

ARRIVA IL **NUOVO MENU** DELLO CHEF STELLATO **GIUSEPPE D'ERRICO**

04-06-2022 N.21
ITALIA

GENTE



ELISABETTA II

**TUTTI GLI APPUNTAMENTI
DEL GIUBILEO DI PLATINO**



**LUIGI
BERLUSCONI
E IL FIGLIO**

**FOTO
ESCLUSIVE**

**QUANTO AMORE PER IL SUO
PICCOLO EMANUELE SILVIO**



**SABRINA
SALERNO**

**TRA ME
E MIO
MARITO
QUELLA
GELOSA
SONO IO**



Kate e Camilla

**CARA REGINA,
SIAMO PRONTE
PER LA CORONA**

**DETERMINATA
E COSMOPOLITA**

Un bel ritratto di Aurora Chisté, 35 anni, imprenditrice sociale, fondatrice e direttrice creativa di Maakola, marchio di moda che deve il suo nome al Makola Market di Accra, in Ghana (Africa).



di Barbara Nevosi

Crede nella sostenibilità globale raggiungibile con innovazione e consapevolezza. La sua missione? Esportare modelli di business e creare opportunità per l'imprenditoria del Terzo mondo. Aurora Chisté veneziana di nascita, cosmopolita per vocazione, è un'imprenditrice sociale e ha fondato Maakola, marchio di abbigliamento, di cui è direttrice creativa, che vuol ridefinire il concetto di bellezza grazie a capi che facciano sentire le donne belle per come appaiono e per le scelte fatte. Una realtà pensata per loro e portata avanti da una piccola squadra tutta al femminile. La

«IL 98% DEI LAVORATORI NEL SETTORE TESSILE NON PRENDE UNA PAGA EQUA»

storia di Aurora parla per lei. A ispirarla, la madre e la nonna che le hanno insegnato a non mollare mai. Ha studiato a Bologna, approfondendo le teorie della comunicazione. Poi è volata nella Silicon Valley dove ha lavorato otto anni con varie *start up*. Ha fondato la sua associazione non profit, *Hack for Big Choices*, con cui ha organizzato il più grande evento a impatto sociale per esperti informatici mai visto in Africa. Ora si muove tra Washington, Italia e Ghana portando avanti un sogno che sa di etica, futuro, valori, che parla la lingua di business sempre più rigenerativi, non votati solo al profitto immediato, ma a scelte fatte per le generazioni che verranno. Come? Attraverso innovazione e sinergie tra tecnologia, dati, nuovi modelli di sviluppo per un'economia sempre più sostenibile.

SONO ANCORA TANTI I MURI DA ABBATTERE

FONDATRICE DI MAAKOLA, MARCHIO DI MODA ETICA ISPIRATO ALLE VENDITRICI DEL MERCATO DI ACCRA, LA MANAGER DICE: «LE DONAZIONI NON BASTANO, C'È BISOGNO DI CAMBIAMENTI SISTEMATICI»



IN GIRO PER IL MONDO
A sinistra, Aurora Chisté (in abito giallo) durante il summit *Investing in Education in Africa* tenutosi a San Diego (Stati Uniti) nel 2018. A destra, Chisté nello stesso anno a Tianjin, in Cina, durante un incontro del World Economic Forum, con l'imprenditrice Lana Al-Attar, 35.



Aurora, hai sempre avuto in mente di lavorare nel non profit?

«Hack for Big Choices era non profit, poi ho capito che con le donazioni si risolvono emergenze temporanee, mentre le nostre economie hanno bisogno di cambiamenti sistematici. Il 98% dei lavoratori nel settore tessile è sottopagato e non può permettersi cibo, assistenza sanitaria o accesso all'educazione. Molte sono donne, una moltitudine di lavoratori, per lo più poveri, spesso indebitati o remunerati troppo poco per accumulare risparmi da usare durante le ultime crisi. Questi sono problemi che vanno affrontati alla radice e non con semplici donazioni, bisogna ripensare le dinamiche di mercato che portano a tali situazioni».

In Italia il tema dei diritti civili e delle pari opportunità nel lavoro è molto caldo. Cosa ne pensi?

«Penso che il talento sia equamente distribuito, non le opportunità. A livello locale e globale, storia e politica sono leve con cui la disuguaglianza viene perpetrata o contrastata, e contribuiscono a decidere la distribuzione delle opportunità: educazione, salute e ricchezza. Siamo pieni di muri da abbattere, ma per fortuna la tecnologia digitale ci dà gli strumenti per cambiare la situazione».

E l'imprenditoria sociale può aiutare a cambiare la situazione?

«Sì, perché opera in modo più olistico, considerando guadagni finanziari, impatto sociale e ambientale. Si vuole creare un mondo migliore, un cambiamento

necessario. Il modello capitalistico non è più sostenibile. Invece l'imprenditoria sociale reinventa l'uso delle risorse, ora non sufficienti per tutti».

Come è nata l'idea di Maakola?

«Come un gioco, poi mi sono resa conto quanto mi facesse bene indossare capi che mi rappresentassero per estetica e qualità dei materiali, per la conoscenza della storia di stoffe e persone che li creavano. Mi hanno ispirata le donne incontrate ad Accra nel 2015. Nella loro energia e nelle stampe dei tessuti rivedevo me stessa».

Maakola è un'operazione sociale, commerciale ed etica, e il tuo marchio è pure un'ode alle donne.

«Sì, è un omaggio alle venditrici del mercato Makola, dove toccai con mano come il filo della speranza porti a costruire un'industria e una libertà culturale».

È un sogno realizzato?



NELLA NATURA
Uno scatto della campagna per la collezione Flora del marchio Maakola di Aurora Chisté. «Flora è un invito ad apprezzare la bellezza di piante e fiori e uno stimolo a essere più empatici con la natura», ha detto.

«SI DEVE OPERARE IN MODO OLISTICO, PER IL BENE COMUNE»