

Shein : la « sinisation » express de l'empire de la mode jetable



0 % Le PIB belge a stagné au deuxième trimestre 2026

Le produit intérieur brut (PIB) de la Belgique a stagné au deuxième trimestre 2026, avec une croissance nulle par rapport au trimestre précédent, a annoncé lundi la Banque nationale de Belgique (BNB), confirmant une estimation flash de fin juillet. C'est la première fois depuis le quatrième trimestre 2020 (-0,5 %) et la crise du covid que l'économie belge n'enregistre aucune croissance trimestrielle. Par rapport au deuxième trimestre de 2025, elle est en croissance de 0,5 %.

En glissement trimestriel, la valeur ajoutée a reculé aussi bien dans l'industrie (-0,6 %) que dans la construction (-0,2 %) mais elle a connu une croissance dans les services (+0,3 %). Les ménages ont augmenté leurs dépenses de consommation (+0,4 %) mais les investissements publics ont chuté de 8 % alors que les investissements des entreprises ont, eux, reculé de 0,7 %.

Les importations et les exportations de biens et services se sont toutes deux inscrites en hausse, respectivement de 1,9 % et 2,9 %. Les exportations nettes ont dès lors fourni une contribution positive (+0,8 point de pourcentage) à la croissance économique, indique encore la BNB.

S'agissant de l'emploi intérieur, il a augmenté de 0,1 % au deuxième trimestre de 2026, soit une croissance de 6.490 personnes. Par rapport au deuxième trimestre de 2025, le nombre de personnes occupées s'est accru de 0,2 %, soit de 12.810 personnes. BELGA

Shein entre enfin en Bourse, à Hong Kong. Le géant de la fast fashion, qui a dû renoncer à une cotation à New York puis Londres faute d'avoir obtenu l'aval de Pékin, mise sur un discours d'allégeance appuyé au pouvoir chinois pour rassurer les investisseurs.

JORDAN POUILLE
CORRESPONDANT À TOKYO

En Chine, l'horizon boursier passe d'abord par la loyauté. Pendant des années, Shein, le géant de la fast fashion, s'est présenté comme une entreprise globale, basée à Singapour, pour rassurer ses clients, les régulateurs et les investisseurs occidentaux. Ses tentatives de cotations à New York et Londres ont échoué. La Bourse de Hong Kong lui tend aujourd'hui les bras... dans une période moins propice. Ses bénéfices baissent, notamment parce que les Etats-Unis et l'Europe ont renforcé leurs barrières douanières.

Shein, expliquait l'analyste financier Lenny Zephirin au micro de la chaîne d'information financière américaine CNBC le 30 juillet dernier, passe « du statut de plateforme de mode rapide à forte croissance, reposant sur la technologie, à celui de détaillant mondial de vêtements parvenu à maturité, confronté à un ralentissement structurel de sa croissance et à une pression persistante sur ses marges ».

Shein espère lever 1,5 milliard d'euros, pour une capitalisation de 23 milliards d'euros. Très loin des 86 milliards évoqués en 2022 après plusieurs années de croissance effrénée. Sauf que l'intérêt des investisseurs « se porte aujourd'hui sur l'intelligence artificielle, les semi-conducteurs, les puces mémoire, le stockage et les infrastructures cloud », rappelle Lenny Zephirin.

Pour réussir son introduction à la bourse hongkongaise, Shein a multiplié les manifestations de loyauté envers la Chine.

Shein manie la carotte et le bâton
Son fondateur, Chris Xu, d'ordinaire si discret, est apparu en février 2026 à un forum à Canton, la métropole où se concentrent ses 10.000 petits fournisseurs, pour y annoncer plus de dix milliards de yuans d'investissements. Il en a profité pour offrir un discours d'allégeance aux autorités : « Ce que Shein a accompli n'aurait pas été possible sans le soutien et l'attention constants des dirigeants du comité provincial du parti (Parti communiste chinois, NDLC) et du gouvernement provincial, les orientations du comité municipal du parti et du gouvernement municipal de Canton, ainsi que l'aide ciblée des services provinciaux et municipaux du commerce, des douanes, des autorités fiscales et des autres organismes compétents. »

Shein sait surtout qu'il doit beaucoup au tissu industriel local. Sa force réside dans son modèle de production agile en « petites séries et réapprovisionnement rapide ». Cela requiert une très forte

Shein cible une clientèle jeune sur les réseaux sociaux. © AFP.

89

En millions d'euros : la perte nette enregistrée au premier trimestre de cette année par le géant de l'habillement. Un passage à vide dû à « un effet comptable », explique la société dans son prospectus de mise en Bourse.

5,34

En euros : le prix d'introduction d'un titre Shein. Il pourrait céder du terrain dès l'ouverture de séance.

281

En millions : le nombre de clients actifs de la plateforme, en progression de 16 % sur un an.

1,85

En milliard d'euros : le bénéfice net de l'entreprise en 2025, contre 3,03 milliards un an plus tôt.

flexibilité que seule une armada de petits ateliers peut offrir.

Il faut déambuler un dimanche à Nancun, vaste village ouvrier au sud de la métropole de Canton, pour s'en convaincre. Partout, des monticules de tissus colorés sur lesquels jouent des enfants pendant que leurs parents enchaînent les pièces à coudre sur leurs machines, le tout dans des garages aux rideaux métalliques toujours levés. Un ordinateur relié au logiciel de la société

Shein distribue les commandes. Des livreurs en voiturette ou triporteur vont et viennent pour récupérer les produits semi-finis et les emmener dans un autre atelier pour la prochaine étape : la pose de boutons, de perles ou d'un col. La nuit, les travailleurs âgés ou sans enfants prennent le relais. Ces petits ateliers apprécient Shein pour deux choses. Ils fournissent du travail toute l'année quand d'autres proposent d'énormes pics de commandes de manière saisonnière. Et ils paient vite : entre sept et trente jours, grand maximum.

Mais, parallèlement, Shein muselle la presse chinoise en menaçant de poursuivre tout journaliste un peu trop curieux à son égard. Une journaliste économique chinoise, basée à Shenzhen, qui préfère rester anonyme : « Shein n'accorde pas d'interviews, ne parle pas aux médias et fait supprimer vos articles peu importe ce que vous écrivez sur eux. En général, ils déposent une réclamation auprès du compte officiel du média [sur l'application] WeChat, et l'article disparaît. »