



She Means Business: formare le imprenditrici del domani

Al via l'iniziativa di **Facebook "She Means Business"** per il **training gratuito alle donne italiane**. Segno di una forte attenzione del **big tech** per l'intraprendenza delle professioniste del nostro Paese.

L'Italia è il Paese delle [lavoratrici autonome](#), secondo i dati OCSE ([OECD Report to G7 Leaders on Women and Entrepreneurship, 2016](#)), e il secondo in Europa con un 16% di [donne imprenditrici](#) rispetto all'11% della media europea. Siamo fanalino di coda in tanti settori dell'economia, ma non in quello dell'**intraprendenza**. A questo deve aver pensato Facebook quando [ha lanciato](#) l'iniziativa "[She Means Business](#)": una formazione gratuita su **social network** e web rivolto a tutte le donne che vogliono scoprire le potenzialità dei nuovi media per avviare una propria attività o gestire da sole una già esistente, che siano lavoratrici autonome o meno. Il training è partito in questi giorni, il 22 novembre, e il nostro Paese è il primo in Europa, dopo il Regno Unito, a sperimentare l'iniziativa di [Facebook](#) in partnership con [Fondazione Mondo Digitale](#).

Il gigante del tech ha puntato sulle donne proprio perché, **nonostante il basso tasso di occupazione femminile in Italia (89%, Ocse), le imprese in rosa crescono**. Con quasi 10mila aperture in più nel 2016, le aziende guidate da donne sono arrivate a 1,3 milioni e rappresentano il 21,8% del totale. A dircelo sono i [dati dell'Osservatorio per l'imprenditoria femminile](#) di [UNIONCAMERE](#).

Sono giovani, spesso *bread-winner*, ovvero l'unica fonte di reddito per la famiglia, lavorano nel commercio, guidano aziende agricole – nel 2015 sono cresciute addirittura del 76% le under34 che hanno scelto di mettersi in proprio in agricoltura – e nel turismo. [Un'indagine Doxa](#) rivela anche che la maggior parte di loro arriva [all'auto-imprenditorialità](#) da un altro lavoro: il 47% aveva un impiego da dipendente ma ha deciso di dare vita ad [un'attività autonoma](#) per mettere a frutto competenze e studi fatti (43%), per crescere professionalmente e avere chance maggiori (41%), per sviluppare il proprio talento (33%) o più "semplicemente" per affermarsi (31%).

La determinazione, la caparbia e l'intraprendenza in ognuna di queste [storie](#), rende sempre più attraente parlare di **imprese al femminile**. E Facebook non è il solo: il **mondo del digitale è attivo nei confronti dell'imprenditoria**, che siano imprese rosa o meno; ora con offerte di servizi gratuiti ora con formazione e suggerimenti per [avviare una startup](#).

Facebook però è la prima ad aver lanciato un'attività formativa sul segmento donne a livello internazionale: l'iniziativa è infatti già in corso negli Stati Uniti e, dopo il Regno Unito e l'Italia, verrà diffusa anche in altri paesi. All'offerta di **training gratuito** ideato da Facebook, hanno già aderito **professioniste, startupper o donne** che vogliono [rimettersi in gioco](#) dopo una pausa dal lavoro. 3500 saranno le destinatarie, l'attività verrà svolta in 17 città italiane da novembre 2017 a marzo 2018 e verrà portata avanti presso enti già attivi sul territorio, rigorosamente no-profit; coordinati da Fondazione Mondo Digitale.

Facebook, Mondo Digitale e una neo-imprenditrice: cosa significa She Means Business

Sentiamo come Facebook, Fondazione Mondo Digitale e una donna in procinto di avviare una propria attività, ci parlano dell'iniziativa.

Iniziamo da [Laura Bonancini](#), Head of Public Policy per Facebook Italia: qual è l'obiettivo di Facebook con questo training?

"Facebook vuole illustrare le potenzialità dei nuovi media che magari sono già usati dagli utenti, donne incluse ovviamente, per la promozione e la diffusione delle proprie idee, che sia un progetto di business o un'associazione. L'idea è quella di accrescere la consapevolezza dell'utilità degli strumenti social media, come Facebook e Instagram, ma anche stimolare la possibilità di lavorare da remoto.

Pensiamo a tutte le donne che sono temporaneamente [lontane dall'ufficio](#) per una maternità: sfruttare questi strumenti per promuovere e far conoscere un loro progetto, rimanendo a casa, può consentire loro di mantenere in equilibrio le loro scelte di vita e le loro ambizioni. E iniziare ad immaginare, perché no, che in questo modo la [tecnologia non riduce](#) l'occupazione ma può valorizzarla".

E quali sono gli obiettivi che cercherete di soddisfare con la formazione?

"L'iniziativa e il sito sono stati pensati per rispondere a tre grandi pilastri: il primo è quello di fornire una formazione sulla persona, il secondo quello di mettere a disposizione, sia delle partecipanti che degli utenti interessati delle [best practice](#) che siano fonti di ispirazione per progetti nuovi; e il terzo è quello del networking. Quando la formazione viene fatta in aula, c'è la possibilità che i partecipanti costruiscano delle reti, guadagnino dei contatti utili per la propria idea, incontrino le persone giuste con cui avviare un'attività e si sentano più forti perché parte di una comunità".

Avevate in mente un target di donne in particolare?

“Non c’è un target in particolare: tutte le donne sono coinvolte, se ritengono l’iniziativa interessante.

La nostra aspirazione è che ogni donna che aderisce alla formazione, possa imparare gli elementi principali per gestire le campagne per la propria [attività imprenditoriale o no-profit](#), o comunque qualunque progetto a cui vuole dare visibilità. E che questo strumento consenta loro di dire che [destreggiarsi nel digitale](#) non è poi così difficile. È un tentativo di democratizzazione attraverso i social media, vedremo alla fine del 2018, se ha funzionato”.

[Mirta Michilli](#), lei dirige Fondazione Mondo Digitale, che ha gestito l’organizzazione della formazione e sta coordinando le adesioni. Come avete selezionato i formatori per il training e che target di donne sta emergendo?

“Dalla [call](#) che abbiamo attivato, [abbiamo selezionato 32 coach su 100](#): sono esperti di social media, che curano autonomamente le pagine sui social network inerenti le loro attività. Da questa nostra selezione, i formatori sono stati poi ulteriormente formati da Facebook. Quando abbiamo deciso di occuparci di questo progetto, abbiamo avuto subito chiaro che questa attività doveva colmare lacune e potenziare le capacità ad un livello basico. Tanto che le adesioni sono arrivate da 90 città diverse: a fare da capofila Roma, Torino, Cosenza e Milano. Il 50% delle donne che hanno aderito sono già imprenditrici e libere professioniste, confermando quello che già era emerso nella fase di studio del progetto: l’intraprendenza di queste donne è molto alta al Sud d’Italia. E infatti i settori prevalenti per le attività sono l’artigianato e il [turismo](#). E non c’è un target omogeneo: ad esempio il 37% delle aderenti sono over 40 e solo un 5% giovanissime, sotto i 25 anni”.

Perché avete deciso di seguire il progetto di Facebook?

“Due dati mi hanno colpito: il fatto che ci siano – secondo i numeri forniti da Facebook – [30 milioni di utenti attivi sul social ogni giorno](#), su una popolazione che è poco più del doppio; e il fatto che sebbene ci siano molte donne che lavorano autonomamente in Italia, guadagnino il 54% in meno rispetto agli uomini, per ore in meno lavorate. Le domande che mi sono scattate automatiche sono state: *quanti di quei 30 utenti attivi sono donne?* E, di conseguenza, *se le donne riuscissero a guadagnare di più senza necessariamente aumentare le loro ore lavorate?* La risposta, credo, sta in questa sperimentazione: può essere la strada per fornire qualche strumento in più a queste lavoratrici affinché riescano a dare visibilità ai loro progetti, sogni e idee di business, magari incrementando i loro guadagni”.

E infine Laura Atzori, 43 anni, maestra e incuriosita dall'iniziativa. Ritieni che questa iniziativa possa essere utile?

"Più informazioni si hanno, più si ampliano i nostri orizzonti. Rispetto al training di Facebook, ho già delle conoscenze sull'uso dei social media per dare visibilità ai progetti, però valuterò attentamente in ragione della mia attività".

Hai in mente di avviarne una?

"Sì, una [ludoteca](#) che sia anche uno spazio polifunzionale, con un [coworking](#) che permetta a tutti di interagire: il [professionista](#) che non ha uno studio e vuole gestire i propri clienti o ancora le persone più avanti con l'età e fuori dal mercato del lavoro che possono in questo spazio sentirsi apprezzati, al centro della vita produttiva, e in grado di intessere relazioni e attività diversamente da quello che fanno in un centro anziani".

Cosa vorresti da un incontro di formazione, come quello organizzato da Facebook e Fondazione Mondo Digitale?

"Vorrei che facessero da mentori su settori specifici, senza che gli utenti passino necessariamente per [incubatori](#) o [acceleratori d'impresa](#). La mia idea non è una [startup innovativa](#) e quello di cui c'è più bisogno, [per avviare un'attività come la mia](#), è il supporto anche dei privati, oltre che del pubblico, [per incentivare il progetto](#). Anche perché, avrebbe risvolti sull'intera filiera: uno spazio come il mio coinvolge le categorie più vulnerabili, anziani, bambini. Le due più silenziose - quelle che non chiedono - ma anche le più sensibili: un [luogo di innovazione sociale](#) che funziona, produce benefici per l'intero piccolo ecosistema di una comunità. E forse non è un caso che l'iniziativa di Facebook è rivolta alle donne: molte attive, inclusive e altrettanto sensibili".