

I colossi della moda usa e getta si fanno la guerra sul copyright, e sembra una barzelletta

Shein e Temu sono finiti di nuovo in tribunale, questa volta quello di Londra, per un nuovo scontro tra marchi di ultra-fast fashion. A questo giro le accuse sono di Shein, che accusa Temu di aver violato il copyright "su scala industriale", prelevando e usando fotografie dal sito del marchio di fast-fashion per poi inserirle sul proprio per rivendere e mettere in commercio capi simili o identici. Shein punta il dito contro la manovra di Temu, sostenendo che quest'ultimo avrebbe voluto trarre profitto sfruttando gli investimenti fatti in fotografie, ma anche nello sviluppo della catena di fornitura e nelle competenze dei fornitori stessi, precedentemente "addestrati" da Shein. In tutta risposta, oltre a negare le accuse, Temu ha etichettato questo tentativo di Shein come un modo subdolo per "soffocare la legittima concorrenza nel mercato della moda a prezzi scontati", e nello stesso tempo ha posato sul tavolo una contro-querela chiedendo un risarcimento danni per la rimozione di migliaia di inserzioni di prodotti a seguito di un'ingiunzione del tribunale ottenuta da Shein.

L'ennesimo scontro tra queste grandi aziende mette ancora di più in luce il loro sistema di produzione basato sulla **rapida produzione globale di capi a basso costo** sfruttando un'articolata rete di fornitori diffusa in tutto il territorio cinese. Fornitori che, secondo Temu, Shein vorrebbe tenere tutti per sé agganciandoli in maniera poco leale con contratti di esclusiva. Una battaglia tra multinazionali che amano correre veloci e sgomitare per accaparrarsi il primo posto sul podio, con pratiche aggressive per eliminare la concorrenza. Se prima la lotta era nel prezzo al ribasso e nell'intercettare rapidamente i desideri dei clienti per essere i primi a soddisfarli, adesso la lotta si è evoluta in una forma più ampia dove ad essere tirate in ballo sono la tutela della proprietà intellettuale, il controllo dei fornitori, la governance delle piattaforme e l'accesso al mercato. Il tutto mentre **crescono le pressioni normative all'estero**, come le modifiche alle norme doganali e di importazione negli Stati Uniti e in Europa che stanno mettendo a dura prova i modelli di spedizione a basso costo, altro ingrediente fondamentale per la rapida espansione di entrambe le multinazionali.

Non c'è pace nemmeno nell'ultra mondo della produzione veloce, dove la battaglia si fa sempre più agguerrita e dove (sembra) non esserci spazio per tutti. Non è la prima volta che queste due aziende si trovano faccia a faccia in un tribunale. Ad aprile si sono citate in giudizio negli Stati Uniti, dove un giudice federale ha unificato le cause intentate dalle due parti in un unico procedimento, limitando le accuse ma portando avanti quelle relative a **presunti abusi del Digital Millennium Copyright Act**, violazione del diritto d'autore, concorrenza sleale e cattiva condotta della piattaforma. Una questione spinosa, quest'ultima, che potrebbe avere ripercussioni su come applicare il diritto d'autore nel commercio online. A patto che la legge sia uguale per tutti.

Entrambi i colossi dell'ultra fast-tutto (perché ormai non si tratta più solo di abbigliamento,

I colossi della moda usa e getta si fanno la guerra sul copyright, e sembra una barzelletta

ma su questi siti si trova di tutto, dall'oggettistica agli accessori fino a make up, ceramica ed articoli di cartoleria), in realtà, sono ben noti al mondo dei creativi e dei brand indipendenti di tutto il mondo per la loro tendenza ad appropriarsi in maniera ben poco corretta dei disegni e dei progetti altrui. **Il meccanismo è semplice e silenzioso:** ricorrendo ai negozi online di artisti ed artigiani, le foto dei prodotti più interessanti o accattivanti vengono silenziosamente messe in vendita sui loro siti, come se il prodotto fosse di loro invenzione o produzione. La "copia" fisica reale viene messa in produzione successivamente, al momento della vendita. È capitato con quadri, sculture di ceramica, t-shirt, grafiche e qualunque tipo di prodotto facilmente replicabile. Una violazione di copyright (e appropriazione), quella di Temu, per la quale molti di questi marchi "copiati" non hanno la forza economica per intentare una causa. Motivo per cui possono continuare indisturbati a rapinare idee altrui (direttamente o tramite l'uso di IA, che comunque è un altro sistema di furto autorizzato). Suona dunque alquanto ridicolo che **entrambi questi giganti, abili truffatori e scopiazzatori**, abbiano anche solo il coraggio di parlare di copyright e intentare una causa. Quando sarebbero i primi a dover essere portati sul banco degli imputati da migliaia di creativi depredati delle loro idee.



Marina Savarese

Stilista, docente di moda e comunicazione, scrittrice e co-fondatrice del portale Sfashion-net, dedicato alla moda slow. Per *L'Indipendente* si occupa di consumo e moda critica.