

Vanity (R)evolution



VALORI

L'evento *Re-Generate our society* ad Audi House of Progress nel cuore di Milano, nel rinnovato palazzo The Medelan in piazza Cordusio.

COSTRUIAMO UN MONDO NUOVO

Charity Dago, **Claudia Segre** e Naomi Accardi si raccontano in **RE-GENERATE OUR SOCIETY**, il panel organizzato da *Vanity Fair* e Audi all'interno della Milano Design Week: diversità e inclusione per un futuro davvero sostenibile

di NICOLA BAMBINI

L'importanza dell'inclusione nell'accesso al lavoro. La responsabilità sociale delle aziende e la diversità come valore aggiunto. La lotta alla discriminazione attraverso un nuovo approccio educativo: *Vanity Fair* e Audi sono stati protagonisti alla Milano Design Week con il panel *Re-Generate our society*, un confronto sull'evoluzione del concetto

di sostenibilità nel più ampio paradigma della rigenerazione. All'interno degli spazi di The Medelan, lo storico palazzo di Piazza Cordusio che dal 6 al 13 giugno ha ospitato House of Progress, la casa dei quattro anelli ha condiviso la propria reinterpretazione del Pianeta, dell'individuo e – appunto – della società, declinando il concetto di re-generation per affrontare e vincere le sfide

del futuro. «La rigenerazione contiene in sé la rivoluzione, ma anche la generazione di un mondo nuovo», ha esordito Simone Marchetti, *Vanity Fair* European Editorial Director e *Vanity Fair* Italia Editor in Chief, prima di presentare le tre ospiti, massime esperte di diversity & inclusion, che «hanno portato nel mondo la loro principale rivoluzione e, come spesso sanno fare

Vanity (R)evolution

le donne, hanno generato un mondo nuovo»: Charity Dago, consulente d'immagine e founder di Wariboko, la prima agenzia di casting per afrodiscendenti in Italia, **Claudia Segre**, che con la sua **Global Thinking Foundation** sostiene progetti per l'istruzione di qualità e promuove l'educazione finanziaria come strumento per il raggiungimento della parità di genere, e Naomi Accardi, editor at large di *Season zine* e marketing director di Sunnei, che nel suo lavoro intreccia



moda, sport e dinamiche sociali. Tre storie di talento e di successo messe in moto da una scintilla identitaria: scoprire chi si è, per guardare avanti. «Ho deciso di creare Wariboko quando ho preso coscienza di me», ha raccontato Dago. «L'agenzia è nata nel 2020, ma il mio percorso di consapevolezza è iniziato nel 2018, quando ho imparato a gestire il mio capello naturale, afro. Mi sono guardata davvero allo specchio e ho capito che la mia pluridentità passa anche dal capello, dal colore della pelle, dal parlare italiano, dal saper cucinare le lasagne e dall'essere una grande appassionata di musica hip hop, tante cose insieme». Le fa eco Segre, che sottolinea: «Che cosa mi ha fatto diventare la persona che sono oggi? Sicuramente l'osservazione di come venivano trattate le donne nel mio mondo

lavorativo, la finanza. Dopo 35 anni di carriera, vedevo in Italia un vuoto di conoscenze. Allora sono andata dal mio responsabile e gli ho detto che avremmo dovuto fare educazione finanziaria per aiutare le persone in difficoltà, ma non ebbe la reazione che mi aspettavo. Capii che quella era la strada che volevo seguire: un'attività di filantropia strategica per affrancare le donne e spingerle verso una libertà di scelta, perché se qualcuno ha il controllo



del tuo denaro, ha il controllo della tua vita». Una scelta di impegno e libertà, come è stata anche quella di Accardi, che ha seguito con la famiglia la carriera di papà Giuseppe, ex calciatore di Serie A e che ha raccontato il suo percorso: «Le esperienze che ho vissuto fin da bambina mi hanno portata a essere ciò che sono adesso. Ho avuto la fortuna di crescere circondata dalla diversità, ho sempre avuto dentro di me la voglia di scoprire il mondo: a 15 anni ho iniziato ad andare a Los Angeles durante l'estate per fare la baby sitter, e proprio lì sono tornata per frequentare l'università. Mi ha aperto la mente, non sono più riuscita a fare a meno di quel melting pot culturale, che poi è stato fondamentale nel mio iter professionale». La diversità come valore aggiunto, certo. Ma anche come stimolo per la creatività:

«Se guardo le nuove generazioni vedo un approccio più paritario al lavoro, una cultura aziendale che si sta aprendo al CONFRONTO» – Naomi Accardi



IMPEGNO E TALENTO

Le ospiti dell'evento: sopra, Charity Dago; in alto, da sinistra, Naomi Accardi e Claudia Segre.

testimonianza ne sono le iniziative di Wariboko che – dopo la collaborazione al film presentato a Cannes lo scorso anno su Oscar Micheaux, primo regista afroamericano – ha in cantiere un progetto legato al doppiaggio e un corto che racconta la storia di alcune importanti personalità afrodiscendenti nel Rinascimento: «Fare educazione è importante, questa è l'umanità». E in tema di educazione, **Global Thinking Foundation** è in prima linea, studiando il territorio e la

Vanity (R)evolution



RITORNO AL FUTURO

Audi grandsphere Concept, in anteprima italiana alla Milano Design Week, è un'avveniristica berlina-coupé elettrica che, assieme alle concept Audi skysphere e Audi urbansphere, interpreta la mobilità del futuro nel segmento di lusso e l'ambizione del marchio di

confermarsi pioniere della transizione tecnologica. Nel comfort di un volo in prima classe, porta al debutto tecnologie e stilemi destinati a essere ripresi dai futuri modelli dei quattro anelli: la guida autonoma di Livello 4 e l'ecosistema digitale di bordo garantiscono esperienze

d'intrattenimento e senza precedenti. Il look pulito e le dinamicità del carattere sportivo richiamano la bellezza iconica e allo stesso tempo ci portano verso un mondo nuovo. Nella foto, Simone Marchetti con Massimo Faraò, Direttore Marketing Audi Italia.

stratificazione sociale, perché per comprendere la chiave di lettura è fondamentale l'ascolto, come ha ben spiegato Segre: «Bisogna fertilizzare il terreno per crescere insieme, affiancati», e difatti, nella scuola del quartiere di Ballarò, a Palermo, Segre ha una collega che traduce in siciliano i suoi interventi sul trading speculativo. Da una parte c'è la necessità di inclusione per far crescere la comunità, dall'altra le nuove generazioni che si avvicinano con curiosità alla cultura del denaro. «Lavoriamo sulla prevenzione della violenza economica, che nel 95% dei femminicidi è il grimaldello che fa scattare l'escalation», ha aggiunto. «Ci battiamo affinché questa tipologia

di violenza venga inserita pienamente negli ordinamenti. Tanti passi sono stati fatti riguardo alla parità di genere, ma tanto c'è ancora da fare». I report ci dicono che nelle società quotate in borsa, la rappresentanza femminile nei consigli di amministrazione è passata dal 75% al 41%, una diversità che – dati alla mano – porta a un significativo aumento degli utili. «Da quando sono rientrata in Italia, 3 anni e mezzo fa, mi è capitato di dover combattere di più per far sentire la mia opinione, siamo ancora un passo indietro rispetto ad altri paesi», ha affermato Accardi. «Se guardo le nuove generazioni, però, sono positiva. Vedo un approccio più paritario al lavoro, una cultura aziendale

che si sta aprendo al confronto: bisogna avere il coraggio di dare voce a tutti, uno spazio d'espressione per chi non riesce a farsi sentire, chi magari non ha avuto la mia stessa fortuna in termini di background».

Un percorso che tende quindi verso una visione di crescita collettiva, indipendentemente da etnia, genere, età, condizioni di diversa abilità, orientamento politico e sessuale. Un futuro in cui l'umanità sia in grado di prendersi cura di se stessa e del Pianeta. Un futuro dove la competizione lasci spazio alla collaborazione, a una cooperazione che si nutra delle differenze senza pregiudizi.

«Spero che tra dieci anni Wariboko abbia estinto la sua mission di rappresentare solo afrodiscendenti e rappresenti la diversità nella sua totalità e che ci siano quindi altre sfide, in un mondo in cui non si fanno più domande se una persona è nera e parla italiano», ha concluso Dago.

Un mondo dove ciascuno faccia la sua parte, compresa la finanza: «La sostenibilità può essere realizzata solo se abbiamo i soldi», ha chiosato Segre. «I nuovi investitori e risparmiatori sono proprio quei ragazzi che andiamo a educare alle scelte sostenibili, così il cerchio si chiude. Finalmente si è capito il valore della finanza etica, e bisogna agire subito per cambiare mentalità: come diceva il Dalai Lama, ci sono solo due giorni dell'anno nei quali non possiamo fare niente, che sono ieri e domani.

Il presente è adesso, dobbiamo viverlo e costruirlo, lavorare e credere, per renderci liberi». Per rifondare un nuovo patto generazionale, e Ri-generazionale.

➔ TEMPO DI LETTURA: 7 MINUTI