

Una sfida alla Nike

Pubblicato: Martedì 12 Ottobre 2004

 Sembrano delle Converse, le scarpe da pallacanestro dei giocatori americani di una volta. Con tanto di logo sulla parte destra. Solo che nel cerchietto che ancora oggi fa la differenza tra i ragazzini italiani che fanno la fila davanti ai negozi, non c'è il nome della storica marca, passata nel frattempo nella mani della Nike. Né tantomeno quelle sigle mozzate che fanno la fortuna degli imitatori, cinesi o napoletani che siano. C'è invece un cerchietto bianco, con un disegno fatto a mano e marcato bene, con la chiara intenzione di distinguersi.

Si chiamano Blackspot sneaker. Sono scarpe no logo, prodotte in Portogallo, vendute in tutto il mondo tramite un sito Internet che ha una sola missione: fare la guerra alla Nike e al suo patron Phil Knight. Obiettivo dei più ambiziosi, irraggiungibile solo a pensarci un po' su. Sogno e scommessa di Kalle Lasn, fondatore della Adbusters Media Foundation, un magazine e un sito Internet. "Uno dei più significativi movimenti sociali dei prossimi vent'anni", come si definisce l'organizzazione che da quattordici anni si batte contro lo strapotere della tv, della pubblicità e delle grandi company, che tutto appiattiscono e tutto rendono uguale.

Kalle Lasn ha deciso di fare la guerra alla Nike scendendo sullo stesso piano delle grandi multinazionali. Invece del boicottaggio, delle denunce contro lo sfruttamento degli operai nelle fabbriche asiatiche, Lasn ha deciso di produrre lui stesso, ma in modo corretto.

Niente sfruttamento degli operai, niente delocalizzazioni selvagge.

Una guerra ad armi più o meno pari, perché Lasn rinuncia al profitto. Per un intero anno Lasn ha cercato una località dove poter impiantare l'industria. Ha escluso tutti i posti dove non vengono rispettati i diritti sindacali e infine ha scelto una zona rurale del Portogallo dove da 400 anni c'è una grande tradizione nella produzione di scarpe.

Lì ha trovato la fabbrica che cercava, gestita dalla stessa famiglia da tre generazioni. E ha avviato il progetto, "senza fini di lucro", è scritto a grandi lettere nel sito che pubblicizza e vende le Blackspot sneaker. La scarpa che produce è stata disegnata da John Fluevog, conosciuto nel settore per le sue idee innovative. E' prodotta totalmente in materiale naturale, è biodegradabile al 70 per cento, la suola è rinforzata perché duri nel tempo e la produzione non richiede l'uso di agenti chimici.

Gli operai, tutti del posto, lavorano in una fabbrica modello. La qualità dell'aria è buona, il suono delle macchine è attutito, i livelli di sicurezza ottimi, secondo quanto dichiarato dai sindacati. A cui i lavoratori non sentono il bisogno di iscriversi: solo l'1% vi aderisce. La pausa pranzo è di un'ora e mezzo. Né c'è un gran ricorso agli straordinari, pagati comunque bene. D'altra parte se in Portogallo il salario medio è di 365 euro al mese, quello dei lavoratori della fabbrica di scarpe è tra i 420 e i 700.

La guerra alla Nike è appena agli inizi. A giugno c'erano stati ordini per 8000 pezzi, per lo più da parte della grande community che ruota attorno all'organizzazione creata da Kalle Lasn. Ora ci sarebbero già 200 punti vendita pronti a mettere sui loro scaffali le Blackspot sneaker. L'obiettivo dichiarato è anche solo quello di rosicchiare un 1 per cento di quota di mercato alla Nike. "Sarebbe già un successo – sostengono sul sito delle Blackspot sneaker – perché questo significherebbe che il meccanismo è buono e potrebbe produrre i suoi effetti su altri mercati, dal cibo alla moda, alla comunicazione". In base a un solo principio che è quello che ispira Kalle Lasn da sempre: "Vivere in un mondo dove a creare il futuro sono le persone e non le multinazionali".

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it