

31.03.2022 - 08:00 Uhr

Trop beau, pas vrai ?! Campagne de prévention contre les escroqueries sur les places de marché en ligne



Berne (ots) -

Les places de marché en ligne *anibis.ch*, *Ricardo* et *tutti.ch* lancent avec la Prévention Suisse de la Criminalité et la police une campagne pour lutter contre les escroqueries commises sur les plateformes de petites annonces proposant des marchandises, des ventes à prix fixe ou à l'enchère, et même des offres d'emploi. Avec le slogan "trop beau, pas vrai ?!", volontairement à double sens, la campagne débute fin mars et se poursuivra jusqu'à la fin de l'année. Sur son site, pasvrai.ch, sont présentées les formes les plus usuelles d'escroquerie et leurs signes distinctifs ainsi que les moyens qu'ont les utilisateurs et les utilisatrices pour s'en protéger.

Échanger des articles neufs ou d'occasion entre particuliers se fait aujourd'hui principalement sur des places de marché en ligne. Si la plupart des opérations se passent bien, les cas d'escroquerie sont en augmentation. Les formes d'arnaque sont multiples. On y trouve aussi bien de faux produits de marque et des marchandises fictives que des acheteurs fictifs ou de faux services de livraison. À compter d'aujourd'hui et jusqu'à la fin de l'année, les places de marché en ligne *anibis.ch*, *Ricardo* et *tutti.ch* entendent sensibiliser les utilisateurs et utilisatrices, en se joignant à la Prévention Suisse de la Criminalité et à la police, et lancent la campagne "trop beau, pas vrai ?!" afin de cibler les différentes formes d'escroquerie qui se pratiquent sur les places de marché en ligne.

Un coup d'avance sur les escrocs

Il n'est souvent pas aisé pour la police d'appréhender les auteurs de délits commis sur Internet. Ces derniers opèrent en se servant de données erronées, souvent depuis l'étranger, ce qui complique l'enquête. Afin de faire échec aux escrocs, il est essentiel d'agir avant qu'ils ne passent à l'acte. Pour cela, la méthode la plus sûre est de connaître leur mode opératoire. Nombre de tentatives sont déjouées si l'on parvient à détecter les signes distinctifs d'une escroquerie. C'est le principe de la campagne "trop beau, pas vrai ?!". On y apprend quand et pourquoi il faudrait se montrer prudent en présence d'une offre ou d'une personne intéressée. Il en va ainsi, par exemple, quand quelque chose est trop beau, trop inconnu, trop simple, trop bon marché ou trop généreux.

Inspiration de la campagne

"Trop beau pour être vrai". Ce dicton populaire a servi d'inspiration à la campagne. Il en appelle au bon sens commun, à l'expérience de la vie et au malaise que l'on ressent lorsque quelque chose s'écarte par trop de l'ordinaire. Ainsi, une transaction qui dépasse le cadre habituel peut indiquer qu'il s'agit soit d'une erreur soit d'une tromperie. Si cette tromperie est délibérée, on est en présence d'une escroquerie et ça n'est "pas vrai!". L'objectif de cette campagne est d'inciter les consommateurs et consommatrices à mieux tenir compte de ces indices.

Contact:

Prévention Suisse de la Criminalité :

Beatrice Kübli, cheffe de projet, 031 511 00 09, bk@skppsc.ch

Places de marché en ligne anibis.ch, Ricardo et tutti.ch :

Mojca Fuks, PR-Manager, mojca.fuks@ricardo.ch

Medieninhalte



Trop beau, pas vrai ?! Campagne de prévention contre les escroqueries sur les places de marché en ligne / Texte complémentaire par ots et sur www.presseportal.ch/fr/nr/100011391 / L'utilisation de cette image est pour des buts rédactionnels gratuite. Publication sous indication de source: "obs/Schweiz. Kriminalprävention / Prévention Suisse de la Criminalité/SKPPSC"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100011391/100887258> abgerufen werden.