C. COMPRENSIONE DEL TESTO	25	

ATTENZIONE: IL TESTO CONTINUA FINO A PAGINA 2!

Shein: il costo della moda a basso prezzo

Fast fashion sta per «moda rapida e a basso costo». Ma quanto basso? Quando una T-shirt viene venduta a 3 euro e un abito a 7 euro vuol dire che c'è un «prezzo invisibile» che viene scaricato su altri.

Partiamo dai costi di produzione: in Italia il costo orario della manodopera nell'industria del tessile è di 27 euro, in Romania 6,9 e in Bulgaria di 5,4. Fuori dall'Europa i costi sono ancora più bassi: si va dai 4 dollari in Cina e Vietnam fino ad arrivare ai 2 dollari al giorno in Madagascar e Myanmar. Quasi tutti i grandi marchi da anni hanno delocalizzato una parte della produzione in questi Paesi. In passato questa politica è già stata più volte stigmatizzata, perché le aziende manifatturiere locali sono state sacrificate solo per avidità.

L'impennata Shein - Shein nasce nel 2008 su idea dell'imprenditore cinese Chris Xu. Inizia con la vendita di gioielli online, ma in pochi anni diventa una delle piattaforme di moda più cliccate al mondo e nel 2020 è arrivata a fatturare 10 miliardi di dollari. Nel 2021 l'azienda valeva 30 miliardi di dollari e oggi supera i 60, più di Adidas, H&M e Burberry messi insieme. La sua app ha contagiato tutte le fasce d'età, tanto che nel maggio 2022 era la più scaricata negli Stati Uniti, con 27 milioni di download. Shein sfrutta un sistema di algoritmi e analisi dati che rileva le tendenze in evoluzione in tempo reale, riuscendo così a produrre nuovi modelli in appena dieci giorni. Un ritmo impareggiabile rispetto alle aziende della concorrenza, che richiedono in media cinque settimane. Grazie a queste informazioni Shein si appropria illecitamente del lavoro creativo delle altre aziende e arriva a offrire fino a 6000 nuovi prodotti al giorno. Tuttavia, questa strategia poco onesta raccoglie regolari denunce di plagio sia da designer emergenti che da case di moda consolidate.

I clienti preferiti: la Generazione Z - Una popolarità sostenuta anche dall'ingaggio di influencer che orientano la fascia di consumatrici e consumatori più attiva sulla piattaforma, quella delle e degli adolescenti, la Generazione Z. Così, la generazione più sensibile ai temi legati alla sostenibilità ambientale e ai diritti delle lavoratrici e dei lavoratori è anche la maggiore cliente di questo marchio che, dalla struttura della società all'origine dei prodotti, non ha nulla di trasparente.

Ed è utile sapere che prima di arrivare dentro al proprio armadio, un abito o una T-shirt attraversa i processi che ora elenchiamo. Secondo un rapporto del 2022 le magliette di cotone vendute da Shein provengono dal lavoro forzato degli Uiguri, una minoranza dello Xinjiang. Questa regione a Nordovest della Cina è uno dei maggiori produttori di cotone al mondo, e la minoranza musulmana è da anni scandalosamente perseguitata e oppressa dal governo cinese.

Lo sfruttamento dei lavoratori - La giornalista Imam Amrani è riuscita a entrare con una telecamera nascosta in due delle 700 fabbriche cinesi di Shein. A lavoratrici e lavoratori sono imposti turni di lavoro di 17 ore al giorno, con un solo giorno libero al mese, e condizioni igieniche disumane. Devono produrre 500 capi al giorno e la paga è di 4 centesimi a capo. La risposta di Shein all'inchiesta è arrivata a giugno 2023 con l'organizzazione di un viaggio-stampa per sei influencer in uno dei suoi

impianti di produzione. In quest'occasione viene mostrato un ambiente moderno e pulito, con postazioni distanziate, automazione e aree relax. Le influencer hanno lodato l'azienda nei loro post parlando di operaie e operai felici, qualità dei prodotti e buone condizioni di lavoro. Inondate di critiche, le influencer si sono informate sull'inchiesta di Amrani e hanno capito di essere state manipolate durante la visita.

Il costo ambientale - Per realizzare una singola T-shirt di cotone sono necessari in media 2.700 litri d'acqua. Questo perché il cotone ha sete e le produzioni intensive in Cina devono essere irrigate. Poi ci sono i processi di lavorazione che richiedono a loro volta tanta acqua. Il processo intensivo richiede inoltre fertilizzanti chimici e diserbanti che vengono assorbiti dal terreno e inquinano le falde freatiche. L'uso di queste sostanze inquinanti è vietato in Europa dal 2002.

Montagne di rifiuti ed emissioni di CO2 - Di recente è stata misurata la quantità di indumenti buttati: ogni secondo un camion carico di tessuti viene smaltito in una discarica o incenerito. Ogni anno, a livello globale, vengono generati 92 milioni di tonnellate di rifiuti tessili, di cui solo il 15% viene riciclato. È il naturale destino dei prodotti fast fashion a prezzi stracciati: infima qualità, corta durata. La moda, in generale, è responsabile del 10% delle emissioni globali di CO2. E l'intera filiera di produzione del fast fashion è intensiva in termini di energia e risorse.

Non tutto è Shein - Sia chiaro: è Shein solo l'ultima della lista e non la sola responsabile di tutto questo. Anche le produzioni massive di altri marchi fast fashion ben noti come Zara e H&M generano enormi quantità di rifiuti tessili. Va tuttavia detto che queste due aziende da qualche anno stanno introducendo linee più sostenibili, per esempio riducendo l'utilizzo di sostanze tossiche nella produzione. Inoltre, si stanno anche impegnando, almeno in apparenza, in iniziative di responsabilità sociale come il miglioramento delle condizioni di lavoro nelle fabbriche. Resta il fatto che la natura stessa del fast fashion, con il suo bisogno di produrre rapidamente e a basso costo, collide con le sfide etiche ed ecologiche.

La strategia UE per un'industria tessile più sostenibile - L'impennata del fast fashion ha spinto l'Unione Europea (UE), a marzo 2022, a definire strategie per rendere l'industria tessile più ecologica. Ecco cosa cambierà: 1) la produzione dei tessuti dovrà rispettare standard più elevati in termini di sostenibilità; 2) le consumatrici e i consumatori devono avere accesso a dettagli sull'origine e la sostenibilità dei prodotti; 3) le aziende dovranno ridurre la loro impronta di CO2 e prendere decisioni rispettose dell'ambiente e dei diritti dei lavoratori.

In attesa di regole globali, l'unica speranza è di aumentare il grado di consapevolezza delle consumatrici e dei consumatori. Da un lato, essi dovrebbero sviluppare un atteggiamento più responsabile che comporti la disponibilità a spendere di più per prodotti più sostenibili e di maggiore qualità, e che permetta, dall'altro lato, di non lasciarsi sedurre dalla costante offerta di capi d'abbigliamento a basso costo ma dal grande impatto ambientale.

Alla fine, è sempre la somma dei singoli comportamenti quotidiani che può affossare, o salvare, il pianeta.

Adattato da: Gabanelli e Foglia, *Shein*, in https://www.corriere.it/dataroom-milena-gabanelli/shein-lato-oscuro-re-fast-fashion-lavoratori-schiavi-tessuti-tossici-inquinamento/55bd7870-56f4-11ee-a17f-69493a54d671-va.shtml (04.09.2024)