



# AFRO FASHION ASSOCIATION E BLACK CARPET AWARDS

visibilità, equità e il futuro della moda inclusiva  
secondo Michelle Ngonmo

Michelle Francine Ngonmo è la mente dietro la creazione di 'Afro Fashion Association' e i 'Black Carpet Awards', due piattaforme nate con l'obiettivo di costruire visibilità, credibilità e accesso per i creativi afrodiscendenti. La sua missione è chiara: trasformare l'industria della moda, ancora troppo spesso esclusiva e basata su relazioni privilegiate, in un ecosistema inclusivo e strutturato.

Afferma: "Lavoro nell'intersezione tra cultura, creatività e sistemi, perché il talento è ovunque, ma le opportunità no. Il mio focus è semplice: costruire infrastrutture che permettano alle persone afrodiscendenti e POC (People Of Color) creative di essere viste, supportate e sostenute. Non solo occasionalmente valorizzate nel futuro, ma incluse strutturalmente."

Secondo Michelle, la moda non è solo stile, la moda è potere. "Quando parlo di DEI, non parlo di tendenze, parlo di come un'industria decida chi vi appartiene e chi può guidarla."

### L'origine di Afro Fashion Association

L'Afro Fashion Association nasce dall'osservazione di un pattern ricorrente: talento incredibile, enorme contributo culturale e quasi nessun sistema di supporto. Già all'università di Ferrara, Michelle aveva sperimentato queste dinamiche, come presidente degli studenti afrodiscendenti, avendo l'occasione di viaggiare per l'Europa e incontrare giovani

creativi "che studiavano, ma a cui non era nemmeno permesso fare uno stage o un colloquio." Molti venivano notati, ma non celebrati, senza che venisse fatto un vero investimento su di loro.

Per questo Michelle ha costruito una piattaforma che si concentra su tre pilastri: access, credibility e continuity. L'accesso riguarda le reti, i decisori e le vere opportunità. La credibilità significa posizionare il talento in spazi che possano elevare le carriere nel lungo periodo. Infine, la continuità è fondamentale, perché "la visibilità senza infrastruttura è temporanea."

"Non è solo una questione culturale, è anche economica," sottolinea, "quando l'industria sotto-investe intere comunità di talento, perde anche innovazione." Michelle ha dunque capito che il vero problema non era il talento, ma il sistema: "La porta esisteva, ma nessuno nella comunità aveva le chiavi." Questo è stato il suo punto di partenza.



Courtesy of Michelle Ngonmo

Il lavoro è poi evoluto naturalmente in una seconda domanda: come è possibile onorare pubblicamente l'eccellenza al livello più alto, in modo che diventi innegabile? Ed è in quel preciso momento che Michelle ha creato i Black Carpet Awards.

I Black Carpet Awards sono quindi nati dal bisogno di riconoscimento, prestigio e permanenza. Spesso si pensa che i Black Carpet Awards riguardino solo le persone nere e la black community, Michelle invece sottolinea fortemente l'origine del nome ed il suo significato: "Ho scelto il nome 'Black' perché il nero assorbe tutti i colori. Volevo creare uno spazio in cui ogni colore fosse celebrato, con particolare attenzione alle persone afrodiscendenti."

Questi awards non celebrano solo la visibilità immediata, ma mirano a costruire eredità e legittimare carriere: "L'eccellenza non ha bisogno di permesso. Merita un palco, un riflettore e, soprattutto, un'eredità. E' anche una scelta strategica, perché quando elevi pubblicamente qualcuno ad alto livello, cambi anche la percezione dell'industria. Cambi ciò che le persone considerano normale, realizzabile e di valore."

Per Michelle, una strategia DEI efficace non deve essere una campagna: deve diventare cultura operativa. "Se la DEI non ha obiettivi, budget, responsabilità e una leadership o una proprietà chiara, allora non è una strategia, è solo branding. Una DEI efficace si manifesta in chi viene assunto, promosso, incaricato e pagato, in chi siede ai tavoli decisionali e chi beneficia di appalti e partnership."

La differenza tra rappresentazione, equità e inclusione deve essere chiara: "La rappresentazione è chi appare. L'equità è chi progredisce dopo. L'inclusione riguarda invece chi detiene il potere. Se continuiamo a fare DEI solo per fini di rappresentazione, resterà tutto in superficie e sarà solo tokenismo."

L'Italia ha già fatto alcuni passi avanti: "Stiamo collaborando con istituzioni come la Camera Nazionale della Moda, abbiamo designer nel calendario ufficiale della Milano Fashion Week, ma non solo: stiamo costruendo programmi di mentorship, iniziative per i designers, un intero ecosistema per supportarli nella crescita e aiutarli davvero ad arrivare a sedersi a quei tavoli e a sentirsi parte delle stanze in cui entrano."

Nonostante questi progressi, l'Italia presenta tuttavia ancora delle barriere culturali e istituzionali: "Sta migliorando in superficie, ma è ancora incoerente nel profondo." Non è presente un percorso di carriera lungo e strutturato. "L'Italia ha talento e, certo, influenza globale, ma manca la continuità strutturale." Vi è un'insufficiente diversità all'interno di leadership, team creativi e percorsi di carriera a lungo termine. Michelle afferma che le principali barriere italiane che ancora oggi persistono sono tre. La prima è un'idea ristretta di cosa significhi "identità italiana", percepita ancora come "bianca". La seconda è l'accesso alle reti troppo spesso basato sulle relazioni e non sul merito. La terza riguarda la mancanza di

rappresentanza dietro le quinte, che influisce su opportunità e narrazione. La soluzione deve essere pratica e prevedere l'apertura di canali, la ricerca di finanziatori, la creazione di opportunità e di mentorship, ed infine la condivisione del potere. Bisogna evitare qualsiasi gesto simbolico.

“Voglio che i giovani creativi vedano un futuro che li includa, senza eccezioni o scuse. L'award crea memoria culturale, documenta l'eccellenza e legittima le carriere, aumentando l'ambizione. Il talento è universale, le opportunità no.”

Una delle sfide principali riguarda proprio l'accesso, che è davvero molto limitato, e la sostenibilità. Molti giovani creativi mancano di una rete che apra loro le porte e, soprattutto, della stabilità finanziaria per sopravvivere all'interno di un'industria costruita su sistemi non regolamentati e informali.

Ma portano anche con sé un compito invisibile: essere i primi o gli unici, specialmente tra i designer sottorappresentati.

“Il nostro lavoro è trasformare l'isolamento in ecosistema,” spiega Michelle. Quindi, lo stereotipo sociale, insieme alla mancanza di accesso e sostenibilità, rende davvero difficile crescere nell'industria.

“La moda è un'autorità visiva. L'immaginario inclusivo amplia il senso di appartenenza, ma deve corrispondere alla realtà,” dice Michelle. “Se l'immagine è diversa ma il potere non cambia, allora è solo superficiale. Il vero progresso avviene quando rappresentazione e decision-making avanzano insieme.”

Fashion Week e grandi case influenzano la supply chain, le norme di assunzione, la leadership creativa e cosa viene finanziato.



Courtesy of Michelle Ngonmo

Hanno quindi un ruolo strategico: possono definire standard, investire in pipeline, ingaggiare talenti sottorappresentati e costruire partnership a lungo termine basate sui risultati, in quanto “l’equità è un vantaggio strategico, non un atto di beneficenza.”

I Black Carpet Awards celebrano l’eccellenza afroamericana in diversi campi, moda, arte, ecc, ma dietro la loro creazione c’è anche una storia personale: un incontro con un CEO di un grande brand che fece sentire Michelle invisibile. Tornando a casa, ricevette un messaggio di sole tre parole dal suo mentore Virgil Abloh: “I see you”. “In quel momento ho pianto perché mi sentivo vista, ed ho pensato: voglio che tutti come me si sentano visti e mai invisibili. Devo creare uno spazio dove le persone possano davvero sentirsi viste” ci racconta. Il primo Black Carpet Award si è tenuto nel 2022 e ha visto la nascita di un premio speciale in onore di Virgil Abloh, accompagnato dall’hashtag “ICU”. Sono stati celebrati, attraverso un video tributo, 78 creativi POC italiani che lavoravano con lui, direttamente o indirettamente. L’idea dei Black Carpet Awards nasce quindi da una semplice verità: l’eccellenza viene spesso consumata ma non adeguatamente riconosciuta o archiviata.

I Black Carpet Awards correggono questo, celebrando i risultati con visibilità, prestigio e permanenza. “L’evento serve anche a mostrare che la celebrazione non riguarda solo champagne e glitters, ma consiste nel condividere le storie dal nostro punto di vista, la nostra narrativa, così che possano sentire direttamente da noi chi siamo, cosa

facciamo e perché è importante essere alleati nella vita, poiché i Black Carpet Awards riguardano anche l’alleanza.” In conclusione, guardando al futuro, Michelle immagina un’industria della moda matura, dove DEI non sia solo un tema, ma uno “standard di qualità”.

“Nei prossimi dieci anni, il successo apparterrà ai brand con leadership diversificata, accesso equo alle opportunità, sistemi trasparenti e intelligenza culturale. Il futuro non parla di inclusione, parla di condivisione del potere.” Secondo Michelle, i brand che comprenderanno questa dinamica guideranno a livello globale, perché “il consumatore oggi deve comprendere cosa c’è dietro ogni prodotto e percepire la credibilità culturale dietro ogni strategia di marketing presente sul mercato.”



Courtesy of Michelle Ngonmo