

Communiqué de presse - Présentation France TV.

À travers le récit de ses recherches, de ses rencontres et de ses expériences, Claire Latour, influenceuse, explore les dessous du géant de l'ultra *fast fashion* : Shein. Véritable coût écologique, qualité et toxicité des vêtements, techniques de vente, *greenwashing* ou encore les raisons d'un prix ultra bas, cette enquête inédite l'amène à questionner sa manière de consommer... mais aussi d'influencer.

En à peine cinq ans, la marque chinoise a réussi à détrôner Zara, H&M et les autres géants de la *fast fashion*, qui assistent, stupéfaits, à l'ascension fulgurante de ce nouveau rival. Shein va encore plus loin que ses prédécesseurs en amplifiant les stratégies qui ont fait leur succès : un catalogue en constante évolution, des prix défiant toute concurrence, et une communication alimentée par des milliers d'influenceuses. Quelques mois après les premiers scandales médiatiques, l'une d'elles, Claire Latour, a annoncé la fin de son partenariat avec la marque.

Aujourd'hui, Claire nous livre le récit d'une enquête d'un an sur ce mastodonte chinois, révélant les coulisses d'une enseigne qui ne cesse de croître : entre vêtements toxiques, surproduction, qualité médiocre et bilan écologique catastrophique, Shein pulvérise tous les records de l'ultra *fast fashion*. Par ailleurs, l'enquête aborde aussi les conditions de travail précaires imposées aux employés chinois, souvent soumis à des horaires excessifs et à des salaires dérisoires pour répondre à la demande effrénée de cette entreprise en constante expansion.

Note de réalisation - Nathalie Gros

« Avant même de commencer à travailler sur ce film, et parce que je suis moi-même passionnée par la mode, j'étais déjà frappée par l'ascension fulgurante de Shein dans nos vies. Quelques mois avant de lancer cette enquête, je n'avais jamais entendu parler de cette marque, et soudainement elle était partout : un géant chinois capable de proposer des milliers de vêtements ultra tendance pour des prix dérisoires. C'était un raz-de-marée. À peine le temps de comprendre de quoi il s'agissait que, déjà, les magasins de prêt-à-porter de moyenne gamme fermaient leurs portes les uns après les autres, laissant des vitrines vides dans nos centres-villes. La mode semblait basculer sous nos yeux, comme si nous franchissions un tournant décisif dans notre manière de consommer.

Il y a un paradoxe qui m'interpelle : jamais l'écologie n'a été autant au centre de nos préoccupations, et pourtant Shein prospère largement auprès de la jeune génération, pourtant sensible aux enjeux du changement climatique. Comment expliquer ce succès ? Une marque dont le modèle de production est l'un des plus polluants qui soit. Peut-être que, jusqu'à présent, les consommateurs manquaient cruellement d'informations et de perspectives pour comprendre ce modèle. Et c'est exactement ce que ce documentaire tente de faire : dévoiler l'envers du décor derrière les beaux spots de la marque.

En enquêtant sur le modèle Shein, j'ai l'impression qu'on tient une clé pour comprendre des mécanismes qui, au-delà de leur impact sur la planète, nuisent aussi à notre bonheur. Exposer les stratégies de cette marque à la pointe de l'ultra *fast fashion*, c'est espérer provoquer une prise de conscience, faire naître le désir de changer nos comportements. Car, au fond, le problème n'est pas la mode elle-même, mais la façon dont nous la consommons. Et cette profusion d'offres irrésistibles à bas prix, qui nous incite à acheter toujours plus, toujours plus vite, est un piège dans lequel nous tombons tous, conscients ou non.

Je suis convaincue qu'avec ce film nous pouvons enfin comprendre comment nous sommes manipulés à travers l'acte d'achat. Nous pourrions peut-être saisir que l'ultra *fast fashion* n'est pas viable, ni pour notre santé, ni pour notre bonheur, ni pour la planète. C'est une réalité qui ne pourra plus être ignorée. Cette enquête, je l'espère, redonnera aux consommateurs non seulement le pouvoir de décision, mais aussi l'envie de développer leur pouvoir d'agir. Dans ce processus, je crois profondément que le témoignage de l'influenceuse Claire Latour saura impulser une dynamique nouvelle, permettant de résister à l'élan croissant de la surconsommation. »