

Fiche Mémo L'arnacomètre des phyto-arnaques



Voici les 13 composantes que tout service de marketing va nécessairement utiliser pour rendre crédible une « phyto-arnaque ».



1. Une contrée exotique et lointaine apte à attiser l'imaginaire.
2. Une allusion historique (personnage historique, civilisation passée).
3. Une « caution » scientifique (éminent chercheur inventé de toutes pièces) ou une caution médiatique (ancien artiste de variété, ancien sportif, acteur connu).
4. Des références statistiques totalement invérifiables.
5. Des témoignages de clients satisfaits (qui conservent leur anonymat ou, au contraire, qui mentionnent leur identité mais qui sont introuvables sur l'annuaire téléphonique).
6. Des références à des articles dans la presse écrite ou à des émissions dans les médias audiovisuels.
7. Des qualités couvrant un vaste périmètre de santé.
8. Des effets immédiats sur la santé.
9. L'appel aux bonnes vieilles recettes ancestrales ou de grand-mère.
10. Une dénomination officielle (laboratoires, institut, centre international...).
11. La garantie « satisfait ou remboursé ».
12. Des photographies « avant » et « après » le traitement.
13. L'attrait de la nouveauté (« Pour la première fois en France »).



SOUTENIR LE RESEAU ANTI-ARNAQUES

- Abonnez-vous à la lettre d'information semestrielle **ARNAQUES-INFOS**. Version électronique : 10 € les 4 numéros.
- Effectuez un don de 10 € ou plus au Réseau anti-arnaques – Règlement à l'ordre du RAA (indiquez le motif et votre adresse mèl au verso du chèque)



La **fiche-mémo** est un document d'information publié par le :
Réseau anti-arnaques, association partenaire de l'UFC-Que Choisir
BP 40179 – 79305 PARTHENAY Cedex

(contact@arnaques-infos.org) - Site : www.arnaques-infos.org

SIRET : 503 805 657 00049

Directeur de la publication : **Pascal TONNERRE**

