



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 5 juin 2025

Fast fashion : L'UFC-Que Choisir alerte les autorités sur les interfaces trompeuses de Shein

Shein, place de marché en ligne basée en Chine, est aujourd'hui la première plateforme dans le secteur de la mode en France. En 2024, 23,7 % des consommateurs français, principalement des jeunes, ont utilisé ses services¹. Shein incarne ce que l'on appelle désormais l'ultra fast fashion : chaque jour, la plateforme met en ligne plusieurs milliers de nouveaux articles. Alors qu'une proposition de loi sur la fast fashion, visant à encadrer les activités des entreprises pratiquant la fast fashion afin de réduire leurs impacts environnementaux, a été examinée cette semaine au Sénat, l'UFC-Que Choisir, en coordination avec 24 autres organisations de consommateurs dans 21 pays et le Bureau européen des unions de consommateurs (BEUC), alerte la Commission européenne et la DGCCRF sur les pratiques de Shein, qui incitent de manière déloyale les consommateurs à la surconsommation.

Les *dark patterns* poussant à la surconsommation

Il y a un an déjà, l'UFC-Que Choisir avait mis en évidence l'usage de *dark patterns* (interfaces trompeuses) sur le site et dans l'application de Shein². Ces interfaces, millimétrées par des algorithmes, exploitent à la fois nos réflexes cognitifs et nos données personnelles pour orienter, contraindre ou tromper les consommateurs, les amenant ainsi à des décisions d'achat qu'ils n'auraient pas prises en l'absence de ces procédés manipulatoires. En somme, ces dispositifs entraînent des dépenses non désirées, engendrent des pertes économiques et favorisent la mise en circulation de vêtements dangereux contenant des substances nocives³. Cette dynamique de surconsommation a en outre de lourdes conséquences environnementales.

Les consommateurs importunés par des incitations répétitives

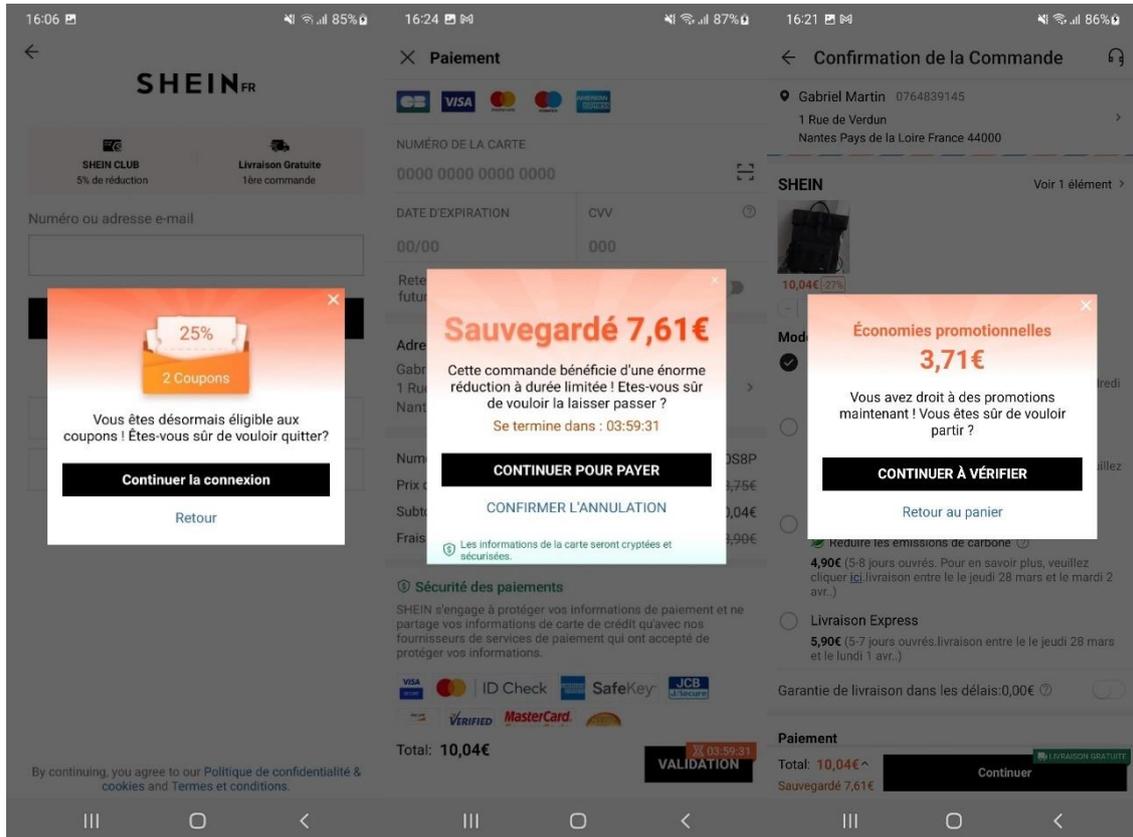
Parmi les nombreux *dark patterns* relevés sur Shein, les incitations répétitives se distinguent par leur caractère particulièrement agressif. En effet, lorsqu'un consommateur ferme son panier sans finaliser l'achat, ou qu'il ferme une des nombreuses fenêtres promotionnelles, Shein intensifie les sollicitations afin de l'inciter à revenir sur sa décision.

¹ Baromètre de l'audience du e-commerce : 4ème trimestre 2024, Fevad, février 2025.

<https://www.fevad.com/barometre-de-laudience-du-e-commerce-4eme-trimestre-2024/>

² Dark patterns dans l'e-commerce : Les interfaces trompeuses sur les places de marché en ligne, UFC-Que Choisir, juillet 2024. <https://www.quechoisir.org/action-ufc-que-choisir-dark-patterns-sur-les-sites-d-e-commerce-l-ufc-que-choisir-appelle-les-autorites-a-sanctionner-les-interfaces-trompeuses-n125978/>

³ Click to buy (more): How fast fashion giant SHEIN uses dark patterns to push overconsumption, BEUC, juin 2025. https://www.beuc.eu/sites/default/files/publications/BEUC-X-2025-051_How_fast_fashion_giant_SHEIN_uses_dark_patterns.pdf



Par ailleurs, ces fenêtres recèlent régulièrement d'autres types de *dark patterns* dont l'utilisation d'un langage culpabilisant pour influencer l'utilisateur (« Êtes-vous sûr de vouloir laisser passer [cette énorme réduction] ? »). D'autres encore recourent à des manipulations visuelles pour orienter le consommateur : l'option pour continuer les achats est mise en avant par un bouton noir très visible, tandis que celle visant à confirmer le choix initial est discrètement reléguée en gris clair sur fond blanc, sans bouton.

À un niveau toujours plus élevé, l'application mobile de Shein peut envoyer jusqu'à 12 notifications par jour, souvent rédigées sur un ton alarmiste, créant une impression artificielle d'urgence à acheter.



Un faux sentiment d'urgence créé par des compteurs

Parmi les autres techniques répandues et particulièrement efficaces figurent les compteurs de stock ou de temps limités, censés signaler qu'un article est sur le point d'être épuisé ou qu'une promotion arrive à son terme. Si ces outils peuvent théoriquement aider le consommateur à faire un choix éclairé, à condition que les informations fournies soient fiables, nos enquêtes ont révélé que les durées affichées sont parfois trompeuses : elles changent lorsqu'on actualise la page ou lorsqu'on clique sur un article⁴ !

Sur la base de notre étude, et en coordination avec nos homologues dans 21 pays européens, nous alertons aujourd'hui la Commission européenne et le réseau CPC (dont fait partie la DGCCRF) sur les pratiques de Shein. Nous leur fournissons de nouvelles preuves pour alimenter les enquêtes déjà en cours, et demandons aux autorités d'exiger de Shein :

- **D'arrêter l'utilisation sur son site et dans son application des *dark patterns* constituant des pratiques commerciales trompeuses et agressives ;**
- **De fournir des preuves attestant que les compteurs de stock et de temps sont fiables et reflètent des données réelles.**

⁴ Click to buy (more): How fast fashion giant SHEIN uses dark patterns to push overconsumption, BEUC, juin 2025. https://www.beuc.eu/sites/default/files/publications/BEUC-X-2025-051_How_fast_fashion_giant_SHEIN_uses_dark_patterns.pdf

Contact presse :

Candice Tchoumjeu
ctchoumjeu@quechoisir.org
07.87.19.05.16

Enfin, Shein n'est pas la seule plateforme à pratiquer l'ultra fast fashion. Nous appelons les autorités à étendre leurs investigations à d'autres plateformes similaires susceptibles d'avoir recours aux mêmes pratiques.