

Sociaal ondernemerschap: vrouwen overstijgen zichzelf

Hoe kun je filantropie en ondernemerschap met elkaar laten rijmen? In die opdracht zijn Catherine Mathys en Manuela del Marmol wonderwel geslaagd. Twee dynamische vrouwen die kwamen, een maatschappelijk probleem zagen en het overwonnen. Allebei maakten ze op hun manier handig gebruik van hun creativiteit, professionalisme en passie om komaf te maken met een probleem. Hun visie: filantropie benaderen zoals een ondernemer die zijn bedrijf runt. Dat mondde uit in twee kwalitatief hoogstaande sociale ondernemingen die menselijke waarden hoog in het vaandel voeren. Ontdek het parcours van twee inspirerende vrouwen die van een project een duurzaam beroep met toekomst maakten.



Waarom hebt u zich in het avontuur van het sociaal ondernemerschap gestort?

Catherine Mathys: Mijn dochter Romy ondervond moeilijkheden op school. De zoektocht naar de oorzaak was moeilijk en heeft veel tijd, energie en geld gekost. Uiteindelijk bleek dat ze aan dyslexie lijdt. Maar wat als je als ouder niet over de nodige middelen beschikt om je kind zijn leven niet te laten starten met een flinke achterstand? Die fundamentele ongelijkheid waardoor kansarmen nog minder kansen krijgen, maakte me boos. Ik wou er iets aan te doen. Daarom ging ik op zoek naar een manier om kinderen te helpen die door hun sociaal-economische situatie thuis moeilijkheden op school ondervinden. Zo richtte ik in 2015 de stichting *The Art of Giving* op.

© FRIEKE JANSSENS – Chalk Boys – TAG-kunstcollectie 2015



Hoe ziet uw bedrijfsmodel eruit?

CM: Het doel van de stichting is om fondsen te werven ten voordele van educatieve, buitenschoolse projecten voor kansarme kinderen in België. We bieden drie jaar lang financiële steun zodat projecten opgestart en opgevolgd kunnen worden en de resultaten aantoonbaar worden. De fondsenwerving gebeurt door kunstwerken te verkopen. Elk jaar vragen we aan een vijftal kunstenaars om speciaal voor de stichting werken te maken. De stichting draagt de productiekosten. De opbrengst van de verkoop gaat integraal naar de stichting. We verkopen de werken aan vaste, marktconforme prijzen tijdens een jaarlijkse vierdaagse tentoonstelling en via onze website.

Wat zijn uw doelstellingen qua sociale impact?

CM: We willen verder groeien en in zoveel mogelijk Belgische steden dergelijke projecten ondersteunen. Daarnaast hopen we ook de bewustwording te vergroten over de problematiek van kansarme kinderen in het Belgische onderwijs.



Catherine Mathys, oprichtster van The Art of Giving Foundation

Wat zet u aan om door te gaan?

CM: In 2015 hebben we Teach for Belgium en Kras jeugdwerk financieel kunnen steunen.

Wat of wie heeft u geïnspireerd?

CM: Jaren geleden stapte ik in Los Angeles de schoenwinkel TOMS binnen. Voor elk paar schoenen dat je er koopt, geeft TOMS een paar aan een kind dat er nood aan heeft in een derde-wereldland. Een prachtig initiatief! Ik heb dan ook meteen het boek *Start something that matters* gekocht van Blake Mycoskie, de oprichter van TOMS. Waarschijnlijk heeft het me dat laatste duwtje in de rug gegeven om The Art of Giving Foundation in het leven te roepen.



© RIK DE BOE – Viewmaster – TAG-kunstcollectie 2015

Editie 2016

De verkoop op www.theartofgivingfoundation.be ging van start in september. De hedendaagse kunstenaars die aan deze editie hebben bijgedragen, zijn Chase, Fred Eerdeken, Nick Ervinck, Isabel Miguel Arques en Andy Wauman.

Manuela del Marmol,
medeoprichtster van Kisany



Wat was voor u de aanleiding om u in het avontuur van het sociaal ondernemerschap te storten?

Manuela del Marmol: We wilden verstoppen vrouwen uit Oost-Afrika hun waardigheid teruggeven. Zij leven in een wereld vol geweld, dragen een zware last op hun schouders en krijgen amper respect. Alles begon met een heel klein project opgestart in 2003. Maar stilaan kreeg het de omvang van een sociale onderneming. Vandaag staat Kisany voor een hele collectie met de hand geborduurd huishoudlinnen en stelt het initiatief honderd borduursters en ontwerpers tewerk in Kivu in de Democratische Republiek Congo, in Rwanda en in Kenia. Onze producten zijn geëvolueerd naar kwaliteitsproducten. Een niche dus, waarvoor er nog voldoende groeipotentieel is. Je hebt uiteraard de zakelijke kant die sterk aanwezig is. Maar dat is niet de reden waarom we telkens een nieuwe collectie uitbrengen. We willen die vrouwen het hele jaar door werk geven. Dat zinvolle, creatieve luik motiveert ons om Kisany verder uit te bouwen.

Hoe ziet uw bedrijfsmodel eruit?

MdM: We zijn begonnen met zes borduursters, een ontwerper en heel bescheiden middelen. Nu draaien we een omzet van nagenoeg 500.000



euro. In België bestaat het management en het verkoopteam uit vrijwilligers, wat ons in staat stelt om de winst maximaal te herinvesteren in de ontwikkeling van Kisany.

Wat zijn uw doelstellingen op het gebied van sociale impact?

MdM: Onze belangrijkste sociale doelstelling is ervoor te zorgen dat de vrouwen financieel onafhankelijk zijn. Hen leren om zelf te kiezen en het juk van een onderwerpende cultuur van zich af te gooien. Wij houden een 'Vrouwenschool' in stand door opleidingen aan te bieden over preventieve gezondheidszorg, alfabetisering, vrouwenrechten, financieel beheer en het gebruik van informatica. Door ze te begeleiden op de weg naar meer autonomie gaat hun situatie er aanzienlijk op vooruit. En die verbetering is blijvend. De groeidoelstelling van onze onderneming stelt ons in staat om het sociale doel naar een hoger niveau te tillen.



Uit welke verwezenlijkingen put u kracht om uw opdracht verder te zetten?

MdM: De vaststelling dat vandaag een hele groep vrouwen opnieuw met opgeheven hoofd rondloopt, dat ze onafhankelijk zijn en de toekomst met vertrouwen tegemoet zien. Zoals Espé die 15 jaar was toen ze bij Kisany aankwam, nu een team van 30 vrouwen leidt en meer dan 10.000 bestellingen per jaar beheert.

Is er iemand die u in het bijzonder inspireert?

MdM: Wie me het meest geïnspireerd heeft, is mijn papa, Etienne Van Campenhout. Zowel tegen mijn broers en zussen als tegen mij zei hij altijd: "Jullie hebben veel gekregen, vergeet niet om ook veel te geven". ■

Campagne 'Give work'

Ontdek de met de hand geborduurde Kisany-artikelen op www.kisanygivework.com. Elke bestelling garandeert een dag werk aan een door Kisany begeleide borduurster.