

**Anastasia Panopoulou****Consultante dans l'Administration française**

L'EUROPE FACE AUX GÉANTS DU E-COMMERCE : DAVID CONTRE GOLIATH ?

Pendant les cinq minutes qu'il vous faudra pour lire cet article, 43 000 colis de commerce électronique auront franchi les frontières de l'Union européenne. Parmi ceux-ci, 91 % proviendront de Chine et seulement 4 auront été contrôlés par les douanes. Et pourtant : 60 % ne respectent pas les normes de sécurité de l'UE et 86 % des jouets sont en réalité dangereux (Toys Industry, étude de 2025). Ces chiffres ont été présentés lors du colloque organisé à l'Assemblée nationale française sur le thème : « L'Europe face aux géants du e-commerce : David contre Goliath ? » Cet événement était une initiative du député européen François Kalfon et du député de la 7ème circonscription du Val d'Oise, Romain Eskenazi.

Le colloque a révélé les faiblesses inhérentes au système européen face à une concurrence acharnée, principalement de la part de la Chine. Les raisons de cette faiblesse sont multiples :

- Le déclin démographique de l'Europe permet naturellement aux pays en développement de capter une partie de la production mondiale, au détriment des pays en déclin. Face à la nécessité de nourrir sa population, la Chine adopte des politiques commerciales agressives. Ainsi, immédiatement après l'imposition de droits de douane élevés par les États-Unis, les exportations chinoises vers les États-Unis ont chuté de 16 %, tandis que les importations en provenance de Chine au sein de l'UE ont progressé de 11 %.
- La désindustrialisation de l'UE ces dernières décennies comme conséquence de la mondialisation mais aussi du bon fonctionnement du commerce international : alors qu'il y a vingt ans, 85 % des panneaux photovoltaïques étaient produits en Europe grâce à la technologie européenne, aujourd'hui, 95 % sont produits en Chine. De même, aujourd'hui 80 % des vêtements en circulation en Europe sont fabriqués hors de l'UE. Cette désindustrialisation s'accompagne d'une perte de savoir-faire : l'Europe manque de main d'œuvre qualifiée ; ce qui compromet le rapatriement de la production industrielle.

- La difficulté structurelle de pratiquer les contrôles est un obstacle majeur. La nature des échanges a radicalement changé : des importations de palettes comme auparavant, nous sommes passés à l'importation massive de colis individuels – l'acheteur devient importateur, sans intermédiaire. Ainsi, alors qu'en France par exemple les importations en provenance de Chine ont augmenté de 353 % entre 2022 et 2024, les ressources humaines sont insuffisantes pour effectuer les contrôles, tant à l'importation qu'à l'écoulement des produits. De plus, le cadre juridique est obsolète : comment imposer les règles de contrôle de la chaîne de production à l'importateur privé ? Notre législation est conçue pour les commerces physiques et n'est toujours pas adaptée au commerce en ligne.
- Une nouvelle « lutte des classes » : le consommateur européen se déclare soucieux de l'environnement et des enjeux sociaux. Pourtant, au moment de l'achat, il se trouve confronté à un dilemme : choisir entre ses convictions et son portefeuille. La décision est difficile. Bien sûr, le consommateur ne perçoit souvent que l'avantage immédiat d'un prix bas. Mais le prix à l'usage est disproportionné pour un produit de piètre qualité : durée de vie courte ; impact environnemental important ; dangerosité potentielle pour la santé ou la sécurité.
- Des faiblesses structurelles, un manque d'« innovation algorithme » et des infrastructures inadéquates pour soutenir le développement numérique nous empêchent de rivaliser avec des acteurs puissants et agressifs comme Shein ou Temu. Par ailleurs, si la législation européenne encadre des pratiques telles que l'utilisation de méthodes incitant à la dépendance ou aux achats répétés, son application à des géants aux profits colossaux et bénéficiant du soutien total des autorités chinoises se heurte à la réalité du terrain.

Comme l'a souligné Arnaud Montebourg, grand témoin de ce rendez-vous, « *Nous sommes devenus une colonie électronique des États-Unis (logiciels) et une colonie industrielle de la Chine (matériel informatique)* ». C'est le résultat de l'insistance (voire de l'obsession ?) de l'UE sur le libre-échange et de notre incapacité à faire respecter nos propres règles.

Qu'est-ce que cela signifie pour nous ?

La désindustrialisation entraîne une destruction constante et continue d'emplois en Europe. Pour inverser cette tendance, il est indispensable de mettre en œuvre des politiques coordonnées et à long terme dans de nombreux domaines : formation professionnelle, réglementation environnementale et aménagement du territoire, politiques de soutien à la création d'entreprises et à la croissance (droit de la concurrence), et politiques visant à

réorienter les investissements vers l'UE et non vers les États-Unis (Union des marchés de capitaux et services d'assurance).

Le commerce électronique, en particulier, entraîne une conséquence invisible : la désertification de nos centres-villes. Si, au lieu de faire nos courses dans nos quartiers, nous achetons en ligne des produits fabriqués en Chine, les magasins finissent tôt ou tard par fermer. Cela entraîne une transformation structurelle de nos sociétés : on ne va plus en ville pour flâner dans les boutiques et prendre un café. Sans nous en rendre compte, nous contribuons à la désertification des centres-villes et à la perte d'emplois, tout en renonçant à une partie de nos loisirs et de nos interactions sociales, jusqu'à ce qu'il soit trop tard.

L'empreinte environnementale s'accroît avec les « gaz à effet de serre importés ». En effet, bien que l'UE ait réglementé les émissions à l'intérieur de ses frontières, elle a, de fait, externalisé une partie de ses émissions vers les pays producteurs des biens qu'elle importe massivement et de manière incontrôlée. Autrement dit, la désindustrialisation interne entraîne également une augmentation des émissions à l'étranger. Ce phénomène, combiné à la décentralisation des chaînes de valeur en fonction des avantages comparatifs de chaque pays, conduit à une forte hausse des émissions de gaz à effet de serre.

Dans l'évaluation de l'empreinte environnementale, il faut également tenir compte des distances parcourues jusqu'à la livraison de chaque colis, ainsi que de la difficulté à recycler ou à réutiliser les matériaux bon marché utilisés. Dans l'UE, seulement 1 % des textiles sont recyclés, même aujourd'hui.

« *Le bon marché mange le meilleur* » : on pense souvent qu'acheter un jean au prix d'un kilo de tomates, un achat généralement impulsif, est une bonne affaire. En réalité, ce jean est fabriqué avec des matériaux de piètre qualité et bon marché. Et bien sûr, son coût de production implique que certaines personnes, peut-être des enfants, travaillent dans des conditions déplorables, parfois forcées, sans aucune mesure de sécurité ni d'hygiène élémentaires. La mode ultra-rapide et la surconsommation effrénée nous rendent complices de l'exploitation de travailleurs ; mais l'exploitation a lieu ailleurs, loin de chez nous.

Alors, que devons-nous faire ? Que pouvons-nous faire ?

Au niveau européen, lentement mais sûrement, des changements s'opèrent :

- Application des dispositions du *Digital Services Act* : le DSA qualifie les très grandes plateformes en ligne (Amazon, Shein, Temu), et non les consommateurs, comme importateurs présumés. Ainsi, la plateforme a l'obligation de contrôler la chaîne de production, notamment en matière de droit du travail et de pratiques environnementales.

La conformité au DSA implique l'authentification des vendeurs (boutiques en ligne de la plateforme) et la lutte contre la vente de produits illégaux.

- Une autorité douanière européenne est en cours de création (peut-être à Lille, mais Varsovie et Rome en revendiquent également le siège). Cela permettra une meilleure coordination entre les États membres de l'UE. La modification du code des douanes de l'UE permettra également la mise en œuvre du « passeport électronique » des produits, attestant de leur traçabilité, de leur origine et de leur impact environnemental, tout en révisant les règles européennes de surveillance des marchés électroniques.
- La définition des « entreprises opérant dans l'UE » est en cours de modification ; le chiffre d'affaires remplace désormais le nombre de salariés comme critère. Les géants d'Internet, qui n'emploient quasiment personne en Europe, ont jusqu'à présent échappé à la législation en vigueur.
- Une définition plus claire du « fabriqué en UE ». Le Commissaire européen à la prospérité et à la stratégie industrielle, Stéphane Séjourné, a proposé la législation correspondante : selon que le produit ou le service est fabriqué en Europe, le financement de l'entreprise par des fonds européens et sa participation aux marchés publics européens en dépendront.
- Les droits de douane seront calculés à compter du 1er juillet de manière forfaitaire et non plus en fonction du prix d'achat, ce qui facilitera leur perception par les douanes. La taxe sur les petits colis entrera en vigueur en novembre 2026.
- Le futur *Digital Fairness Act* complétera le DSA : il interdira les algorithmes trompeurs et addictifs, ainsi que la publicité nuisible sur les plateformes ciblant les publics vulnérables.
- Le réseau de protection des consommateurs sera renforcé et peut-être fusionné au niveau européen, par exemple pour mieux diffuser l'information entre les États membres.
- Enfin, à partir de 2029, les directives relatives à l'obligation de vigilance et de transparence des multinationales (CSRD et CS3D) les obligeront à publier des indicateurs de durabilité détaillés (émissions, conditions de travail, impacts sociaux, etc.) et à identifier et gérer activement les risques humains et environnementaux dans leurs chaînes de valeur.

Tout cela est positif, même s'il reste à voir comment cela se concrétisera. En fin de compte, la responsabilité incombe à chacun. C'est nous qui, par nos actions, façonnons l'environnement dans lequel nous vivons. Alors, à titre individuel, essayons de privilégier les achats en magasin ou en ligne, mais en Europe. Les plateformes comme Zalando ou Cocorico proposent des produits fabriqués au sein de l'UE, dans le respect du droit du travail et des normes de sécurité européennes. En soutenant ces plateformes, nous contribuons à la croissance de l'Europe et de nos économies.

En fin de compte, l'Europe n'est pas seulement confrontée aux géants du commerce électronique ; elle est confrontée à elle-même. Continuerons-nous d'être les « colonies électroniques » des États-Unis et la « colonie industrielle » de la Chine ? Ou trouverons-nous la force de transformer nos faiblesses en atouts ? La réponse ne se trouve pas uniquement à Bruxelles ou dans les parlements nationaux. Elle réside dans chaque clic, chaque achat, chaque choix que nous faisons en tant que consommateurs et citoyens. L'Europe n'a pas besoin de devenir Goliath. Elle doit simplement se souvenir que David a triomphé non par la force, mais par l'ingéniosité, le courage et la foi en ses valeurs.