

La storia di Agriverde**Diversamente
modelli,
a scelta di Bonsai****di Sabrina Camonchia**

● a pagina 9

**IL MARCHIO BONSAI E LA NUOVA CAMPAGNA**

I ragazzi di Agriverde testimonial della moda

Il brand, usato dai
rapper, sceglie la coop
sociale dove lavorano
persone disabili

di Sabrina Camonchia

Dismesse le tute da agricoltori sporche di terra, hanno fatto i modelli per un giorno vestendo capi firmati Bonsai. Già così il corto circuito botanico è servito. Se poi le felpe con zip e le maglie indossate riproducono in loop giganteschi cavolfiori romani verdi, allora il rischio di passare per paladini della sostenibilità c'è tutto.

Dieci ragazzi disabili della cooperativa sociale Agriverde di San Lazzaro hanno prestato il loro volto per un progetto creativo legato alla comunicazione della collezione invernale "Always Day One" del marchio Bonsai, nato a Bologna qualche tempo da una idea imprenditoriale di Sergio Graziosi. Un brand emergente, totalmente Made in Italy, che propone collezioni con vestiti e accessori fre-

sci, dal taglio giovanile e dallo stile minimale: felpe con cappucci e berretti, pantaloni ampi e T-shirt, gilet e cardigan morbidi. Molto in voga fra gli adolescenti e gli influencer, Bonsai ha vestito rapper come Coez e Rkomi. Sempre loro sarà il look scelto dal rapper Dargen D'Amico, giudice di X Factor 2022 in onda su Sky nella serata del 24 novembre.

Bonsai, come indicato anche sul loro sito, fa della sostenibilità ambientale uno dei suoi valori fondamentali. Per questo è venuta spontanea la collaborazione fra la griffe bolognese e la cooperativa agricola che, fin dalla sua nascita, crea occasioni di lavoro per persone con disagio psichico, in particolare nei settori della manutenzione del verde e del giardinaggio.

«Abbiamo scelto Agriverde - spiega Elisa Bergonzoni, che si oc-

cupa della parte creativa, comunicativa e dell'immagine di Bonsai - perché ho un legame familiare con un ragazzo impiegato da loro e conosciamo bene i loro progetti di inclusione e sviluppo sociale, in sintonia con la nostra filosofia legata alla sostenibilità».

I volti di Agriverde sono parsi perfetti per comunicare la collezione "Always Day One" che si trova proprio in questi giorni in vendita

nei negozi di Milano e Roma e sulle piattaforme online. Ispirata al rapporto tra uomo e ambiente, la collezione propone capi con broccoli, ma anche con le immagini di pane nelle sue varie declinazione e di miele: arnie gialle disegnate sulle camicie e grandi alveari tratteggiati, tutte immagini naturali che dalle parti di Agriverde sono ben conosciute.

Chieste le autorizzazioni del caso, i ragazzi, tutti fra i 25 e i 35 anni eccetto un signore più anziano, si sono prestati a indossare gli abiti della griffe per la nuova linea dedicata alla natura. «Le famiglie - racconta Raphael Decerf, vicepresidente

della cooperativa e responsabile degli inserimenti lavorativi - hanno colto il senso del progetto, comprendendo che fare una campagna pubblicitaria e social con persone disabili può rappresentare un valore aggiunto in una società dove purtroppo lo stigma ancora resiste».

I modelli per un giorno si sono messi in gioco con grande curiosità e disponibilità. «Si sono divertiti a stare davanti alla telecamera e alla macchina fotografica, immaginando di essere sul set di uno studio televisivo o cinematografico, mettendo in scena piccoli sketch campestri», prosegue Decerf. Han-

no corso nella campagna attorno ad Agriverde, hanno raccolto le verdure dell'orto. All'interno della serra hanno giocato coi cavolfiori tirandoseli addosso come fossero dei palloni.

Mai matrimonio fra due realtà apparentemente lontane è stato così azzeccato. «La sostenibilità è uno dei temi principali tra le persone, gli investitori e le aziende. Ma tra tutti, significa che il futuro è nelle nostre mani», scrivono i ragazzi di Bonsai sul sito. La nuova collezione a San Lazzaro è piaciuta molto.



I ragazzi della cooperativa sociale Agriverde di San Lazzaro che hanno fatto da testimonial al marchio Bonsai