

□ La Chine espionne l'Europe grâce aux... □ 92 millions de clients de TEMU !

écrit par Jacques Martinez | 27 décembre 2024

60
millions

LIRE UN NUMÉRO

BOUTIQUE

CRÉEZ VOTRE COMPTE

CONNECTEZ-VOUS

Le palmarès du pire

Temu remporte notre Cactus d'or de la consommation 2024

 Partager

 Tweeter



Envoyer



Commentaires

Les lauréats de la huitième édition de nos Cactus se sont distingués par la mise en cause de la santé et de la sécurité de leurs clients. Une première !



60 Millions

Le palmarès du pire

Temu remporte notre Cactus d'or de la consommation 2024

[Partager](#)[Twitter](#)[Envoyer](#)[Commentaires](#)

Les lauréats de la huitième édition de nos Cactus se sont distingués par la mise en cause de la santé et de la sécurité de leurs clients. Une première !



60 Millions

Comment comprendre qu'une société qui perd de l'argent sur ses produits vendus à perte et qui, en outre, rembourse à tout va le moindre client – dispensé de renvoyer le produit ! ça c'est la cerise sur le gâteau – puisse continuer à être au sommet du marché ?

Le magazine « 60 millions de consommateurs » -qui est l'un des organes de presse les plus sérieux d'Europe- a, non pas une simple hypothèse sur ce sujet mais des certitudes en découvrant le pot aux roses ! **En effet, il a mis en évidence une gigantesque affaire d'espionnage international de la Chine communiste sur 92 millions d'Européens clients**

de la société Temu ! Cela après une minutieuse et sérieuse enquête menée dans le cadre des prix décernés chaque année par le magazine, prix auxquels il a donné le nom de... « Cactus » !

Le « Cactus d'Or » 2024 est Temu, la société chinoise qui, curieusement, afin d'attirer le plus grand nombre de clients, perd de l'argent quasiment sur toutes ses ventes !

Le magazine qui s'est investi dans la défense du consommateur a estimé que...

« En cette année olympique, quoi de plus naturel que d'établir un podium pour l'édition 2024 des Cactus de la consommation. Décernés pour la huitième année par 60 Millions de consommateurs, ils distinguent les entreprises qui se sont le plus mal comportées avec leurs clients. Trois concurrents se détachent nettement, les départager a été un exercice compliqué à la rédaction (car) les trois lauréats ont chacun mis en cause la santé et la sécurité de leurs clients » avec...

« de sérieuses questions sur l'innocuité de certains produits vendus par Temu » mais aussi...

« sur les traitements des eaux de Nestlé Waters » ou encore...

.« sur les procédures de Stellantis. »

« Ces trois « Cactus » -Or, Argent et Bronze- ont en outre un point commun : leur incapacité à rassurer le consommateur, et l'usage d'une communication peu convaincante, qui a amplifié l'inquiétude plutôt que l'inverse. »

« Pour le champion des champions, 60 millions de consommateurs, a titré...

« CACTUS D'OR Temu : des prix bas qui peuvent coûter cher » et a résumé sa longue et sérieuse enquête par cette question qui ne s'embarrasse d'aucune circonlocution :

« Des produits venus de l'autre côté de la planète, livrés gratuitement et vendus à des prix riquiquis, qu'est-ce que

ça cache ? »

Et le magazine appuie là où cela fait mal à la société chinoise :

« Temu, gigantesque bazar numérique, débarque en Europe en avril 2023. Au catalogue, une quantité de produits à des prix ridicules. Le tout vendu en utilisant les pires ficelles marketing : compte à rebours, réductions extrêmes, affichage du nombre d'exemplaires déjà vendus, commentaires flatteurs, roue de la Fortune, notifications à gogo... »

Et ainsi à peine...
« Un an et demi plus tard, Temu compte 92 millions de clients en Europe. »

Des clients heureux puisque... *« Ces derniers ne payent pas grand-chose, ils se voient offrir les frais de livraison et peuvent même se faire rembourser sans devoir retourner le produit. Si le prix baisse, la plateforme rembourse la différence. »* **D'où la question du magazine : « Où est le problème, alors ? »**

Et évidemment, fort de la sérieuse et longue enquête qu'il a menée, il livre ses arguments :

« Il y en a plusieurs. D'abord, les produits : mode d'emploi en chinois, cosmétiques sans liste d'ingrédients, jouets avec de petites pièces qui se détachent, comme l'ont montré plusieurs tests de la Fédération européenne du jouet... qualité et sécurité laissent à désirer. Les Douanes, submergées par les marchandises venues de Chine, sont contraintes de laisser passer beaucoup de produits non conformes. »

Mais ce n'est pas que ces « broutilles » -bien qu'extrêmement gravissimes !- que le magazine reproche à cette société. Les reproches sont bien plus graves puisqu'il s'agit du côté espionnage des clients de Temu et donc de 92 millions d'Européens ! C'est-à-dire de 1 HABITANT SUR 5 de l'Union Européenne qui compte 449 millions d'âmes ! Et cela au travers de millions de TÉLÉPHONES de PARTICULIERS ! Excusez du peu...

« Ensuite se pose la question de la rentabilité de cette plateforme, qui affiche des pertes colossales. « Temu perd,

en moyenne, 30 \$ par commande », estime le média américain Wired. »

□ **D'où mon calcul, 30 \$ X 92 000 000 de clients = 2,760 milliards de dollars de pertes pour cette société !** Curieux est un mot faible... □ **Donc 2,760 milliards payés certainement par les finances de l'État chinois s'il s'agit bien d'une entreprise d'espionnage comme l'affirme 60 millions de consommateurs.**

Cela me rassure donc que la France, ou plus exactement, nous les Français, grâce au généreux Emmanuel Macron, aidions financièrement « notre amie »... la Chine !!!

Mais voilà, si l'on en croit l'enquête, l'intérêt de l'entreprise chinoise ne serait donc pas commercial puisque, comme le précise 60 millions de consommateurs...

« L'appli Temu est clairement un outil d'espionnage, affirme Damien Bancal, expert en cybercriminalité. Une fois installée, elle s'octroie le droit d'explorer tout votre téléphone », confirmant les conclusions d'un rapport de Grizzly Research. Temu dément ces affirmations. En mars dernier, elle a été épinglée pour son opération « Cash reward » (récompense en cash). Elle proposait des bons d'achat et une somme sur un compte PayPal aux nouveaux clients en échange de l'exploitation à vie de leurs « photos, nom, voix, opinions, déclarations, informations biographiques et ville natale ». □ Comme le précise le magazine, c'est...

□ *« Touchant, une telle intimité avec le client ! »*

En espérant que vous n'êtes pas clients de Temu et, si oui, que vous ne leur avez pas envoyé vos photos...

Pour le reste de son palmarès, 60 millions de consommateurs estime que...

« Il aurait été dommage de passer sous silence d'autres fiascos de cette année, ceux de Primagaz ou de Dazn. Il aurait été fâcheux aussi d'oublier des phénomènes d'ampleur, comme le piratage massif des données personnelles, illustré par ce qui s'est passé chez Free, ou encore la réticence de

*certain*s à utiliser des logos qui informent clairement le client, comme le diagnostic de performance énergétique (DPE) dans le logement, le label Origin'Info, ou le NutriScore sur les produits alimentaires. » (1)

Jacques MARTINEZ, journaliste, à RTL, de stagiaire à chef d'édition des informations de nuit (1967-2001), pigiste à l'AFP, le FIGARO, le PARISIEN...

(1) Article sur les « Cactus d'Or » de 60 millions de consommateurs :

https://www.60millions-mag.com/2024/12/26/temu-remporte-notre-cactus-d-or-de-la-consommation-2024-23881?utm_source=brevo&utm_campaign=lettre2024-12-26&utm_medium=email

Et pour l'expression « Pot aux roses » que j'ai utilisée, j'en ai découvert l'origine. Celle-ci est si... délicate que je n'hésite pas à soulever, pour vous, le voile pudique qui la recouvre. Selon le site laculturegenerale.com :

<https://www.laculturegenerale.com/pot-aux-roses-definition-signification-origine-expression/>

« Il faut noter les valeurs érotiques de « rose », fleur de l'amour, métaphore désignant les jeunes filles (comme dans le Roman de la Rose, XIIIe siècle), et la valeur plus sexuelle de pot, pris pour le « cul ».

C'est laCULTuregenerale qui le précise, pas moi... Pour ma part, je n'ai fait que le... découvrir, ce si joli culturel proverbe...