

MULTIMÉDIAS

/ (14/10/2003)



Claude-Alain Righetti, Anna-Maria Aniceto et Daniel Brunner (de g. à dr.) fouillent le Net pour vous, à la recherche des concours et de leurs réponses.
Patrick Martin

Gagner des concours sans lever le petit doigt

Winetoo, le site internet créé par deux frères veveysans, inscrit automatiquement les internautes à des centaines de jeux. Ne leur reste plus qu'à attendre les gains.

Rappelez-vous, c'était au Comptoir Suisse, il y a deux semaines à peine... Peut-être avez-vous couru les stands à la recherche des concours offrant les prix les plus attractifs. Sur internet, ce sport est de plus en plus en vogue et, là aussi, les concours se multiplient. Non sans un certain bonheur puisqu'il n'y a ni timbre à coller ni carte-réponse à poster.

Un bon coup

Les premiers en Suisse à surfer sur cette vague sont installés au centre de Vevey. Originaires de la région, Daniel et Nicolas Brunner (33 et 28 ans), les frères fondateurs du site Winetoo, ont flairé le bon coup. Ils proposent à leurs clients de remplir à leur place les centaines de formulaires en ligne promettant la timbale. Une inscription rapide sur internet et, pour 60 francs, chacun participe automatiquement à 1200 concours en une année, ou 2400 pour 99 francs.

Pas de miracle

Joueur impénitent, Daniel Brunner remplit systématiquement tous les talons-réponses qu'il trouve, que ce soit en ligne, dans la presse ou les emballages de biscuits. «J'ai pensé qu'il devait être possible d'automatiser la saisie des données personnelles dans les formulaires d'inscription», explique-t-il. Après une année de travail, le logiciel mis au point remplit à merveille cette fonction en gérant à la fois les sites proposant des concours et les adresses des concurrents.

Attention, aucun miracle n'est à espérer. L'inscription à Winetoo ne signifie pas que l'on gagne à tous les coups. Le système économise du temps en inscrivant les internautes à un nombre de concours qu'ils n'auraient jamais pu atteindre, même en y passant leurs nuits.

En toute discrétion

Démonstration faite, le temps de boire un café, les coordonnées de quelques centaines de personnes ont été introduites une à une sur la page web d'une société organisatrice. Tout s'est passé comme si chacun avait joué individuellement. Pour les Veveysans, cette discrétion constitue un inconvénient: «Nous ne laissons aucune trace, explique Daniel Brunner. Comme ils sont avertis personnellement par l'organisateur, nous ne savons pas quand nos clients remportent un prix.» Pour combler cette lacune, ils étudient les listes de vainqueurs et comptent sur les commentaires de leurs clients. «Une fois, nous avons constaté que la moitié des gagnants d'un concours avaient joué au travers de Winetoo», sourit fièrement son cofondateur.

Succès au rendez-vous

Toutes les bonnes idées étant rapidement copiées, l'équipe de Winetoo songe à une expansion rapide. En France, où il existe une véritable culture du concours, le site a été inauguré au mois d'août. «La version italienne est en préparation et les clones espagnol et anglais sont prêts», annonce Daniel Brunner. Côté Suisse, Winetoo vise 5000 clients d'ici à deux ans et peut se vanter d'en convaincre près de deux cents chaque mois. «C'est la démonstration qu'une bonne idée peut encore faire recette sur internet», conclut l'informaticien.

ALAIN DÉTRAZ

Concours: attention aux spams!

Chaque jeu est une façon de mettre en valeur une marque et de récolter des adresses.

Les sociétés qui mettent en jeu des prix allant du T-shirt à la voiture, en passant par les voyages les plus exotiques, ne le font pas par bonté de cœur. Non, l'objectif est commercial. Chaque concours est un moyen économique, tout en faisant parler d'une marque, de récolter facilement des milliers d'adresses. Celles-ci permettent d'établir des fichiers de clients potentiels, et les joueurs ont donc toutes les chances de se voir un jour inondés de publicité. «Bien que l'on supprime tout risque d'e-mail publicitaire, nos clients en reçoivent tout de même une trentaine par mois», constate Nicolas Brunner, cofondateur de Winetoo. Raison pour laquelle il est vivement conseillé de créer une nouvelle adresse électronique avant de tenter sa chance.

A. Dz