



# Un guardaroba solidale

di Sara Bavato



PHOTOGRAPHER LEVON BAIRD

**C**oesione sociale e occupazione femminile stanno molto a cuore a Camilla Schippa (in abito arancione nella foto, ndr), ex direttrice dell'Istituto per l'economia e la pace. Sono anche i due principi alla base del suo lavoro a The Social Outfit: un brand di moda etica che fa la differenza nella vita di moltissime rifugiate a Sydney.

Dopo una carriera ventennale ai massimi livelli nell'ambito della cooperazione internazionale, Schippa ha deciso nel 2019 di cambiare vita e... guardaroba, abbandonando i completi formali richiesti in uffici come quello del Segretario generale dell'ONU di New York (dove ha lavorato a lungo) per indossare le stampe sgarbanti di The Social Outfit e diventarne la Ceo. «Di moda non sapevo niente – ammette –, però volevo occuparmi di coesione sociale e di aiutare le donne. Negli anni ho imparato che i programmi che si focalizzano sull'occupazione femminile sono quelli che hanno maggiore impatto a lungo termine nella società».

Fondata nel 2014, The Social Outfit è un'impresa sociale che offre la possibilità a donne rifugiate di fare una prima fondamentale esperienza lavorativa retribuita in Australia. Trovare un impiego è tutt'altro che semplice per chi arriva nel Paese con visti umanitari: il tasso di occupazione femminile è di appena il 20 per cento contro l'oltre 60 per cento degli uomini. Diventa imperativo cambiare questi numeri. Fino ad ora sono state assunte 65 persone di 30 nazionalità diverse, impiegate nella creazione e nella vendita di capi di abbigliamento e accessori realizzati con materiali di scarto di 40 aziende di moda. Per le dipendenti, alcune delle quali non hanno mai cucito né lavorato fuori casa prima d'ora, quello a The Social Outfit è l'avvio di un percorso professionale, oltre che l'occasione per praticare l'inglese, per imparare a spostarsi con i mezzi in una città sconosciuta, per conoscere altre persone. Nei tre anni alla guida dell'impresa sociale, Schippa si è dedicata ad aumentare le vendite e le donazioni

da parte di fondazioni private per espandere l'offerta dei programmi di sostegno: corsi gratuiti di cucito e tirocini in negozio, questi ultimi mirati a ragazze giovani. «Vengono pagate, possono ottenere la prima lettera di referenza, imparare tantissimo, essere sicure di sé e parlare al pubblico», spiega Schippa a cui piacerebbe esportare il modello di The Social Outfit anche all'estero. Il marchio ha moltissimo potenziale e lo testimonia la crescita considerevole degli ultimi anni, a dispetto della pandemia. C'è una maggiore sensibilità del pubblico all'acquisto di capi etici e sostenibili, e al supporto di marchi che si fanno portavoce dei diritti umani e della solidarietà. «La moda in Australia è sempre stata fatta da persone di altri Paesi, a partire da Carla Zampatti. Abbiamo mobilitato le altre aziende per ricordare qual è il loro ruolo – conclude Schippa –. Per me la cosa fondamentale di The Social Outfit è cambiare il modo di vedere i rifugiati. C'è così tanto da imparare da loro. Ogni giorno».