

Chiunque di noi, almeno una volta nella vita, ha ceduto, ammettiamolo, ad acquistare in un negozio che produce capi, anzi, riproduce capi di abbigliamento a basso costo. Cose carine che paghiamo poco e che però utilizziamo poco perché la qualità, diciamo, non è il punto di forza di questi prodotti.

Bene, tutto ciò o quasi che acquistiamo per pochi euro in un negozio che spesso per altro è parte di una catena di negozi, fa parte del cosiddetto fast fashion.

Cos'è esattamente quindi il fast fashion?

Potremmo definirlo come l'insieme di collezioni e di abbigliamento che nascono subito dopo le settimane della moda, quindi vicine ai gusti più attuali, ma ad un prezzo molto più basso, spesso troppo basso.

Questo meccanismo, a sua volta, ha costretto e costringe le case di moda a fare più in fretta, a uscire con più collezioni in un anno, con lanci anche stemporanei di nuovi prodotti. E in questi giorni si è tornato molto a parlare di fast fashion, ma soprattutto di un marchio in particolare shame.

Ma perché?

Io sono Marco Maesano e ogni giorno, a sé macchine sapi di me, provo a ripartire dalle basi per rispondere alla domanda più semplice del mondo.

Ma perché?

Shame è un marchio di moda cinese che appartiene al mondo appunto del fast fashion.

I capi di abbigliamento e vendita hanno spesso un prezzo inferiore e venti euro, ma non maccano in questo periodo estivo anche che so, costumi a sei euro, camice a sette, pantaloni a nove, pochi euro quindi per vestirsi, troppo pochi.

Eppure, questo brand, dal 2008, anno della sua fondazione, ha registrato una crescita incredibile.

Oggi l'azienda vale decine di miliardi di dollari, grazie anche, come fa notare Francesca Milano Ferri su L, a social come TikTok.

Ovviamente i prezzi così bassi non sono frutto della benevolenza dei fondatori, ma delle poche spese di produzione che peraltro ricadono in gran parte sul costo degli stipendi e più in generale sulle condizioni dei lavoratori, i quali, secondo un'inchiesta giornalistica dell'emittente statunitense Channel 4, lavorano fino a 18 ore su 24 con un solo giorno libero al mese.

Queste rivelazioni hanno messo a dura prova la reputazione dell'azienda, come giusto che sia peraltro, e si sa, la reputazione oggi è tutto, ed è così che Shane ha tentato di risalire la china.

Se l'obiettivo era far parlare di sé, quell'obiettivo l'ha raggiunto, perché oggi parliamo di Shane più di ieri.

Ma perché?

A rispondere alla domanda di oggi è Andrea Batilla, consulente strategico e autore.

Questa è la risposta che mi ha mandato.

Allora, perché si parla di Shane?

Perché Shane è il più grande retailer di moda al mondo nel 2022, quindi il brand che guadagna di più in assoluto.

È stato valutato 100 miliardi, ma in realtà si sa molto poco, se sa solo che è un brand cinese di fast fashion che ha un proprietario, si chiama Chris Ksu, di cui non si sa assolutamente

niente neanche dove è nato, né dove ha studiato, è tutto molto oscuro e è venuto alla ribalta tantissimo durante la pandemia, perché essendo suo modello di vendita esclusivamente online è cresciuto tantissimo di fatturato, con dei ritmi incredibili.

Il suo prodotto è un prodotto che costa pochissimo, stiamo parlando anche di pochi euro, a volte anche di pochi centesimi, e ha un modello produttivo che chiaramente è molto vicino a quello che non sappiamo essere uno sfruttamento vero e proprio dei lavoratori, perché è ovviamente

impossibile arrivare a far pagare una camicia due euro o cinque euro senza che qualcuno sia sfruttato.

Una cosa che è successa ultimamente è che loro è un po' di tempo che hanno una pubblicità negativa a causa di questo, ci sono state varie inchieste di persone che sono andate nelle fabbriche di Shane e che hanno avvalorato queste che non sono più in potesi, quindi diciamo che tutta questa pubblicità negativa stanno cominciando a ledere un po' a Shane e hanno deciso di prendere una serie di influencer americane e portarle in una delle loro fabbriche in Cina per fare vedere a tutti quanto venissero rispettati diritti dei lavoratori, quando le condizioni di lavoro fossero ottimali eccetera eccetera.

Chiaramente tutto stage, tutto finto, l'influencer questa cosa alla fine è stata un boomerang da un punto di vista social perché hanno tutti capito perfettamente che era una cosa falsa e tutte le influencer sono state aspramente criticate.

Ora in generale Shane è praticamente il punto più buio, il punto più basso di tutti i marchi di fast fashion, cm, czar eccetera proprio perché alle cose che costano meno non esistono praticamente quasi i resi e parla a un pubblico veramente molto molto molto giovane suscitando un acquisto compulsivo di più capi proprio perché i capi costano così poco.

Chiaramente il problema è che il più grande retailer al mondo di moda in questo momento si approfitta dei lavoratori per esserlo.

Grazie ad Andrea Batilla, quindi avete capito insomma queste aziende che producono che lavorano nel mondo del fast fashion riescono a tenere prezzi così tanto bassi perché chiaramente pagano meno le persone che ci lavorano e la qualità dei loro prodotti delle materie prime che utilizzano per i capi di abbigliamento è inferiore rispetto alla media diciamo così di chi produce abbigliamento ma non all'interno del mercato del fast fashion, poi non è sempre così per carità ci saranno delle eccezioni ma ricordiamoci peraltro che il fast fashion ha un impatto enorme sull'ambiente perché richiede tantissima acqua tantissima energia e soprattutto a un ciclo di vita molto breve quindi è un continuo produrre consumare e gettare via.

Io vi ringrazio per essere rimasti con me anche oggi e come sempre vi do appuntamento a domani, ciao!

dagli esperimenti con il porridge radioattivo alle iniezioni di plutonio sui soldati fino ad arrivare ad un esperimento che ha dell'incredibile.