

Le « gendarme des lobbys » saisi à propos des pratiques de Shein en France

Deux associations ont signalé à la Haute Autorité pour la transparence de la vie publique de possibles irrégularités dans les déclarations de lobbying du géant chinois de la mode en ligne. Le rôle de l'ex-ministre de l'intérieur macroniste Christophe Castaner, notamment, devenu conseiller de Shein, est questionné.

A une semaine de l'examen au Sénat de la proposition de loi destinée à réduire l'impact environnemental de la fast-fashion, prévu les 2 et 3 juin, les pratiques de lobbying du groupe chinois Shein en France se voient questionnées. Selon les informations du Monde, un signalement visant Shein et plusieurs de ses représentants en France, dont l'ex-ministre de l'intérieur Christophe Castaner, conseiller du géant de la mode à bas coût depuis fin 2024, a été adressé, le 23 mai, à la Haute Autorité pour la transparence de la vie publique (HATVP), le gendarme du lobbying français.

Dans ce signalement, Les Amis de la Terre France et l'Observatoire des multinationales pointent de « potentielles irrégularités » dans les déclarations d'actions de lobbying effectuées auprès de la HATVP par Shein et ses sociétés satellites, mais aussi par Christophe Castaner et sa société de conseil créée après son retrait de la vie politique. Des informations manqueraient au titre de 2024, d'autres seraient vagues ou questionnables, ne retraçant pas les véritables interventions du leader chinois de la fast-fashion auprès des responsables publics, comme l'exigent pourtant la législation et les lignes directrices de la HATVP. Une mise en cause loin d'être anodine, alors que Shein est justement soupçonné d'être intervenu, ces derniers mois, pour influencer la loi selon ses intérêts, voire ralentir son passage au Sénat, après son adoption à l'unanimité à l'Assemblée nationale, il y a plus d'un an.

Le texte initial proposé en mars 2024 par la députée Anne-Cécile Violland (Haute-Savoie, Horizons) prévoyait d'imposer un malus aux acteurs de la fast-fashion, indexé sur un score environnemental, et de les interdire de publicité. Il aurait pénalisé les plateformes comme Shein, bête noire des enseignes françaises, et freiné l'import de colis en provenance de Chine. Mais le texte a été affaibli lors de son passage en commission au Sénat : seul le recours à des influenceurs serait désormais interdit, tandis que le malus serait indexé sur un critère bien moins exigeant que l'impact environnemental.

Une déclaration floue et minimaliste

« On peut légitimement s'interroger sur le rôle qu'a pu jouer le lobbying de Shein sur cette loi d'intérêt public. Et compte tenu des débats à venir, une vraie transparence est nécessaire, fait valoir Olivier Petitjean, coordinateur de l'Observatoire des multinationales. Nous demandons à la HATVP d'utiliser son droit de vérification sur pièces et sur place, pour toutes les déclarations liées au groupe. »

Concrètement, en épluchant les déclarations de la « galaxie Shein » dans le répertoire géré par la HATVP, les auteurs du signalement ont identifié de possibles manquements aux « obligations de transparence et de sincérité » s'imposant aux représentants d'intérêts. De fait, si l'entreprise chinoise liste avec précision des événements caritatifs sans rapport avec le sujet, elle devient floue et minimaliste lorsqu'il s'agit de déclarer ses actes de lobbying, dont on comprend pourtant, en creux, qu'ils ont pu cibler la loi anti-fast-fashion : « présenter l'entreprise », « contribuer à la réflexion autour d'une réglementation de l'impact environnemental de l'industrie textile », etc. Alors que l'objectif de toute action visant à influencer une décision publique précise doit être renseigné, les détails restent succincts (« organiser des discussions informelles ou des réunions en tête à tête »).

Pour y voir plus clair sur le lobbying de Shein en France, il faut aller chercher la déclaration de la maison mère, à Singapour, Roadget Business. Malgré le jargon employé et le choix de la langue anglaise, celle-ci démontre très clairement quel texte est dans sa ligne de mire : l'entreprise affirme ainsi avoir mené un « plaidoyer lié à la PPL [proposition de loi] sur le cadre réglementaire relatif à l'empreinte environnementale de l'industrie textile ». Roadget Business, qui s'est inscrit au registre de la HATVP, le 19 mars, jour d'examen de cette PPL en commission sénatoriale, déclare avoir rencontré des membres du gouvernement ou de cabinets ministériels à Matignon, Bercy ou au ministère de l'environnement.

« Une forme de lobbying indirect »

Mais ce n'est pas tout, car, en interrogeant la fiche remplie par une autre société, l'agence de communication de crise Plead, mandatée par Roadget Business, Les Amis de la Terre et l'Observatoire des multinationales ont mis au jour d'autres actions de lobbying menées en faveur du géant chinois en 2024. Des prestations dont, estiment-ils, le coût n'aurait pas été intégré aux dépenses de lobbying déclarées par Roadget, comme le prévoit normalement la règle.

Les auteurs du signalement attendent aussi de la HATVP des vérifications sur le rôle exact joué par trois personnalités françaises au profil très politique recrutées par Shein en décembre 2024, officiellement pour le conseiller en matière de responsabilité sociale et environnementale (RSE) au sein d'un comité ad hoc : l'ex-ministre Christophe Castaner, l'ancienne secrétaire d'Etat Nicole Guedj et l'ex-dirigeant du Medef Bernard Spitz. Aucun d'entre eux n'est cité par le groupe parmi les personnes chargées de sa représentation d'intérêts dans sa déclaration pour l'année 2024. Mais qu'en est-il réellement, alors que M. Castaner a précisé à Radio France avoir intégré le comité Europe - Moyen-Orient - Afrique de l'entreprise pour « favoriser l'investissement [du] groupe en France » et développer de « bonnes pratiques ». Où se situe la limite avec la représentation d'intérêts ?

Les prises de position publiques de l'ancien ministre macroniste contre la loi de régulation de la fast-fashion, dès son recrutement au comité RSE de Shein, « s'apparentent a minima à une forme de lobbying indirect sur les débats législatifs », souligne le signalement. Or, le nom du groupe chinois n'apparaît nulle part parmi les clients déclarés à la HATVP par la société de conseil de M. Castaner, Villanelle Conseil. Par ailleurs, depuis sa création, en mars 2023, Villanelle Conseil n'a pas révélé le montant des sommes qu'elle consacre au lobbying, comme l'exige pourtant la loi.

Un cabinet de lobbying missionné auprès des députés

« Nous demandons à la HATVP de vérifier que MM. Castaner et Spitz et Mme Guedj n'ont pas effectué de représentation d'intérêts pour le compte de Shein, conclut Pierre Condamine, chargé de campagne aux Amis de la Terre. On doit savoir si tout est en ordre. » Les deux associations seront particulièrement vigilantes sur la prochaine déclaration de Shein pour 2025, qui ne sera rendue publique qu'en 2026. En cas de manquement à leurs obligations déclaratives, les représentants d'intérêts s'exposent à une sanction allant jusqu'à un an de prison et 15 000 euros d'amende.

Le signalement entre les mains de la HATVP intervient à un moment-clé de l'examen de la loi anti-fast-fashion, alors que le lobbying de Shein devrait se renforcer. En mars, l'agence Plead, recrutée par Shein, a demandé à rencontrer des députés « dans le cadre des débats à venir au Sénat », d'après le site CMCM. Par e-mail, un représentant de Plead a assuré aux élus que « certaines dispositions » auraient « pour conséquence directe d'augmenter sensiblement les prix des produits proposés aux centaines de milliers de clients français, pour beaucoup, des ménages aux revenus modestes ». Argument que Christophe Castaner a fait sien. « C'est assez dégueulasse » de vouloir « faire payer plus en taxant les produits pour les plus populaires », a ainsi déclaré l'ex-ministre de l'intérieur, le 27 janvier, devant les caméras de BFM-TV, à Marseille, alors que l'ouverture d'un pop-up store Shein dans la cité phocéenne scandalisait ses commerçants.

Contacté, Christophe Castaner indique au Monde « ignorer cette dénonciation et son contenu », et réaffirme que sa société, « Villanelle, n'exerce pas de prestation de lobbying pour Shein ». De son côté, Shein n'a pas souhaité commenter ce signalement par les deux associations, dont il dit n'avoir « ni information ni copie ».

Du 28 avril au dimanche 4 mai, la plateforme, qui compte 23 millions de clients actifs en France, s'est offert une campagne de publicité. Sous les slogans « La mode est un droit, pas un privilège » et « Pourquoi la mode devrait être un luxe ? », elle y clamait avoir « la volonté d'améliorer les pratiques du secteur ». Le signalement à la HATVP pourrait compliquer cette opération de communication auprès de ses consommateurs. D'autant que Shein est attaqué sur un autre front : Bruxelles a annoncé, lundi 26 mai, lui accorder un mois, sous peine d'amende, afin de répondre aux inquiétudes soulevées par la Commission européenne et les autorités françaises pour pratiques contraires aux droits des clients. En cause : de faux rabais et des étiquettes et allégations trompeuses.

[Cet article est paru dans Le Monde \(site web\)](#)