

## Les techniques manipulatoires d'AFIBEL

Comment faire croire à ses clients qu'ils recevront un appareil de marque **MAGIMIX** d'une valeur de 299 € en participant à la « Grande opération Arôme et Volupté » ?

Le procédé est subtil : illustrer les différents documents publicitaires (*enveloppe d'expédition de format A4, dépliant, avis d'expédition*) par une photo d'une cafetière **MAGIMIX** « L'expresso & filtre automatique », et mentionner les formulations « cafetière de marque ».

Effectivement, vous recevrez une cafetière de marque, mais pas spécialement une **MAGIMIX** !

Comme quoi, une société peut être adhérente de la **Fédération du e-commerce et de la vente à distance (FEVAD)** et utiliser des procédés de marketing contestables.