coûteux.

Aujourd'hui, l'autocar reste au garage. Les « beaux parleurs » louent une salle dans un restaurant local et invitent une sélection de couples (*âgés de 50 ans et plus*) à un repas gratuit. La seule obligation est de participer préalablement à une présentation de produits de bien être.

Tout l'art du commercial consiste à vendre au prix fort des matelas ou autres produits de bien être en vantant leurs propriétés bienfaites. Il s'appuie sur des techniques manipulatoires bien rodées.

Les produits sont livrables dans la journée mais le délai de rétractation de 14 jours permet aux consommateurs de revenir, sagement, sur leur décision.

LES ABONNEMENT A DES PRESTATIONS SUR INTERNET

Le développement des ventes sur internet a multiplié le nombre d'offres promotionnelles : l'envoi d'un article de marque réputée à un prix ridicule ou des échantillons gratuits.

L'accroche publicitaire est redoutable et le consommateur verra trop tard le piège se refermer : la validation de la commande engendre également celle des conditions générales de vente.

Or, ces conditions générales prévoient la mise en place de prestations payantes (*envoi de bons d'achat, envoi d'une sélection d'articles*). Comme le numéro de la carte bancaire a été communiqué pour payer l'article ou les frais de port d'un montant souvent modique, le professionnel n'a plus qu'à le réutiliser pour les prochains règlements.

Le consommateur qui surveille ses comptes s'empressera de faire opposition à sa carte bancaire. Il tentera vainement de contester les paiements déjà effectués : pour l'établissement bancaire, il ne s'agit pas d'une fraude dans la mesure où le titulaire a volontairement communiqué son numéro de carte. Pour la police la gendarmerie, il s'agit d'un simple litige entre un site internet et l'un de ses clients qui ne revêt aucun aspect pénal.

LES PROMESSES MINCEUR

Elles ont proliféré durant l'été dans les pages des magazines de programmes télévisés. Toutes ces offres vous proposent la méthode miraculeuse pour perdre du poids : la cure de gélules de plantes a toujours un grand succès mais n'oublions pas les semelles, ou le jean, qui font maigrir en marchant.

Les enseignes commerciales se multiplient mais les produits commercialisés sont similaires. Les adresses mentionnées à Paris (*Champs Élysées*) ou à Chantilly visent à rassurer le client : mais, il s'agit de simples adresses de domiciliation postale (*sous-traitance*).