Shein le tigre chinois dans la cage du BHV

Publié le 08/10/2025 par Marius Segura--Gattuso

Le 1 novembre prochain, Shein, leader mondial de la fast fashion en ligne, pose ses premières valises dans le BHV. Cette installation dans l'un des bastions des grands magasins parisiens fait polémique et vient menacer un microcosme déjà fragilisé.

Au 6ème étage dans l'emplacement du futur magasin Shein, les installations camouffle le nom de la marque Chinoise.

Dans les couloirs du BHV (Bazar de l'Hôtel de Ville), les responsables des ventes se font discrets. *« On préfère que le sujet ne soit pas abordé directement en boutique »,* expliquent-ils. Alors que le magasin est vide de clients, une ambiance d'omerta pèse sur les travailleurs de la grande enseigne.

Du côté des vendeurs, personne ne veut se prononcer sur l'arrivée du géant chinois quelques étages plus haut. Une vendeuse de la marque de prêt-à-porter Zalando s'explique *« On va voir… Pour l'instant, on n'a pas vraiment eu de consignes de notre direction. J'ai bien sûr un avis personnel, mais il ne compte pas, et je ne me permettrai pas de parler au nom de la société. ».* Alors que le silence règne dans le grand magasin, c'est devant le bâtiment historique que les langues se délient.

Les grands perdant de la conquête Shein

Sur le palier de la porte de Service du BHV, des employés syndiqués distribuent des tracts en opposition à l'arrivée de la tempête chinoise. Parmi eux, Salif Bamba vendeur en bricolage du BHV depuis une dizaine d'années.

Pour lui, Shein *« ça a été la goutte d'eau qui a fait déborder le vase ».* Le travailleur dépeint une situation à contre-sens de l'image que renvoie la ville lumière. *« Quand on pense que Shein s'installe à Paris, capitale de la mode, en plein Marais, ça ne fait pas sens. C'est un non-sens total par rapport à l'ADN de la ville ».* Pour l'homme de 40 ans, ce qui est en jeu, c'est aussi l'image du BHV. *« Nous, on reste dans un secteur qu'on peut qualifier de "mi-luxe", donc avec une clientèle particulière. Environnementalement et éthiquement parlant, Shein est à l'opposé de ce que représente le BHV. »* L'employé n'est pas le seul à réagir.

Les réactions se font déjà ressentir au sein même du grand magasin, explique une autre syndicaliste. *« Plusieurs marques ont réagi : dès qu'elles ont su que Shein entrait dans le magasin, elles ont dit qu'elles mettraient fin à leur partenariat, parce qu'elles n'étaient pas en accord avec cette décision. »* une situation qui fait écho aux paroles d'Eva, la directrice régionale de la marque de prêt-à-porter Sessùn.

Dans la précipitation de leur départ, gaffeur en main, la directrice régionale et Sophie, une employée, partagent les larmes aux yeux les raisons du départ de leur marque. *« En réalité, c'est depuis longtemps qu'on pensait partir. C'est* une question d'éthique, on essaye de notre *côté d'améliorer les conditions de nos employés. C'est pas pour être voisin avec une marque qui exploite des gens. Selon moi, si toutes les marques restent c'est qu'elles sont d'accord, qu'elles adhèrent. Nous on avait déjà décidé de partir, Shein a tout accéléré ».*

« Il y aura des réactions »

Les employés du BHV se tiennent prêts à la tourmente. Vendredi, l'ensemble des syndicats du BHV feront grève pour montrer leur opposition.

Entre indignations et colère, la situation du BHV ne laisse pas indifférent. La maire de Paris Anne Hidalgo, dont l'hôtel de ville est en face du grand magasin, partage les mêmes positions « anti-Shein ». Aux micros de la presse, la maire socialiste dénonce « l'implantation de Shein, symbole de la fast-fashion, au BHV Marais ». Pour elle, « ce choix est contraire aux ambitions écologiques et sociales de Paris qui soutient un commerce de proximité responsable et durable ».