

la Repubblica.it

Arriva #SheMeansBusiness, l'iniziativa per le donne che fanno impresa

Il progetto è lanciato da Facebook insieme a Fondazione Mondo Digitale (FMD). L'obiettivo è di fare crescere le attività grazie all'uso dei social network



#SheMeansBusiness: è questo il nome dell'iniziativa per sostenere le donne d'impresa lanciata da Facebook, in collaborazione con Fondazione Mondo Digitale (FMD). L'obiettivo è di far crescere i business femminili e di dare maggiori possibilità a chi vorrebbe avviare una nuova attività. In quale modo? Attraverso l'uso dei due social network più famosi che fanno capo a Mark Zuckerberg: Facebook e Instagram. Il gruppo di Menlo Park, quindi, punta anche a espandere il proprio servizio.

Per realizzare l'iniziativa, il colosso statunitense formerà i "coach" di Fondazione Mondo Digitale, associazione non-profit che mira a sostenere l'inclusione sociale attraverso l'innovazione. A loro volta, questi allenatori formeranno 3.500 donne in tutta Italia durante il 2018. Si terranno anche insegnamenti online e verranno spiegate le pratiche migliori per far crescere la propria attività utilizzando i due social. E ci saranno, inoltre, delle lezioni di autostima.

In Italia, le piccole e medie imprese femminili sono il 21,8% del totale (elaborazione Censis). Nel mondo del lavoro, rispetto alla media europea, il divario di genere è ancora alto: 18,8% contro il 12,7% dell'Ue. Stando alle stime del Censis, se l'Italia riuscisse a ridurre questo deficit del 25% entro il 2025, l'aumento delle donne attive produrrebbe una crescita del Pil di circa il 2%, oltre 33 miliardi di euro.

"Secondo i dati elaborati dall'European Institute for Gender Equality – dice Mirta Michilli, General director di FMD - l'Italia è uno dei paesi europei che sta facendo di più per colmare il divario di genere nel mondo del lavoro, ma manca ancora un approccio di sistema".

E la fondazione, anche grazie all'alleanza con Facebook, per dare una spinta punta a fare "da collante tra istituzioni, grandi aziende ICT, scuola, università, privato sociale e comunità territoriali". Senza dimenticare le ragazze al di fuori dei circuiti lavorativi: "Anche a loro – aggiunge Michilli – vogliamo offrire la chance di diventare imprenditrici digitali".

Tra le storie di chi ha saputo usare i due social per un'attività di successo c'è quella di Chiara Burberi, ideatrice di Redoc, una piattaforma didattica digitale per le materie STEM (scienze, tecnologia, ingegneria e matematica). O quella di Betta Maggio, che con U-Earth si occupa della purificazione dell'aria. Ma c'è anche Orange Fiber di Enrica Arena e Adriana Santanocito, azienda che crea tessuti di alta qualità usando i sottoprodotti dell'industria degli agrumi.