



digital.union@sonapresse.com

## L'actu du web

Par I. M'B.

**GETIR, LEADER DU " QUICK COMMERCE ", QUITTE LA FRANCE**

Photo: PHOTOPQR/LA

**L'entreprise** turque de livraison de courses, qui possède notamment les marques Gorillas et Frichti, a annoncé mettre un terme à ses activités sur le marché français, à partir du 31 juillet. Getir accuse dans son communiqué "l'environnement juridique complexe" et "les réglementations imposées par les administrations locales" d'être à l'origine des difficultés rencontrées par le groupe. En mars, le gouvernement a décrété que les "dark stores", ces magasins sans clients destinés au stockage de marchandise, étaient des entrepôts et non des commerces. Ce changement de législation a donné raison aux mairies qui tentaient de juguler, notamment par le truchement du plan local d'urbanisme, la multiplication de ces hangars en centre-ville.

**REMMA, PREMIÈRE MARKETPLACE D'ÉQUIPEMENTS MÉDICAUX D'OCCASION**

Photo: DR

**Fils** de médecins du Lot-et-Garonne (France), Alexandre El Harouchy a créé la première marketplace d'équipements médicaux d'occasion pour les professionnels. Des unités d'hôpitaux amenées à fermer laissant derrière elles du matériel médical sans réelle destination, des médecins de ville qui peinent à s'approvisionner en matériel de pointe neuf, des déserts médicaux qui manquent à la fois de médecins et de matériel pour répondre aux besoins des patients, des collectivités qui ouvrent des centres de soin pour y pallier mais qui n'ont pas le budget pour acheter les outils indispensables. Lancée à la mi-juin avec 300 références au démarrage, la Marketplace vise 2 000 d'ici septembre prochain.

# E- BUSINESS...

## Pubs mensongères, arnaques : les Gabonais livrés aux escrocs

Innocent M'BADOUUMA  
Libreville/Gabon

**L**ES acheteurs gabonais sont à la merci des fraudes et exactions commerciales sur Internet. Depuis quelque temps, des produits miracles sont offerts à l'achat. Faute d'une régulation de l'activité, les victimes d'arnaques se comptent par centaines, voire milliers.

" Ces gouttes bon marché guérissent la prostate en deux semaines", pour une bouteille de 30 millilitres censée apporter une guérison totale. D'autres vendeurs proposent "des chaussettes d'acupression autochauffantes pour rétablir la virilité. Des chaussettes dites magnétiques pour augmenter la libido et améliorer la santé sexuelle". Ailleurs, des produits comme Big Bang promettant d'exploser la performance masculine.

Les textes sont alléchants. "Stop à l'impuissance sexuelle. Essayez notre anneau de puissance pour couple maintenant et découvrez de nouvelles sensations ensemble", satisfait ou remboursé. "Cette même bague apporte la minceur, soigne en même temps l'anxiété, lutte contre le stress, améliore le sommeil et l'équilibre général et l'humeur".



Photo: DR/L'Union

**Le e-consommateur gabonais se fait déplumer sans vergogne sur la toile.**

Derrière ce marketing agressif, les vendeurs récoltent aussi des informations générales sur les acheteurs pour en faire des cibles privilégiées d'autres promotions publicitaires. De puissants outils comme la collecte des datas sont utilisés. Les nouveaux arnaqueurs utilisent plutôt des technologies pointues. Derrière ces pubs, se trouvent des plateformes comme Shortest Link ou de l'Intelligence

artificielle appartenant à des grosses multinationales comme Shortner Service pour attirer les clients, faire du push marketing et partager des courtes vidéos et de liens de rabattage.

À côté des produits miracles qui reviennent surtout de Chine, il y a les fabrications provenant de l'Afrique de l'Ouest, souvent présentées comme médecine dite bio et naturelle réparatrice.

Les femmes sont les cibles favorites avec un centrage sur la fécondité, et les maladies de type gynécologique. À la fin, des ventes, des potions magiques onéreuses aux résultats plutôt incertains.

Bref au Gabon, le e-commerce, via Facebook, évolue en terrain de non-loi. Aux consommateurs gabonais d'être vigilants devant ces promesses de miracles !

## Portails commerciaux

### MÉDIAMÉTRIE ET FEVAD POUR SUIVRE L'AUDIENGE DES SITES E-COMMERCE

I.M'B.  
Libreville/Gabon

**A**VEC plus de 8 millions de visiteurs par jour, Amazon domine encore très largement le e-commerce en France... Médiamétrie// NetRatings et la Fevad publient chaque trimestre le classement d'audience des vingt premiers sites du e-commerce, tous secteurs confondus, sur ordinateur, mobile et tablette. Ce classement trimestriel permet de suivre l'évolution de l'audience des principaux sites marchands français en nombre

de visiteurs et en pourcentage de la population d'internautes sur la période concernée. Peu de changement au niveau du Top 5 qui reste dominé par les sites pure-players, à l'exception de E. Leclerc. Parmi ces derniers, Leboncoin est le seul qui voit le nombre de visiteurs uniques par mois en nette augmentation par rapport au 4e trimestre 2022. Enfin, on notera que parmi ce Top 20 des sites et applications e-commerce, 13 d'entre eux sont visités quotidiennement pas plus de 1 million de Français.

En moyenne, 47,8 millions d'internautes (75 % des



Photo: DR/L'Union

Français) ont consulté, chaque mois, au moins un des sites et/ou applications du Top 20 soit près de 200 000 de plus qu'au trimestre précédent.

Reflets de la nouvelle accélération des ventes de "transport-tourisme-loisirs" les sites de la catégorie enregistrent de

bonnes performances. Ainsi Airbnb réintègre le top 20 à la 14e position et gagne 9 places par rapport au précédent trimestre tandis que Booking conforte sa position en progressant de 2 places. ManoMano signe une belle remontée dans le classement en passant du 21e au 15e rang.