

«Temu fait du mal à l'économie» : plébiscité par ses clients, l'e-commerçant chinois est attaqué de toutes parts

Par [Sébastien Falletti](#) (correspondant en Asie) et [Manon Malhère](#)

Publié le 14 janvier à 19h00, mis à jour le 14 janvier à 19h01



En Chine, des fournisseurs se sont plaints des conditions imposées par Temu, parfois à coups d'amendes, lui donnant mauvaise presse. *Timon / stock.adobe.com*

ENQUÊTE - Ses fournisseurs se plaignent des pratiques agressives du vendeur de produits à prix cassés. L'Indonésie et le Vietnam l'ont déjà interdit. En Europe et aux États-Unis, les régulateurs tirent la sonnette d'alarme.

Cet été, Colin Huang était devenu, à 44 ans, l'homme le plus riche de Chine. Une consécration pour ce discret fils d'ouvrier passé par Google, qui a fondé à Shanghai, en 2015, [Pinduoduo](#) (PDD), la maison mère de [Temu](#), empereur du shopping en ligne à très bas prix. Las. Avant la fin de l'automne, Colin Huang a perdu sa couronne, après des résultats inférieurs aux attentes des investisseurs au troisième trimestre. Le cours de Bourse de PDD a dévissé de 11 % à Wall Street en novembre.

Le groupe avait pourtant enregistré une hausse de 44 % de ses revenus sur un an, mais ces chiffres n'ont pas suffi à convaincre. Le groupe à la croissance boulimique, qui a réalisé 32 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2023, doit trouver un second souffle au pire moment. Les vents contraires géopolitiques s'ajoutent à une économie mondiale hésitante. Le retour de [Donald Trump](#) à la Maison-Blanche, bardé de menaces contre la Chine, sème le trouble jusqu'au siège de PDD. Les régulateurs européens, de leur côté, sont en alerte au sujet des pratiques commerciales jugées agressives de Temu. En Asie, certains pays n'hésitent plus à se rebiffer face au succès foudroyant du site auprès des nouvelles générations.

En octobre, l'Indonésie a ainsi pris une décision radicale : bannir Temu. Au nom de la défense de ses commerçants, le gouvernement a demandé à Apple de supprimer l'appli sur ses téléphones et tablettes. Le quatrième pays le plus peuplé du monde redoute qu'une avalanche de produits chinois à bas coût ne lamine son tissu industriel. « *Non, Temu ne peut pas rentrer, car il fait du mal à l'économie*, a déclaré Budi Arie Setiadi, le ministre des Communications. *Il risque de détruire nos microentreprises comme nos PME.* » En cause, la filière essentiellement chinoise du groupe, qui se fournit dans l'usine du monde à des prix imbattables.

Le Vietnam lui a emboîté le pas début décembre, en « *suspendant temporairement* » les activités de Temu et celles de son rival de la fast fashion Shein. Deux concurrents à couteaux tirés pour conquérir la Gen Z planétaire, ces jeunes nés entre les années 1990 et 2010. Hanoï exige qu'ils « *s'enregistrent* » au préalable à un nouveau code de l'e-commerce, sans donner de calendrier sur la durée de la suspension. Cet oukase bureaucratique sonne comme une mise au ban des fers de lance de l'envahissant voisin chinois. La version en langue vietnamienne du site a disparu, plombant les perspectives de Temu sur ce marché en pleine croissance de 100 millions d'habitants.

“ Les tensions géopolitiques sont un problème pour Temu d'autant que son business model est fondé sur la conquête perpétuelle de nouvelles parts de marché. Si un nombre de pays croissant le bloquent, ses perspectives vont en souffrir ”

Shen Meng, directeur à Chanson&Co, une firme d'investissement dans le secteur technologique

« Nous respectons bien évidemment les lois et décisions locales, assure, par mail, un porte-parole de Temu. En ce qui concerne le Vietnam, nous travaillons en étroite collaboration avec l'Agence vietnamienne de l'e-commerce et de l'économie numérique, ainsi qu'avec le ministère de l'Industrie et du Commerce. Nous avons soumis l'ensemble des documents nécessaires à l'enregistrement de la plateforme en tant que fournisseurs de services en ligne. »

« Les tensions géopolitiques sont un problème pour Temu, d'autant que son business model est fondé sur la conquête perpétuelle de nouvelles parts de marché. Si un nombre de pays croissant le bloquent, ses perspectives vont en souffrir », juge Shen Meng, directeur à Chanson&Co, une firme d'investissement dans le secteur technologique.

La morosité du [marché chinois](#) pousse pourtant les entreprises de l'empire du Milieu, encouragées par le régime communiste, à jouer la carte internationale. La consommation en berne des ménages de la deuxième économie mondiale, plombée par la crise de l'immobilier, encourage PDD à redoubler d'efforts par-delà la grande muraille, avec Temu comme fer de lance. Une autre contrainte domestique pousse PDD à ne plus miser que sur la Chine : ses fournisseurs locaux se sont plaints des conditions imposées par le mastodonte, parfois à coups d'amendes, ce qui lui a donné mauvaise presse.

Image bas de gamme

Champion de la guerre des prix qui fait rage sur le premier marché en ligne du monde, le nouveau géant a éclipsé [Alibaba](#), mais il peine à se défaire de son image bas de gamme. Une étiquette de plus en plus associée à des dérives sociales et environnementales. *« Quel que soit le pays où il entre, Temu est associé aux mots "Chine" et "bas coût", analyse Shen Meng. Son modèle est une menace pour les industries comme les emplois locaux et va donc nourrir le populisme comme les récriminations sociales. »*

Désormais premier partenaire commercial de la Chine devant l'Europe, l'Asie du Sud-Est demeure un axe de développement clé pour PDD. Temu monte en puissance en Thaïlande, après la Malaisie et les Philippines. Mais la fragmentation des marchés de l'Asean (Association des nations de l'Asie du Sud-Est), couplée à des difficultés logistiques, ou encore les disparités de niveau de vie freinent l'expansion. Autre handicap : la concurrence de TikTok, déjà bien implanté dans la zone et qui se développe aussi dans l'e-commerce. *« Les marchés européens et américain restent la priorité de Temu », estime 36Kr, un site chinois spécialisé sur la tech.*

Dans les pays occidentaux aussi, l'étau se resserre sur le site low cost. Celui-ci rencontre des résistances politiques croissantes face à son essor fulgurant. Son succès auprès de millions de consommateurs secoue nombre d'acteurs traditionnels du commerce bon marché. Même [le géant de l'e-commerce Amazon](#) semble se sentir menacé par la déferlante Temu : il vient de lancer la plateforme « Haul », dédiée à la vente de produits à bas prix aux États-Unis.

Inquiétudes sur les normes de sécurité

La stratégie commerciale de Temu pour proposer des articles à des prix défiant toute concurrence est de plus en plus contestée. Le géant chinois ne lésine pas sur la rationalisation à l'extrême des coûts. La production est faite sur demande et il évite les intermédiaires : les produits commandés sont directement envoyés au domicile des clients depuis les lieux de fabrication généralement situés en Chine.

En Europe, où le site compte en moyenne [93,7 millions de visiteurs mensuels dont 12 millions en France](#), Temu assure que la situation pourrait évoluer progressivement. « *Les vendeurs français qui vendent depuis leurs entrepôts sont de plus en plus présents sur la plateforme, assure le groupe. En intégrant de plus en plus de vendeurs locaux, nous estimons que les ventes locales - c'est-à-dire celles effectuées depuis des entrepôts locaux vers des consommateurs locaux - représenteront à terme 80 % de nos ventes en Europe.* »

« *Certains pays, comme le Royaume-Uni, s'inquiètent des suspicions de contrefaçon, des utilisations de substances non conformes aux réglementations et des suspicions de travail forcé en Chine* », analyse Emilie Dubuc, directrice chez AlixPartners. En Europe, la [Commission européenne a ouvert une enquête](#) fin octobre contre le groupe chinois. L'institution le soupçonne de ne pas respecter les normes de sécurité européennes concernant certains produits (jouets pour enfants, bijoux...). Elle cible également les techniques et algorithmes utilisés par le géant chinois pour rendre accro à l'achat les nouvelles générations connectées. Cette « gamification » est fortement dénoncée par les associations de consommateurs.

Des accusations balayées par le porte-parole du géant chinois : « *Temu n'utilise aucune méthode addictive. Notre objectif est uniquement de rendre les achats en ligne plus accessibles et agréables pour nos clients*, rétorque le site. *Les éléments interactifs de notre plateforme, comme les promotions limitées dans le temps, les roues de la fortune ou encore les tirages au sort, s'inspirent d'ailleurs des animations classiques des magasins physiques.* »

Sur le volet des droits de douane aussi, l'Europe pourrait mettre des bâtons dans les roues de Temu. Un projet législatif est sur la table des États membres, visant à mettre fin à l'exonération de ces taxes pour les produits d'une valeur inférieure à 150 euros en vue de lutter contre la fraude.

Aux États-Unis, les régulateurs tirent aussi la sonnette d'alarme face à l'engouement que suscite le roi du shopping low cost. « *Il y a quelques mois, son application était la plus téléchargée aux États-Unis. Les Américains sont très friands de ces produits à bas prix* », souligne Emilie Dubuc. En septembre dernier, deux membres de la Commission américaine de sécurité des produits de consommation (CSPC) - une agence gouvernementale indépendante - ont réclamé une enquête. Là encore, pour vérifier la conformité avec les règles en vigueur de certains articles vendus sur Temu, Shein et d'autres sites en ligne similaires.

« Cette forme de commerce peut profiter aux consommateurs et aux vendeurs à bien des égards, mais la CPSC doit indiquer clairement ses exigences en ce qui concerne les responsabilités de ces plateformes en matière de sécurité, insistent les deux commissaires. Nous espérons que cet examen par le personnel de la Commission permettra de déterminer les mesures supplémentaires à prendre pour protéger les consommateurs américains. »

À ces suspicions s'ajoute la menace protectionniste de Donald Trump. Le président pourrait décider d'imposer jusqu'à 60 % de droits de douane sur les importations de produits chinois. Pas de quoi inquiéter PDD. *« Temu est une entreprise agile. Grâce à notre chaîne d'approvisionnement optimisée et notre capacité à ajuster nos opérations, nous sommes prêts à faire face à des changements politiques ou économiques »,* y compris une modification des droits de douane, explique le géant de l'e-commerce. Et d'assurer : *« Nous poursuivons notre croissance sur d'autres marchés, ce qui permettrait de contrebalancer de potentiels effets. »* Assiégée de toutes parts, la forteresse Temu estime avoir encore de sacrées réserves.