

**Université Sorbonne Paris Nord**  
**Département réseaux et Télécommunications**  
**Parcours: Cybersécurité**

---

**Audit de la communication numérique :**  
**SHEIN**

**Travail préparé par:**  
Ons AMMAR – Salima ZRIBI

Formation initiale : BUT 3 Cybersécurité – TP B

**Superviseur : Mme Maria DOSS**

Année universitaire : 2025/2026

# Université Sorbonne Paris Nord

## Département réseaux et Télécommunications

### Parcours: Cybersécurité

---

## Table des matières

Introduction .....	page 3
Identité visuelle et image .....	page 4
La page d'accueil : ce que l'on voit .....	page 4
L'identité visuelle .....	page 7
La confiance numérique .....	page 9
Rappel de la méthode .....	page 9
Vérification des éléments de conformité .....	page 10
Analyse globale de la confiance numérique .....	page 15
Conclusion .....	page 16
Annexes .....	page 17
Bibliographie / Sources .....	page 18

# Université Sorbonne Paris Nord

## Département réseaux et Télécommunications

### Parcours: Cybersécurité

---

#### Introduction :

Shein est une entreprise de commerce (e-commerce) de mode, essentiellement “fast fashion”, qui vend des vêtements, accessoires, chaussures, beauté, ou même des articles pour la maison: Elle a été fondée à Nanjing, en Chine, en 2008 par Yang Tian Xu (Chris Xu), sous le nom de “She Inside”.

Selon un article publié par *Ouest-France* en 2023, l’entreprise s’est spécialisée au départ dans la confection de robes de mariées.

Basée aujourd’hui à Singapour, la plate-forme s’impose comme un géant de l’ultra-fast-fashion

Lien du site : <https://www.shein.com>

#### Objectif de notre audit :

Cet audit a pour objectif d’analyser l’identité visuelle et la confiance numérique du site de SHEIN, afin d’évaluer sa cohérence, son ergonomie, sa transparence et son efficacité auprès des utilisateurs.

#### Annonce du plan :

Dans un premier temps, nous présenterons l’identité visuelle et l’ergonomie du site.

Dans un second temps, nous analyserons la transparence, la sécurité numérique et les éléments de confiance, avant de proposer des recommandations d’amélioration.

# Université Sorbonne Paris Nord

## Département réseaux et Télécommunications

### Parcours: Cybersécurité

#### I. Identité visuelle et image

##### 1. La page d'accueil : ce que l'on voit (observation)

En allant sur le site de [SHEIN](#), une page d'accueil apparaît.

En haut de la page, on peut voir la page de recherche , un menu déroulant et le logo de l'entreprise.



Figure 1

(capture d'écran du [Site Officiel de SHEIN](#), consulté le 08/12/2025)

Juste en dessous on trouve une bande animée illustrant les bonnes affaires autour de laquelle on trouve des invitations à rejoindre la communauté , les prix en baisse et les promotions exclusives

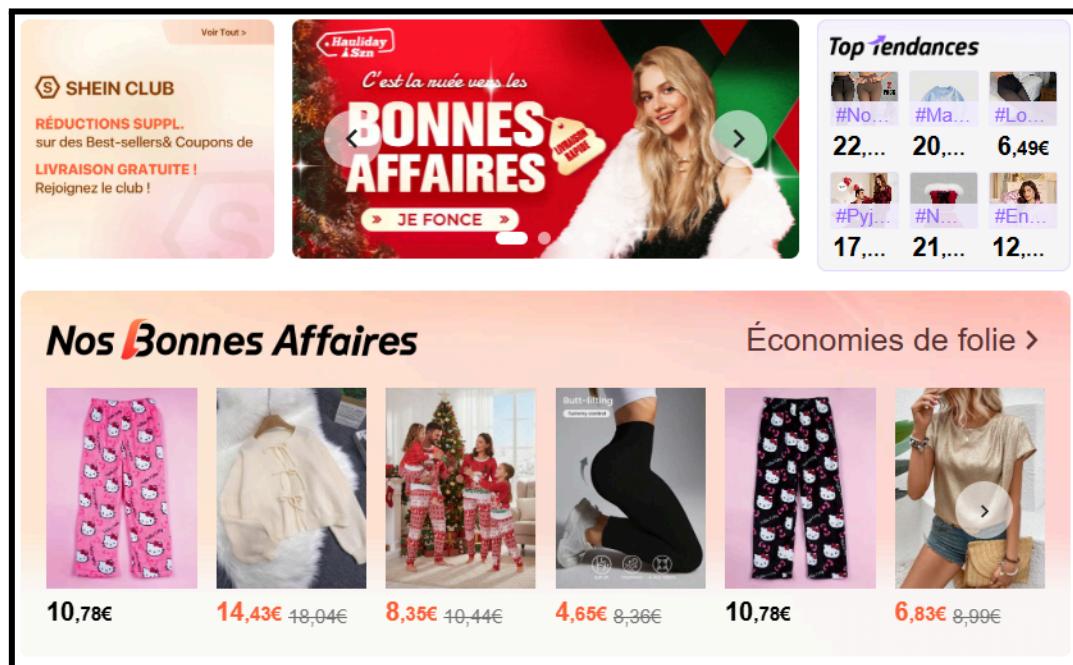


Figure 2

(capture d'écran du [Site Officiel de SHEIN](#), consulté le 08/12/2025)

# Université Sorbonne Paris Nord

## Département réseaux et Télécommunications

### Parcours: Cybersécurité

au même niveau à droite se trouve une bannière en noir sur laquelle est écrit “Nouveaux clients seulement”, en cliquant dessus on trouve un coupons de réduction et des cadeaux inédits à cette catégorie de personnes



Figure 3  
(capture d'écran du [Site Officiel de SHEIN](#), consulté le 08/12/2025)

Ensuite on trouve une barre illustrant les best-sellers de la marque en promotions

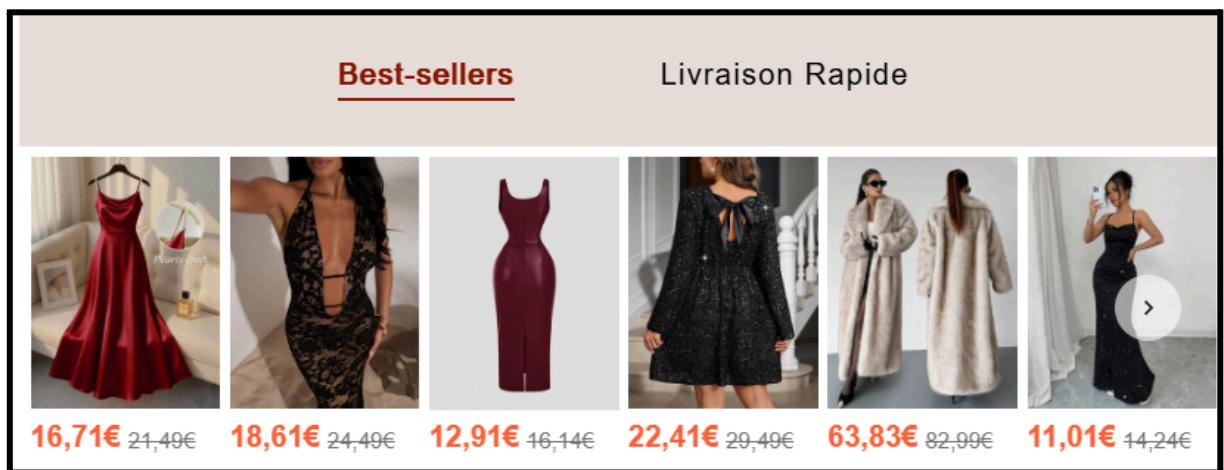


Figure 4  
(capture d'écran du [Site Officiel de SHEIN](#), consulté le 08/12/2025)

# Université Sorbonne Paris Nord

## Département réseaux et Télécommunications

### Parcours: Cybersécurité

Enfin tout en bas de la page se trouve la barre de contact de SHEIN avec tous ses réseaux sociaux, les moyens de paiement acceptés et des réponses aux questions des utilisateurs dans la section "shein info"

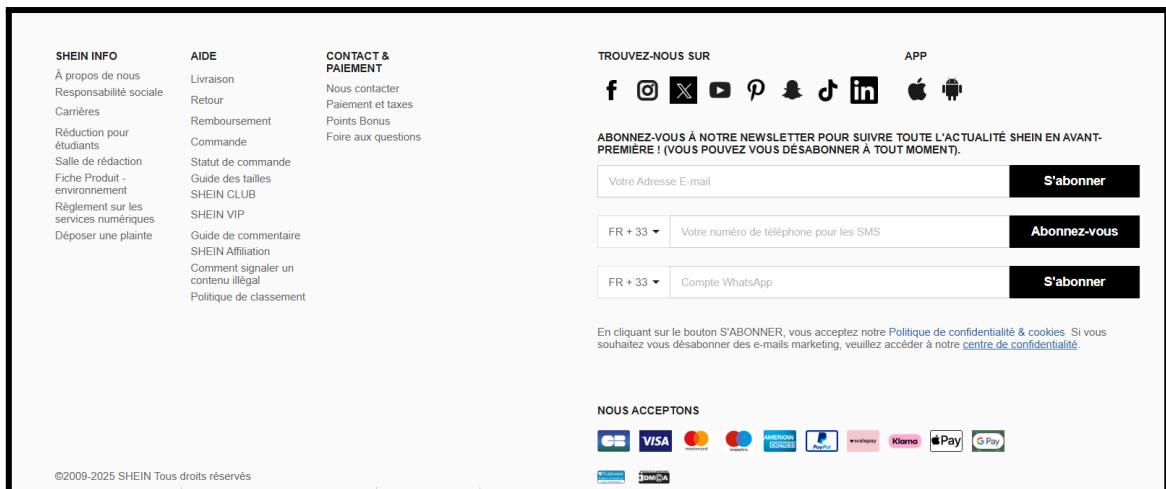


Figure 5  
(capture d'écran du [Site Officiel de SHEIN](#), consulté le 08/12/2025)

#### Le premier message visible

Dans ce site sont les promotions et les bonnes affaires qui sont mises en relief à travers les couleurs chaudes et dans presque toutes les sections du site on trouve un élément indiquant une réduction ou une bonne affaire

#### Le ton employé

sur le site Shein est globalement informel, ce qui le rend accessible et proche de son public. On y trouve par exemple des expressions comme « *Shein Club* » ou « *best-sellers* », qui traduisent un ton jeune et tendance. Les formulations telles que « *Nouveautés incontournables* » ou « *Looks à ne pas manquer* » relèvent d'un ton positif et valorisant, destiné à susciter l'intérêt et à mettre en avant l'attrait des produits.

Enfin, des invitations directes comme « *Ajoutez au panier* » ou « *Rejoignez le club* » reflètent un ton incitatif, encourageant l'utilisateur à passer à l'action.

L'ensemble de ces choix linguistiques traduit l'esprit de Shein : un site de shopping en ligne qui cherche à s'adresser à un large public en utilisant un langage engageant, dynamique et orienté vers l'achat.

# Université Sorbonne Paris Nord

## Département réseaux et Télécommunications

### Parcours: Cybersécurité

---

**La page d'accueil de SHEIN met principalement en avant :** les offres promotionnelles, les soldes, les ventes flash, les codes de réduction, ainsi que les nouveautés et les tendances du moment. On y retrouve aussi des recommandations personnalisées, des bannières attractives, et des messages de rareté ou d'urgence (stock limité, temps restant). L'ensemble crée une mise en avant centrée sur les "bonnes affaires" et l'incitation à l'achat rapide.

## 2. Identité visuelle:



**Figure 6**  
(capture d'écran du [Site Officiel de SHEIN](#), consulté le 08/12/2025)

Le logo SHEIN, issu de "She Inside", se caractérise par une typographie sans serif raffinée avec des ligatures élégantes entre les lettres, et une couleur noir exclusif. Ce design minimaliste et moderne renforce la lisibilité, véhicule une image sobre et sophistiquée, et contribue à l'identité contemporaine et haut de gamme de la marque.

Il est à mentionner que la typographie est propre à SHEIN

#### Palette de couleurs:

la couleur utilisée dans le logo est le noir ce qui inspire le sérieux , la haute gemme et le luxe , shein s'est en effet appropriée cette couleur en s'inspirant des grandes marques tel que channel , yves saint laurent qui l'utilisent dans leurs logo

on trouve aussi les couleurs chaudes tel que l'orange et le rouge qui sont surtout utilisés dans les coupons , les promotions et les prix en baisse pour attirer l'attention des clients et les inciter à acheter à tout moment

C'est une stratégie visuelle adoptée par SHEIN qui parle autant à la raison qu'aux émotions le noir incite l'utilisateur à rester en lui inspirant le sérieux et l'élégance , les couleurs chaudes lui font acheter suite aux promotions et aux prix imbattables cette technique rends l'achat impulsif raisonnable et justifié

# Université Sorbonne Paris Nord

## Département réseaux et Télécommunications

### Parcours: Cybersécurité

---

#### **Image renvoyée par l'organisation:**

Le logo et la palette de couleurs véhiculent une image moderne, dynamique et sophistiquée. SHEIN apparaît comme une marque stylée, accessible et crédible, qui suit les tendances tout en restant attractive pour un public jeune et connecté.

#### **Valeurs évoquées:**

- a. **Élégance et modernité** : par le noir et la typographie épurée.
- b. **Accessibilité et opportunité** : par les promotions et couleurs chaudes.
- c. **Dynamisme et réactivité** : par la présentation fréquente des nouveautés et offres flash.

#### **Cohérence avec sa mission et son public:**

La mission de SHEIN est de proposer de la mode rapide et abordable tout en restant tendance. L'identité visuelle est cohérente avec ce positionnement, parlant à un public jeune, sensible aux promotions et aux nouveautés, qui recherche à la fois style et accessibilité.

#### **Signification en termes de crédibilité:**

Le choix d'une typographie propre et d'une couleur noire renforce la crédibilité et la confiance envers la marque, même dans un marché de fast fashion où la qualité peut parfois être perçue comme variable. Les couleurs chaudes bien dosées ajoutent un côté engageant sans nuire à cette crédibilité.

# Université Sorbonne Paris Nord

## Département réseaux et Télécommunications

### Parcours: Cybersécurité

---

## II. La confiance numérique

### 1. Rappel de la méthode

Source: [Site officiel du CNIL](#)

#### Annexe (1)

Éléments à faire figurer sur un site web	Explication (selon le texte)	Remarques (texte cité, exemple, précision)
- Informer l'utilisateur	→ L'information doit comprendre: <ul style="list-style-type: none"> <li>- L'ensemble des finalités d'usages liées aux traceurs</li> <li>- Une liste régulièrement mise à jour, des responsables du ou des traitement des données accessibles directement ou indirectement</li> </ul>	→ exp: lien hypertexte
- Permettre à l'utilisateur de se consentir par un acte positif clair	→ La demande de consentement doit s'exprimer par: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Case à cocher/décocher</li> <li>- S'assurer que les interfaces de recueil de choix n'intègrent pas des pratiques de design trompeuses</li> </ul>	→ exp: ne pas avoir de bouton décoloré/barre de défilement difficilement compréhensible
- Permettre à l'utilisateur de faire un choix par finalité	→ Donner son consentement de façon indépendante et spécifique pour chaque finalité → Peut aussi consentir de manière globale un ensemble de finalités(uniquement pour l'ensemble de finalités est présenté au préalable)	→ exp: case à cocher
- Permettre à l'utilisateur d'exercer ses choix avec le même degré de simplicité	→ Les choix de l'utilisateur doivent en principe être conservés durant leur navigation sur le site	→ exp: bouton tout accepter ou tout refuser
- Permettre à l'utilisateur de revenir sur sa décision à tout moment	→ <b>Recommandation du CNIL:</b> enregistrer les choix des utilisateurs de façon à ne pas les solliciter de nouveau pendant une période bien déterminée  → L'utilisateur doit avoir la possibilité de retirer son consentement à tout moment	→ exp: Lien en pied de page → exp: autre mécanisme de gestion des cookies(accessibles à tout moment sur le service concerné)

# Université Sorbonne Paris Nord

## Département réseaux et Télécommunications

### Parcours: Cybersécurité

Selon la CNIL, cookies et traceurs, des éléments clés doivent figurer sur le site, pour être assurer la confiance numérique

- a. Informer l'utilisateur
- b. Permettre à l'utilisateur de se consentir par un acte positif clair
- c. Permettre à l'utilisateur de faire un choix par finalité
- d. Permettre à l'utilisateur d'exercer ses choix avec le même degré de simplicité
- e. Permettre à l'utilisateur de revenir sur sa décision à tout moment (voir Annexe 1)

Pour identifier ces éléments:

- Commencer par lire le texte CNIL
- Repérer les obligations
- Appliquer les obligations au site (présents/absents/conformes)
- Usage des outils : SSL Labs, CookiesServe

## 2. Vérification des éléments de conformité

Annexe (2)

Éléments à faire figurer sur un site web	Explication (selon le texte du CNIL)	Remarques (texte cité, exemple, précision)	Présents sur le site(oui/non) ?	Conformité (oui/non) ? Pourquoi ?	Remarques(clarté, reformulation, emplacement, compréhension)
- Informer l'utilisateur	→ L'information doit comprendre: L'ensemble des finalités d'usages liées aux traceurs  Une liste régulièrement mise à jour, des responsables du ou des traitement des données accessibles directement ou indirectement	→ exp: lien hypertexte	→ Oui	→ Partiellement conforme <b>Pourquoi ?</b> → Les finalités sont indiquées (performance, ciblage, fonctionnels, médias sociaux) mais l'information est jugée <b>pas assez claire ni suffisamment détaillée</b> . Certaines informations sont difficiles à comprendre et trop volumineuses	→ L'information semble dense → simplifier et reformuler. Mise à jour datant de 2021 → actualisation nécessaire
- Permettre à l'utilisateur de se consentir par un acte positif clair	→ La demande de consentement doit s'exprimer par: - Case à cocher/décocher		→ Non	→ Non conforme <b>Pourquoi ?</b> Pas de case à cocher/décocher → l'utilisateur n'exprime pas son consentement de façon explicite et granulaire	→ Ajouter cases à cocher par finalité. Le design n'est pas trompeur mais manque d'options réelles

# Université Sorbonne Paris Nord

## Département réseaux et Télécommunications

### Parcours: Cybersécurité

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- S'assurer que les interfaces de recueil de choix n'intègrent pas des pratiques de design trompeuses</li> </ul>	<p>→ exp: ne pas avoir de bouton décoloré/barre de défilement difficilement compréhensible</p>		(voir figure 1)	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Permettre à l'utilisateur de faire un choix par finalité</li> </ul>	<p>→ Donner son consentement de façon indépendante et spécifique pour chaque finalité</p> <p>→ Peut aussi consentir de manière globale un ensemble de finalités(uniqument pour l'ensemble de finalités est présenté au préalable)</p>	<p>→ exp: case à cocher</p> <p>→ exp: bouton tout accepter ou tout refuser</p>	→Oui	<p>→ Conforme Pourquoi ? SHEIN mentionne cinq catégories : Strictement nécessaires, Performance, Fonctionnels, Ciblage, Médias sociaux. (voir figure 2)</p>	→ SHEIN couvre la granularité des finalités
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Permettre à l'utilisateur d'exercer ses choix avec le même degré de simplicité</li> </ul>	<p>→ Les choix de l'utilisateur doivent en principe être conservés durant leur navigation sur le site</p> <p>→ <b><u>Recommandation du CNIL:</u></b> enregistrer les choix des utilisateurs de façon à ne pas les solliciter de nouveau pendant une période bien déterminée</p>	<p>→ exp: deux boutons présentés au même niveau et sur le même format sur lesquels sont inscrits respectivement "tout accepter" et "tout refuser"</p>	→ Non	<p>→ Non conforme Pourquoi ? Le consentement n'est pas mémorisé → en rafraîchissant la page, le site redemande d'accepter (voir figure 3)</p>	→ Implémenter mémorisation du choix pendant durée recommandée CNIL (6 à 13 mois)

# Université Sorbonne Paris Nord

## Département réseaux et Télécommunications

### Parcours: Cybersécurité

- Permettre à l'utilisateur de revenir sur sa décision à tout moment	→ L'utilisateur doit avoir la possibilité de retirer son consentement à tout moment	→ exp 1: Lien en pied de page → exp 2: autre mécanisme de gestion des cookies(accessibles à tout moment sur le service concerné)	→ Non	→ Non conforme <b>Pourquoi ?</b> → Si le consentement n'est pas enregistré, il ne peut pas être retiré. Aucun accès clair à une gestion ultérieure	→ Permettre à l'utilisateur de revenir sur sa décision à tout moment.
--	---	---	-------	--	---

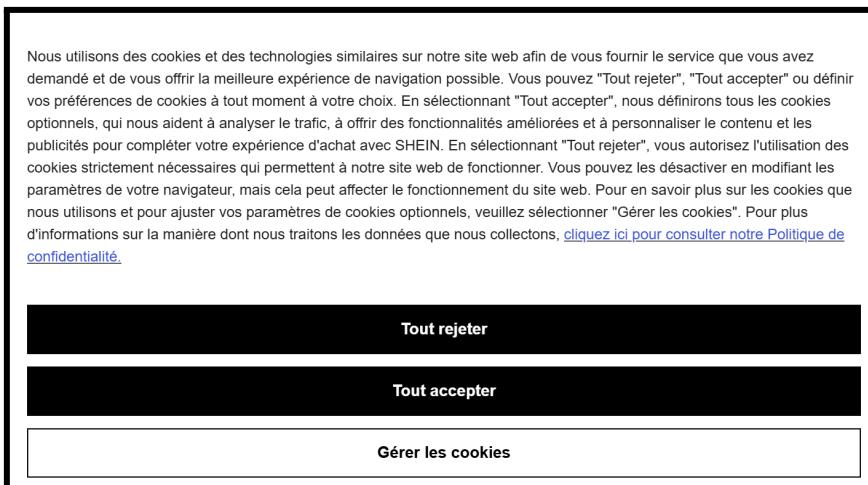


Figure 7  
(capture d'écran du [Site Officiel de SHEIN](#), consulté le 08/12/2025)

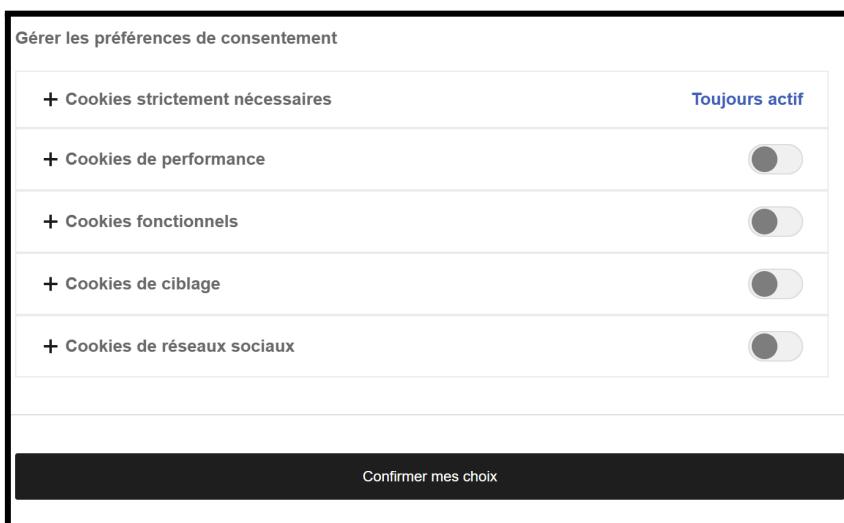


Figure 8  
(capture d'écran du [Site Officiel de SHEIN](#), consulté le 08/12/2025)

# Université Sorbonne Paris Nord

## Département réseaux et Télécommunications

### Parcours: Cybersécurité

Objectif	Base légale	Conservation
<ul style="list-style-type: none"><li>• Créer votre compte</li></ul>	Consentement	Tant que votre compte reste actif, plus un délai raisonnable par la suite pour traiter toute commande non exécutée, résoudre toute question non résolue ou satisfaire les obligations légales telles que les litiges en cours ou les obligations de dépôt légales et réglementaires. Vous pouvez fermer votre compte à tout moment.

Figure 9

(capture d'écran du [Privacy Notice | Site Officiel de SHEIN](#), consulté le 08/12/2025)

#### Résultat test SSL Labs:

	Server	Test time	Grade
1	<a href="#">104.18.0.237</a> Ready	Mon, 08 Dec 2025 10:39:17 UTC Duration: 89.804 sec	A+
2	<a href="#">104.18.1.237</a> In progress - 84% complete	Mon, 08 Dec 2025 10:40:47 UTC -	-

Figure 10

(capture d'écran du [Site Officiel de SSL Labs](#), consulté le 08/12/2025)

# Université Sorbonne Paris Nord

## Département réseaux et Télécommunications

### Parcours: Cybersécurité

#### Interprétation:

Le score A+ de SSL Labs indique que le site utilise une configuration de sécurité TLS très robuste, avec des protocoles, suites de chiffrement et paramètres conformes aux meilleures pratiques. Cela signifie que la communication entre l'utilisateur et le site est fortement protégée contre les interceptions et attaques courantes

#### Résultat test CookieServe:

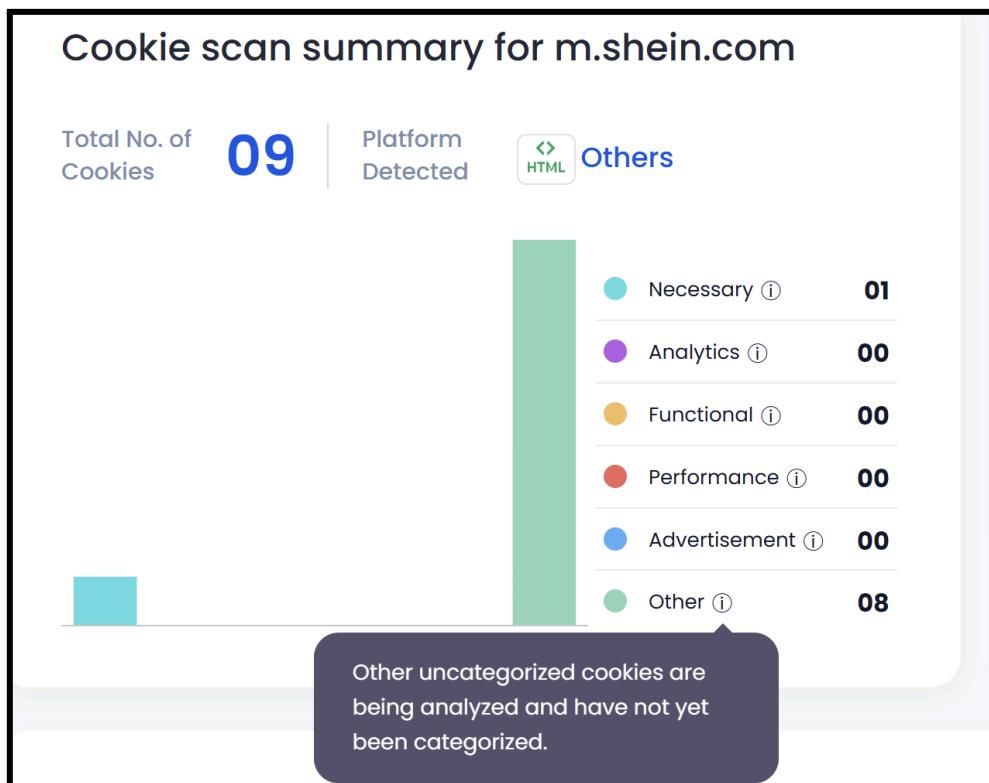


Figure 6

(capture d'écran du [Site Officiel de CookiesServe](#), consulté le 08/12/2025)

#### Interprétation:

Le site m.shein.com utilise 9 cookies, dont 1 seul est classé comme nécessaire au fonctionnement du site.

Les 8 autres sont encore non catégorisés, ce qui signifie qu'ils n'ont pas encore été identifiés comme analytiques, publicitaires ou fonctionnels

Source du texte: CNIL

Nom du texte: CNIL, "Cookies et tracteurs : comment mettre mon site web en conformité", Oct. 2020,

Source complète: <https://www.cnil.fr/fr/cookies-et-autres-traceurs/regles/cookies/comment-mettre-mon-site-web-en-conformite>

# **Université Sorbonne Paris Nord**

## **Département réseaux et Télécommunications**

### **Parcours: Cybersécurité**

---

#### **3. Analyse globale de la confiance numérique**

##### **a. Ce qui renforce la confiance**

La plateforme bénéficie d'une chaîne d'approvisionnement très réactive et propose des collections tendances à des prix accessibles, ce qui renforce l'attractivité et la satisfaction immédiate des utilisateurs. De plus, l'obtention d'une note A+ lors du test SSL Labs témoigne d'un haut niveau de sécurité TLS, garantissant une communication chiffrée et fiable

##### **b. Ce qui affaiblit la crédibilité**

Les controverses récurrentes concernant la durabilité des modèles de production ainsi que la présence importante de cookies non catégorisés ou potentiellement intrusifs peuvent donner une image peu transparente. Cette collecte étendue de données, combinée à un manque de clarté sur leur usage, peut susciter des inquiétudes quant au respect de la vie privée

##### **c. Conséquences pour l'utilisateur**

L'utilisateur bénéficie d'un site sécurisé et d'une expérience d'achat fluide, mais peut éprouver une certaine méfiance concernant l'exploitation de ses données personnelles. Cette perception peut affecter la fidélité et l'engagement à long terme si la marque ne renforce pas ses pratiques de transparence et de durabilité

# Université Sorbonne Paris Nord

## Département réseaux et Télécommunications

### Parcours: Cybersécurité

---

### III. Conclusion

L'identité visuelle de SHEIN, fondée sur un logo noir minimaliste et une mise en avant systématique des promotions à l'aide de couleurs chaudes, donne à voir une organisation à la fois moderne, accessible et axée sur la bonne affaire, tout en cherchant à instaurer une forme de crédibilité et de sérieux auprès de ses utilisateurs.

#### Points forts

1. **Logo simple, élégant et immédiatement reconnaissable**, renforçant la mémorisation de la marque.
2. **Stratégie visuelle efficace pour capter l'attention**, grâce à l'usage du noir (crédibilité) combiné aux couleurs chaudes (incitation à l'action).

#### Points faibles

1. **Surcharge visuelle** causée par l'accumulation de promotions, bannières et stimuli visuels, pouvant nuire à la lisibilité.
2. **Dissociation entre le noir luxueux du logo et l'image "fast fashion"**, ce qui peut créer un décalage et affaiblir la perception de transparence.

#### Recommandations

1. **Alléger la densité visuelle** en limitant le nombre de bannières promotionnelles affichées simultanément pour améliorer l'expérience utilisateur et la compréhension de l'offre.
2. **Renforcer la cohérence visuelle** en harmonisant mieux les codes graphiques entre le logo haut de gamme et la mise en scène des promotions, afin de consolider la confiance et la crédibilité perçue.

# **Université Sorbonne Paris Nord**

## **Département réseaux et Télécommunications**

### **Parcours: Cybersécurité**

---

#### **IV. Annexes**

Annexe (1) : Eléments clés de la conformité et confiance numérique, selon le texte de la CNIL

Annexe (2) : Vérification des éléments pour le [Site Officiel de SHEIN](#)

Annexe (3) : [MindMap](#)

# Université Sorbonne Paris Nord

## Département réseaux et Télécommunications

### Parcours: Cybersécurité

---

## Bibliographie / Sources

1. Ouest-France. « Shein : un géant chinois de l'ultra-fast fashion ». Accessible en ligne (consulté le 07/12/2025) :

<https://www.ouest-france.fr/economie/entreprises/shein/>

2. Site officiel de SHEIN

Accessible en ligne (consulté le 08/12/2025)

<https://www.shein.com>