

Shein: comment la marque chinoise poursuit son ascension irrésistible en France

Emmanuel Lechypre (édité par J.A.)

Le 11/10/2024

Le géant chinois du textile continue de prendre de la place sur le marché français. Il est 2e plus gros vendeur dans le pays, quasiment à égalité avec l'Espagnol Zara.

Le rouleau compresseur [Shein](#) semble impossible à stopper sur le marché français. Le géant chinois de la fast fashion a réalisé 1,64 milliard d'euros de chiffre d'affaires en France l'an dernier, ce qui en fait le deuxième vendeur de vêtements de l'Hexagone, quasiment ex-aequo avec le leader Zara.

C'est plus que celui de H&M, par exemple, qui doit aussi financer ses 170 magasins. Mais aussi que Primark, qui vient de dépasser le milliard d'euros, et même de Kiabi et ses 340 magasins.

Shein va beaucoup plus vite et plus loin que les autres

Quelle est la force de Shein par rapport à ses grands concurrents? Toutes ces marques font de la fast fashion: on reproduit les looks des défilés, on les propose aux consommateurs à prix canon, et on renouvelle très vite les gammes. Sauf que Shein va beaucoup plus vite et plus loin.

Plus vite dans le renouvellement des offres: en 2023, Shein a introduit sur le marché américain 37 fois plus de nouveaux produits que que Zara et 65 fois plus que H&M.

Plus loin dans les méthodes de production: Shein produit en Chine, avec des producteurs qui vont à l'encontre des tendances de fabrication traditionnelles en acceptant de petites commandes initiales et en augmentant la production en fonction de la demande. Et donc pas de pari sur ce qui va marcher ou pas!

Plus loin aussi, dans l'usage des réseaux sociaux: [TikTok](#) a multiplié les revenus de Shein par huit en seulement trois ans. Et, enfin, plus loin dans les prix: au moins 30% moins cher.

Emmanuel Lechypre (édité par J.A.)