Lo stilista Tommy Hilfiger

“Se vai lì, ci lasci il cuore”. Così il celebre stilista Tommy Hilfiger racconta il suo personale impegno a favore di un villaggio ugandese di nome Ruhiira, “adottato” dalla sua fondazione per farne un centro autonomo economicamente, dotato di scuole e infrastrutture adeguate.

Hilfiger è un personaggio speciale del fashion system, uno di quelli che ha sempre creduto nel dovere etico di conciliare il business con la filantropia, mostrando una grande disponibilità ad aiutare gli altri già quando era un venditore di jeans povero e sconosciuto.

Quest’anno egli ha deciso di coinvolgere anche il pubblico nei suoi progetti benefici, proponendo una collezione di capi d’abbigliamento i cui proventi saranno devoluti totalmente alla causa africana. Da tempo il creativo imprenditore americano opera a fianco dell’organizzazione Millenium Promise per tradurre in realtà il progetto di abbattimento della povertà mondiale entro il 2015 (lanciato dall’ONU nel 2000). Un’utopia, penserà qualcuno. Ma l’importante è cominciare, impegnandosi in prima persona e dandosi un’organizzazione precisa.

Hilfiger, che nel 1985 ha fondato un marchio leader nel comparto del casualwear (rilevato nel 2010 dall’olandese Phillips-Van Heusen Corporation), è talmente convinto della sua “mission” da gestire la beneficienza come il piano di sviluppo commerciale di un’azienda e, quindi, ha trovato in Jeffrey D. Sachs, presidente di Millenium Promise, il partner ideale per perseguire gli obiettivi più ambiziosi.

Da anni la Tommy Hilfiger Corporate Foundation sostiene i bambini americani disagiati (in collaborazione sia con il Fresh Air Fund sia con il Washington DC Martin Luther King Jr. National Memorial Project Foundation) investendo in progetti educativi che offrano ai giovani la possibilità di costruirsi un futuro. Alla base di ogni sua azione in ambito umanitario vi è, infatti, l'idea che non basta offrire cibo e denaro ai bisognosi, ma è necessario fornire loro gli strumenti idonei di crescita, ovvero le ragioni della speranza. Nel caso di Ruhiira, ad esempio, Hilfiger crede fermamente che la povertà si possa debellare solo sviluppando la produzione in loco e, di pari passo, l'istruzione.

Così, l'anno scorso nel villaggio ugandese è partito il piano quinquennale di lavoro comune e alcuni risultati sono già visibili tanto nel campo dell'agricoltura quanto nell'edilizia scolastica ed ospedaliera.

Consapevole dell'alto tasso di "dispersione" degli aiuti inviati in Africa (per colpa dei regimi dittatoriali e della corruzione diffusa), lo stilista ha definito un suo piano di lavoro ad hoc con l'appoggio delle Nazioni Unite: "Per prima cosa studiamo la situazione. Poi andiamo sul campo e decidiamo cosa fare, stabilendo delle priorità. La prima è l'acqua, poi la salute. E ovviamente l'istruzione".

Hilfiger ha mostrato una grande sensibilità, in particolare, ai problemi di salute della popolazione, finanziando lautamente la ricerca. Supporta, fra l'altro, Race to Erase che lotta contro la sclerosi multipla e la Breast Health Foundation che combatte il tumore alla mammella.

Ora Hilfiger (che è stato recentemente cooptato nel CdA di Belstaff – marchio per molti anni nelle mani della famiglia Malenotti – neo-acquisizione di Labelux Group degli austriaci Reimann) è alla ricerca di un testimonial famoso disposto non solo a mettere la propria

faccia su un manifesto, ma ad impegnarsi direttamente nel progetto, promuovendolo presso il grande pubblico. Non dovrebbe essere difficile reclutare una celebrity di peso che faccia al caso, visto che molti vip hanno già dimostrato in svariate occasioni di essere estremamente sensibili a cause benefiche importanti.