

LA NUOVA MISSIONE DEL GUSTO ETICO: VEGFASHION E CONNATURE

Un blog nato un po' "per scommessa", dedicato a quelle vegane metropolitane – o anche solo a coloro che desiderano avvicinarsi a questa scelta di vita – che non vogliono rinunciare al gusto. La missione dell'avvocato Monica Gazzola, da quando ha creato [Vegfashion](#) nel 2012, è quella di lanciare un salvagente a chi, come lei, vuole conciliare etica ed estetica. L'idea nasce durante una passeggiata per le *calle* del lusso a Venezia, quando si accorge della totale assenza di un'offerta vegana nelle vetrine dei negozi di fascia medio-alta. *"Molti vogliono trasmettere immediatamente attraverso il loro abbigliamento la scelta che hanno fatto"* spiega, *"ma ci sono anche molte donne che, come me, non vogliono rinunciare allo stile pur essendo vegane-vegetariane"*.

Nel suo blog parla di molti argomenti – “idee di moda, bellezza lavoro e tempo libero” recita la tagline – senza mai trascurare, un po' per deformazione professionale, l'aspetto legislativo che riguarda l'universo vegano. In un mondo dove la produzione di pellicce si spera possa essere presto soppiantata dall'*eco-fur* – ormai indistinguibile da quella naturale – e dove il progresso tecnologico ci permette di disporre di microfibre a-tossiche ed eco-friendly del tutto paragonabili al cuoio, nonché con prestazioni superiori al pvc in merito a traspirabilità, igienicità e comodità, forse quello che ancora manca è un'opportuna diffusione delle informazioni. Il luogo comune vuole che un prodotto vegano di qualità e, soprattutto, di tendenza, debba avere un caro prezzo, ma in realtà sono sempre più numerose le aziende capaci di offrire prodotti vegani high-quality a prezzi accessibilissimi. Secondo Monica Gazzola, l'importante non è acquistare un prodotto *perché* vegano, ma diffondere i prodotti vegani in tutte le fasce e per tutti i target di mercato. In questo modo, non ci si imbatterebbe solo in una scelta ristretta, dal sapore comunemente “etnico”, e allo stesso tempo un consumatore non vegano sarebbe attratto da un bel prodotto di qualità, con il valore aggiunto di essere *cruelty-free* e magari in linea con i precetti del commercio equo e solidale.

Ma non sono solo i consumatori a voler essere informati riguardo tutti questi brand vegani “di seconda generazione”, che si differenziano da quelli di prima generazione proprio per il loro essere di tendenza. Anche i commercianti, che comunque devono mettere in vetrina prodotti che seducano il cliente, spesso non sono al corrente dell'odierna offerta legata al continuo aumento dei brand come di designer emergenti che lavorano in questa direzione. Ed è qui che entra in gioco [Connature](#), il portale web di cui ci parla la fondatrice Lara Dassi. Esperta di comunicazione e proveniente da una tradizione familiare nel mondo della moda, Lara Dassi attraverso il sito di [Stella McCartney](#) – uno dei pochi marchi di lusso onestamente impegnati nel viaggio verso la totale sostenibilità – raggiunge la pagina web dell'organizzazione [Peta \(People for the Ethical Treatment of Animals\)](#) scoprendo tutto ciò che di brutto si cela dietro la produzione di moda e non. Per questo decide di creare un portale che metta in diretta comunicazione produttori e venditori certificati, bandendo espressamente carni, pellicce e pellame.

Un blog e un portale web, due strumenti moderni per trasmettere un messaggio moderno, e due *career women* che hanno deciso di mettere a disposizione le loro conoscenze e abilità per diffondere la moda etica in tutte le fasce di mercato, dimostrando che si può aiutare il sociale e consumare consapevolmente anche senza rinunciare al gusto.

Virginia Angius – studente – Culture e Tecniche della Moda