



Scuppie e famosi. Da sinistra: l'attrice Natalie Portman, 27 anni, il leader dei conservatori inglesi David Cameron, 41, le sorelle Savannah e Sienna Miller, 27 e 30, la stilista Stella McCartney, 35, la popstar Chris Martin, 31.



## IERI YUPPIE, OGGI SCUPPIE

C'è una nuova tribù che mescola lusso e beneficenza, glamour e vocazione ambientalista. Qualcuno li chiama eco-ipocriti. Ma intanto fanno già tendenza

Hanno a cuore il futuro del pianeta e si comportano di conseguenza. Ma, allo stesso tempo, non rinuncerebbero mai alla qualità (alta) della vita che si possono permettere grazie a un cospicuo conto in banca. Sono gli "scuppie" (che in inglese sta per "persone di ceti alti, ma socialmente consapevoli"), termine inventato dal manager americano Chuck Failla per affermare che si può amare la bella vita senza per questo diventare insensibili verso gli altri. Come dire: non c'è bisogno di andare in giro in bicicletta se la nostra macchina ha un motore ibrido e quindi poco inquinante (scelta compiuta dalla super ecologista Natalie Portman). Né di rinunciare al classico anello di fidanzamento: ci sono i diamanti "conflict-free", con tanto di certificato che attesta che non hanno nulla a che fare con l'abuso dei diritti umani. Due dei tanti consigli di cui è ricco il sito [www.scuppie.com](http://www.scuppie.com), che insegna a condurre una vita moralmente inappuntabile, ma senza privazioni. Il fenomeno è in

crescita, soprattutto negli Usa e in Inghilterra, dove è sempre più di moda mostrare una coscienza sociale. E dove sono molte le celebrities che mescolano glamour, beneficenza e vocazione ambientalista. Da Stella McCartney - che conduce una vita lussuosa, ma rigorosamente eco-impegnata - a Savannah Miller, sorella fashion della più famosa Sienna che vive in una bellissima casa eco-friendly nel verde Gloucestershire, con mobili riciclati e una turbina a vento per l'energia eolica. Fino a Chris Martin, popstar e marito di Gwyneth Paltrow, sempre in prima fila quando si tratta di riscaldamento globale e diritti umani. Qualcuno li prende in giro, chiamandoli eco-ipocriti. Ma sono il più influente gruppo di consumatori dei nostri tempi e le aziende si fanno in quattro per venire incontro alle nuove esigenze. Dunque, sì allo shopping sfrenato, ma solo con carte di credito che donano una parte dei pagamenti a una causa umanitaria. Come sempre, è solo questione di accessori. (m.s.) ■