LES INDUSTRIELS DU NOUVEL HABITAT

COMMUNIQUÉ DE PRESSE
29 octobre 2026

Plateformes extra-européennes : à l'approche des nouveaux frais douaniers, les industriels de l'habitat réclament des règles du jeu équitables

INOHA, l'association professionnelle qui fédère 250 industriels de la construction résidentielle, de la rénovation et de l'amélioration de l'habitat, a décidé de mener une action en justice contre la plateforme chinoise Temu, par solidarité avec ses adhérents et l'ensemble des industriels.

Cette décision intervient alors que l'Union européenne renforce la taxation des petits colis. À compter du 1er novembre 2026, des frais de traitement de 2 € par catégorie de produits s'ajouteront au droit de douane de 3 € en vigueur depuis le 1er juillet[1]. Selon une étude de Joko, les premières taxes ont déjà modifié les habitudes des consommateurs français[2].

INOHA solidaire de ses adhérents face aux plateformes chinoises

Le 8 juillet dernier, le conseil d'administration d'INOHA a décidé de mener une action en justice contre la plateforme chinoise Temu, par solidarité avec ses adhérents et les industriels. Derrière cette décision, une conviction : les entreprises qui investissent, innovent, produisent et respectent les réglementations européennes ne peuvent pas être durablement pénalisées par des acteurs qui ne respectent pas les mêmes règles. Cette démarche est en complément des actions engagées par chaque entreprise en son nom propre.

La conformité des produits est au cœur du sujet. Lors de contrôles ciblés sur les produits les plus à risque, la DGCCRF a jugé non conformes et dangereux 46 % des produits prélevés sur sept marketplaces étrangères. Plus de 100 000 produits ont été signalés pour retrait[3]. En 2026, elle prévoit 1 500 analyses de produits vendus sur ces marketplaces[4]. C'est dans ce contexte qu'INOHA s'entretiendra prochainement avec sa directrice générale, Sarah Lacoche.

La réforme du code des douanes, adoptée par le Conseil de l'UE le 3 septembre 2026, va dans le même sens. Les plateformes extra-européennes deviennent responsables des formalités douanières et du paiement des droits. Elles s'exposent à des sanctions pouvant atteindre 6 % de la valeur annuelle de leurs importations[5].

Des taxes qui changent déjà les habitudes de consommation

Le 1er juillet 2026, le droit de douane européen de 3 € par catégorie d'article a pris le relais de la taxe française de 2 € par article, appliquée de mars à juin[6].
L'étude de Joko, menée sur 1,5 million de transactions bancaires représentatives de la population française, mesure l'effet de ces taxes. Entre juin et septembre 2026, le nombre de clients fidèles a reculé de 49 % chez Temu, de 40 % chez AliExpress et de 31 % chez Shein[7]. Pour Joko, la taxe rend la promesse de prix de ces plateformes moins attractive, et une partie des clients cesse d'y acheter. L'étude relève aussi que la rechute de septembre coïncide avec l'entrée en vigueur du malus français sur la mode éphémère[8]. Dès juillet, les commandes devenaient moins nombreuses mais plus fournies[9].

---

[1] Agence Europe, « Taxe sur les petits colis depuis les pays tiers – la Commission complète le dispositif de l'UE avec des frais de traitement douanier fixés à 2 euros », 22 septembre 2026.
[2] Ecommerce Nation, « Taxe petits colis : Temu, SHEIN et AliExpress ont perdu jusqu'à 37 % de clients », octobre 2026. Étude Joko.
[3] DGCCRF, « Sécurité des articles vendus sur les marketplaces étrangères : plus de 100 000 produits retirés du marché », 29 avril 2026.
[4] Assemblée nationale, réponse à la question écrite n° 11665, 2026.
[5] Conseil de l'UE, « EU customs: Council greenlights landmark reform », 3 septembre 2026.
[6] Regere Avocats, « Fin de la franchise de 150 euros : le droit de douane de 3 euros sur les petits colis », septembre 2026.
[7] Ecommerce Nation, « Taxe petits colis : Temu, SHEIN et AliExpress ont perdu jusqu'à 37 % de clients », octobre 2026. Étude Joko.
[8] Le Journal de l'Économie, « E-commerce chinois : la taxe sur les petits colis fait chuter les ventes », octobre 2026. Étude Joko.
[9] Journal du Geek, « Taxe sur les petits colis : les ventes de Temu, Shein et AliExpress plongent », 24 août 2026. Étude Joko et Le Figaro.

Contact presse : Agence SalesFactoryPR
Louis Galopin - louis.galopin@salesfactorypr.fr - 06 38 48 58 19
Ludivine Montenach - ludivine.montenach@salesfactory.fr - 06 51 40 04 62

Les marchés de l'habitat suivent la même tendance. Selon les données d'INOHA, le volume annuel de recherches des consommateurs sur Internet concernant Temu atteint 263 390 requêtes sur Google associant Temu à un produit de bricolage ou de jardinage. Il a bondi de 4 900 % en trois ans et de 110 % en deux ans, mais ne progresse plus que de 2 % sur un an.

Le bricolage et le jardin, terrain de conquête des plateformes

Le commerce en ligne pèse de plus en plus sur les marchés des adhérents d'INOHA. Il représente désormais 16 % des ventes des fabricants d'outillage selon le Secimpac, après une hausse de 19 % entre 2025 et 2026. Les ventes en ligne de bricolage, de jardin et d'auto ont atteint 8,6 Md€ en 2025 et pourraient approcher 13 Md€ en 2030. Dans le jardin, Temu figure parmi les trois premiers vendeurs en ligne, avec plus de 200 M€ de ventes[10].

« *L'instauration prochaine de nouveaux frais douaniers européens constitue un signal positif, mais elle ne représente qu'une première étape. La priorité demeure de garantir une concurrence loyale entre tous les acteurs du marché afin que les entreprises qui investissent et produisent en respectant les règles européennes ne soient plus désavantagées* », déclare David Riquier, Président d'INOHA.



A propos d'INOHA

Depuis 1978, INOHA est l'association professionnelle qui fédère les Industriels qui fournissent des produits et des solutions pour la construction résidentielle, la rénovation et l'amélioration de l'habitat. Elle les accompagne pour accélérer et pérenniser leur développement dans une approche multicanale. INOHA s'engage auprès de ses adhérents à les éclairer, à construire et à peser dans un esprit de partage, d'engagement et de respect. INOHA et ses adhérents sont au service des Français qui font de leur habitat une valeur refuge, source de leur bien-être.

[10] Zepros Habitat, « Outillage : le règne du e-commerce et des pros (chiffres à l'appui) », 2 octobre 2026. Sources : Secimpac, NielsenIQ, ECDB, e-Tail Agency.

Contact presse : Agence SalesFactoryPR
Louis Galopin - louis.galopin@salesfactorypr.fr - 06 38 48 58 19
Ludivine Montenach - ludivine.montenach@salesfactory.fr - 06 51 40 04 62