

# Le "Tigre" piège le TCS

Autor(en): **Luque, Jean**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Le messager suisse : revue des communautés suisses de langue française**

Band (Jahr): **37 (1991)**

Heft 30-31

PDF erstellt am: **22.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-848178>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

par Jean Luque / BRRI

# Le "Tigre" piège le TCS.

“Vous économisez entre 15 et 20% d'essence... Environ 6% d'augmentation en puissance, jusqu'à 30% environ de réduction en teneur CO2 dans les gaz d'échappement.” Décidément, l'intensificateur d'allumage "Tigre" promet monts et merveilles dans les colonnes du Touring. Ce minuscule gadget, qui se fixe entre le distributeur et la bobine, coûte dans les 80 frs.s. Un peu cher pour un bout de câble, deux tuyaux en plastique et trois boulons. D'autant plus que tous les grands clubs automobiles qui ont testé ce genre d'appareils, répondant parfois au nom de Prekat, Modulateur-K ou Spin-Harmonizer, sont formels : ces dispositifs sont inutiles !

## Rectificatif annoncé

Christian Ziegler, rédacteur en chef de Touring, est navré d'avoir laissé passer une telle annonce dans l'édition romande : “ce qui est grave, c'est que nos lecteurs peuvent croire que le "Tigre" a été testé par le TCS et que nous le conseillons. Au contraire, nous avons toujours dénoncé ces publicités mensongères. D'habitude, nous refusons ces encarts, mais cette fois nous ne l'avons pas vu à temps. Il s'agit d'une erreur de notre part et nous ferons un rectificatif dans notre prochaine édition.”

tionale est de plus en plus vive au Mexique : “combien de temps nos produits suisses vont-ils tenir dans les grandes surfaces avec leurs prix Rolex, alors que Français et autres arrivent en masse avec des prix Swatch ? Déjà des concurrents, pas tous suisses, attirés par le succès, débarquent avec des tonnes de fondue dans le port de Vera Cruz”. Bref, Tschudin se demande s'il ne sera pas un jour contraint de produire sur place pour baisser les prix. Et cet homme plaide pour

## Publicité mensongère.

*Etonnante publicité dans une récente parution du journal du Touring Club Suisse (TCS) : le "Tigre", un dispositif qui prétend économiser l'essence et épurer les gaz d'échappements, s'affiche sur une demi-page. "Grave erreur", reconnaît-on au TCS qui, depuis 1973, s'évertue à dénoncer l'inutilité de tels gadgets. D'ailleurs, le centre technique du TCS a lui-même testé et désapprouvé le "Tigre".*

*Un attrape-gogo jugé "cher et inutile".*

## Totalement inutile

Régulièrement, depuis une vingtaine d'années, des publicités comme celle du "Tigre" apparaissent dans les journaux. En Grande-Bretagne, par exemple, plus de 150 de ces appareils d'"économie" ou d'"épuration" ont été recensés et testés. Sans grands résultats. Le TCS, pour sa part, vient de soumettre le "Tigre" au banc d'essai. Beat Wyrsh, du centre technique à Emmen, ne laisse planer aucun doute sur l'efficacité d'un tel gadget : “nous avons déjà essayé ce système en 1973. Mis à part le nom, rien n'a changé. Ni la puissance du moteur, ni sa consommation de carburant ne sont influencées positivement. En ce qui concerne la

son pays d'adoption : “vendre c'est joli, mais il faut de la réciprocité, et pas uniquement à travers le folklore. Ce pays de 90 millions d'habitants est un fameux tremplin pour les Etas-Unis. L'endroit de rêve pour innover ! Il faut que notre industrie d'exportation le comprenne, surtout l'alimentaire : ces gens ont une tradition millénaire du palais ; une cuisine bien plus proche de l'Europe que des Etas-Unis”. La preuve, le triomphe de la fondue. ■

teneur en CO2 des gaz d'échappement, aucune amélioration n'a pu être enregistrée”.

## Test à 2.000 francs

Présenté comme une invention qui modifie les gaz d'échappement, le "Tigre" doit aussi être soumis à un examen d'homologation. Kurt Meyer, de l'Office Fédéral de Police à Berne, est catégorique : “chaque personne qui équipe sa voiture d'un dispositif servant à réduire la nocivité des gaz d'échappement doit se soumettre à un examen”. Que ce soit à l'école d'ingénieurs de Bienne ou à Dübendorf, ce test coûte près de 2.000 frs.s.

## 10.000 pièces écoulées

Cette homologation supplémentaire, Alfred Rothchild, le revendeur du "Tigre" pour la Suisse, n'en a même pas connaissance. Responsable de la maison Nagila AG, à Zurich, il avoue ne pas être un spécialiste de l'automobile : “nous vendons de tout, par correspondance. Cela va des crèmes amaigrissantes aux produits antirhumatismeaux. En ce qui concerne le "Tigre", que nous proposons depuis trois ans, nous avons déjà écoulé 10.000 pièces entre la Suisse et l'Allemagne. 80% de nos clients sont satisfaits. La preuve : j'ai un nombre incroyable de lettres d'acheteurs qui se déclarent enchantés”. Quant aux résultats défavorables des tests du TCS ou d'autres organismes, le revendeur n'est même pas étonné : “c'est normal, le "Tigre" est un produit qui ne peut pas être testé techniquement dans une université. C'est à l'usage qu'on se rend compte de sa qualité”. Précision utile : dans sa publicité, Alfred Rothchild écrit noir sur blanc “le dispositif "Tigre" a été examiné dans différentes universités, instituts techniques de haute tension, centres auto-diagnostiques”. ■