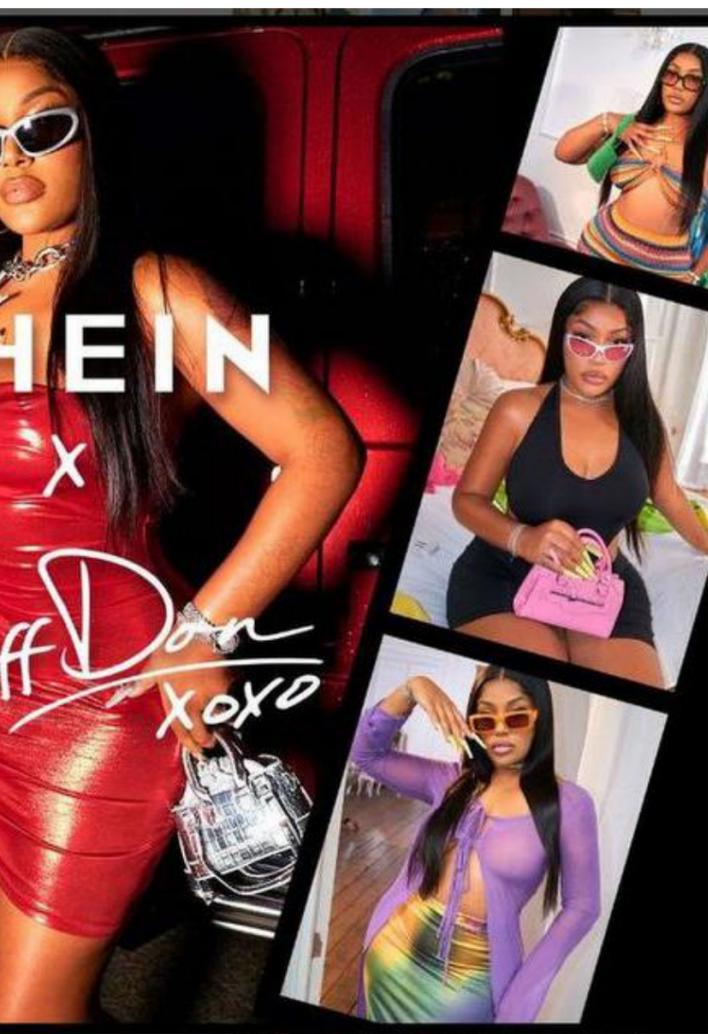


# Les influenceuses ne peuvent pas connaître

L'enseigne mise surtout sur les influenceuses « moyennes », soit à l'audience modérée, ces dernières se contentant généralement d'habits gratuits ou de quelques centaines d'euros pour se rendre à un événement. © DR.



moyenne 3 mois, 6 à 9.000 articles sont postés chaque jour – Shein produit de toute façon bien plus que nécessaire.

« Les ateliers de rang A emploient généralement une cinquantaine de personnes et sont capables de proposer des patrons à Shein. Quand un modèle se vend bien pour répondre à la commande dans les délais courts impartis, ils vont faire appel à des sous-traitants de rang B, moins chers, et ainsi de suite. Les conditions de travail et les salaires se dégradent à chaque étape de la sous-traitance. On peut parler sans hésiter de *sweatshop* (atelier de la misère, NDLR) où l'on travaille jour et nuit dans des conditions insalubres, un concept inventé au XIX<sup>e</sup> siècle à Paris et à Londres par l'industrie textile. C'est pour cette raison que les vêtements de Shein sont volontairement non traçables », détaille encore Audrey Millet.

L'ONG suisse PublicEye est la première en novembre 2021 à publier un rapport sur les conditions de travail déplorables chez les sous-traitants du géant chinois. Depuis, plusieurs études, dont récemment celle de Greenpeace Allemagne (lire ci-contre), et reportages journalistiques sont venus alourdir les accusations sur les pratiques de l'entreprise, dommageables d'un point de vue social mais également environnemental. En octobre dernier, la marque a dû concéder « des erreurs » suite à l'onde de choc provoquée par le documentaire grand public diffusé par la chaîne britannique Channel 4. La journaliste Iman Amrani y dénonce, notamment par voie de caméra cachée, des journées longues de 18 heures, la quasi-absence de congé mensuel et des rémunérations bien en deçà du minimum légal en Chine pour le personnel de deux ateliers qui collaborent avec Shein.

A nos questions sur les moyens déployés pour contrôler sa chaîne de production, l'équipe média de l'entreprise répond « avoir procédé ces douze derniers mois à plus de 2.600 audits chez

des sous-traitants et avoir investi plus de 20 millions dans son programme de contrôle ». L'entreprise explique également « avoir mis en place un système multicanal pour s'assurer que les travailleurs peuvent faire remonter d'éventuels problèmes ».

## Un marketing redoutable

Une fois les modèles produits, il faut les vendre. A ce niveau aussi, la machine Shein est redoutable. On vous a déjà expliqué comment la marque avait envahi le réseau social TikTok. Si Shein s'offre bien sûr les services onéreux de stars telles que Katy Perry ou Hailey Bieber, l'enseigne mise surtout sur les influenceuses « moyennes », soit à l'audience modérée, ces dernières se contentant généralement d'habits gratuits ou de quelques centaines d'euros pour se rendre à un événement. Les clientes percevraient également leurs conseils comme plus authentiques. Un marketing viral et quasi gratuit.

A côté de sa forte présence sur les réseaux, Shein est aussi une championne des *dark patterns*, ces interfaces destinées à garder l'utilisateur plus longtemps sur une page donnée et le faire consommer toujours plus. Vente avec un compte à rebours, codes promos éphémères, jeux concours... pullulent sur son site. Tout repose sur la « gamification » de l'achat.

Sa plus grande réussite reste incontestablement son application mobile, deuxième plus téléchargée au monde après celle d'Amazon. « Le Graal pour une marque est d'être sur votre téléphone. Cela veut dire que vous avez convaincu l'utilisateur de vous donner accès à toutes sortes d'informations », assure Ingrid Poncin. « Chez les 14-25 ans, le smartphone est quasi une extension de soi... C'est le paradoxe de la génération *digitale native*, qui est prête à tout consentir en termes de vie privée en échange d'une relation forte, d'une personnalisation à l'extrême. » Et d'une réduction supplémentaire de 15 % tout de même.

## poisons « Shein se fout de la santé de ses travailleurs et de ses clients »

### ENTRETIEN

A.C.

Greenpeace Allemagne a analysé en profondeur la composition de 47 produits Shein. Selon l'ONG, sept d'entre eux contenaient des substances dangereuses dépassant les limites autorisées par le règlement européen sur les produits chimiques (REACH) et quinze articles affichaient des quantités « préoccupantes ». Viola Wohlgemuth, pharmacienne de formation, est l'une des trois auteures du rapport publié le 23 novembre dernier.

### Si vous deviez citer un produit problématique parmi l'échantillon testé...

Nous avons détecté dans des bottes de neige achetées en Suisse 680 fois le seuil limite autorisé de phtalates. Soit le produit chimique qu'on utilise pour rendre le plastique flexible. Sans cette substance, une botte serait aussi dure qu'une vitre de fenêtre... Un tel niveau dans le produit fini veut dire que Shein utilise cette matière dans des quantités délirantes. Le fait que nous ayons trouvé autant de substances chimiques différentes dans les 47 produits testés prouve aussi qu'il ne s'agit pas d'une erreur mais bien d'un mode de production qui ne tient pas compte des législations en place. Le règlement européen sur les produits chimiques n'est pourtant déjà pas assez contraignant selon Greenpeace... Cette entreprise se fout de la santé de ses travailleurs et de ses clients.

### Quels sont les risques pour la personne qui porte ces bottes ?

Le fait d'avoir une de ces bottes dans votre chambre est déjà un problème. Mais si vous la portez, la substance est directement en contact avec votre pied. On parle d'une chaussure chaude, en matière synthétique, qui va vous faire transpirer beaucoup. Le phtalate est une substance cancérigène, un perturbateur endocrinien qui cause également des dommages au système nerveux, il est particulièrement dangereux pour les enfants. Mais également pour ceux qui fabriquent la botte en question puisqu'ils y sont exposés directement. Les conséquences pour l'environnement sont terribles aussi : ces substances toxiques se retrouvent dans

l'eau. L'industrie textile est responsable de 10 % des émissions de gaz à effet de serre mais est également une des premières causes de la pollution de l'eau dans le monde.

### Est-ce que Shein fait pire que d'autres acteurs de l'industrie textile ?

Il est absolument terrible de constater qu'on peut faire pire en termes de dommages à la planète et aux travailleurs que la fast-fashion. Mais, oui, Shein accélère encore le modèle. Ces dernières années, les grandes marques de la fast-fashion ont fait des efforts de transparence sur leur chaîne d'approvisionnement. Ces petits progrès sont totalement annihilés par des acteurs comme Shein. L'opacité entretenue autour de sa chaîne de production est un énorme problème : ces produits ne sont pas traçables donc difficilement attaquables. Ses techniques de marketing qui ciblent des enfants dès 9 ans sur les réseaux sociaux sont également très préoccupantes.



*Il est absolument terrible de constater qu'on peut faire pire en termes de dommages à la planète et aux travailleurs que la fast-fashion. Mais, oui, Shein accélère encore le modèle*

Viola Wohlgemuth

L'une des auteures du rapport de Greenpeace Allemagne



devraient provenir d'alternatives comme le recyclage, le marché de la seconde main... Si on transcrit cela en loi au niveau local, l'industrie elle-même va devoir se réinventer. Si des acteurs comme Shein n'en sont pas capables, ils disparaîtront. Leur modèle n'est de toute façon plus acceptable sur cette planète.

# 100

milliards de dollars. C'était la valorisation de l'entreprise chinoise, selon Bloomberg, en avril dernier lors de son dernier tour de table. Cette dernière oscillerait aujourd'hui autour de 70 milliards, toujours selon le même média, les gros fonds d'investissement à son capital ayant vendu une partie de leur participation suite aux perturbations des marchés financiers.

# 44

millions. C'est le nombre estimé de clients actifs de l'entreprise.

# 250

millions. C'est le nombre de followers de Shein sur les réseaux sociaux, selon l'intéressé.

# +75 %

C'est la hausse du trafic enregistré sur son site et son application mobile entre novembre 2021 et novembre 2022.

# 150

C'est le nombre de pays dans lesquels Shein expédie ses colis.