



I numeri parlano chiaro: in Italia, **il 18% in più degli uomini rispetto alle donne prende parte al mondo del lavoro**. È questo l'aspetto, secondo l'ultimo report sul gender gap del World Economic Forum, in cui il genere femminile è più penalizzato, insieme a quello della salute e del benessere economico. Per raggiungere la parità di genere, dalle cariche alle retribuzioni, occorreranno 170 anni. Come fare per tentare almeno di accorciare questo lasso di tempo? **L'iniziativa #SheMeansBusiness di Facebook in collaborazione con la Fondazione Mondo Digitale** (il cui fondatore, Alfonso Molina, è Ashoka Fellow come Eleonora Voltolina della *Repubblica degli Stagisti*), **punta a ridurre il gap di genere puntando sull'empowerment femminile e le capacità imprenditoriali delle donne in Italia**.

Come? Attraverso un **programma di sviluppo e perfezionamento delle competenze di social media marketing per imprenditrici, libere professioniste e aspiranti tali, che coinvolgerà 3500 donne** in tutto il Paese nel corso del 2018, passando da 17 città (Torino, Brescia, Busto Arsizio, Vicenza, Padova, Parma, Imperia, Arezzo, Pesaro, Chieti, Roma, Napoli, Cosenza, Matera, Termoli, Bari e Catania). Il primo appuntamento è a Roma il 22 novembre, ma **le iscrizioni sono già aperte** per tutte le destinazioni e si può fare domanda direttamente dal sito di Fondazione Mondo Digitale, compilando il **form dedicato**. Non ci sono particolari requisiti, basta essere interessate al tema e motivate a sviluppare il proprio business, o a lanciarne uno da zero.

Attraverso l'impiego di trainer appositamente scelti da Fondazione Mondo Digitale, **lo scopo primario del progetto è di insegnare alle partecipanti ad usare gli strumenti di Facebook e Instagram per migliorare il proprio business**. L'adesione al programma prevede di recepire strumenti e moduli formativi specifici, lezioni online e pratiche sull'utilizzo delle piattaforme social a fini di marketing (così come lezioni di autostima), ma anche testimonianze di donne imprenditrici del territorio che metteranno la loro esperienza a disposizione, ispirando le partecipanti a migliorarsi continuamente. I corsi sono gratuiti e dureranno dalle due alle quattro ore, e inoltre il programma punta ad inserire le partecipanti in un network basato sulla condivisione di buone pratiche.

«She Means Business è un'iniziativa che si basa su tre pilastri fondamentali: il primo è quello della formazione, dove **grazie alla partnership con Fondazione Mondo Digitale abbiamo identificato oltre trenta formatori** – soprattutto formatrici – che andranno sul territorio a fare training alle potenziali donne imprenditrici sull'utilizzo di Facebook e Instagram» spiega alla *Repubblica degli Stagisti* **Laura Bononcini**, responsabile relazioni istituzionali Facebook Italia. «**La seconda parte del progetto è legata alla condivisione di migliori pratiche**, perché pensiamo che la presenza di role model che sappiano ispirare con belle storie di imprenditrici di successo siano molto importanti, **mentre la terza parte è legata al networking**, quindi alla creazione di gruppi su Facebook, ma anche di incontri di persona, che permettano alle donne di conoscersi e di crescere insieme».



Perché Facebook ha deciso di lanciare questa iniziativa? Secondo i dati riportati dal big dei social, in Italia il potenziale imprenditoriale delle donne è un valore ancora inespresso. **In Italia, le piccole e medie imprese sono quasi 4,5 milioni, contribuiscono al Pil per il 70% e rappresentano un pilastro dell'economia, ma solo il 21% di queste, una su cinque, è un'impresa femminile** – secondo la definizione fornita nella legge 215/1992, per impresa femminile si intende una società costituita in misura non inferiore al 60% da donne; una società le cui quote di partecipazione spettano in misura non inferiore ai due terzi a donne e i cui organi di amministrazione sono costituiti per almeno due terzi da donne; oltre a imprese individuali gestite da donne.

D'altra parte «l'87% delle persone su Facebook è collegato in qualche modo ad una pmi italiana», riporta **Francesca Mambretti**, partner manager di Facebook Italia, e «il 39% delle pagine aziendali presenti sul social network per eccellenza sono di imprese di donne». Da un punto di vista femminile, quindi, le piattaforme social possono rappresentare una buona opportunità di specializzazione professionale. **«Le donne hanno una maggiore propensione all'utilizzo di strumenti digitali per far crescere il proprio business»**, ed è proprio qui che si inserisce Facebook: dando la possibilità alle donne di distinguersi e portandole a potenziare le proprie conoscenze in ambito digitale per promuovere al meglio la propria attività, è possibile contribuire a migliorare l'economia e a creare più posti di lavoro.

A partire dalla fine del 2017 e durante tutto l'anno prossimo, **Facebook punta attraverso il suo programma a incentivare l'empowerment femminile, anche attraverso la formazione di una rete di stakeholder** a livello locale a cui le donne possano affidarsi nel lungo periodo, dando vita così ad un ambiente che sia il più possibile volto a valorizzarle.

La **Fondazione Mondo Digitale**, da anni è attiva in Italia in progetti di inclusione sociale e digitale, si inserisce sotto l'aspetto dell'impiego dei trainer, esperti di comunicazione digitale che a livello locale si occuperanno di seguire e assistere le partecipanti durante la loro formazione. «Noi lavoriamo con tutte le più grandi aziende di ICT, e **con Facebook abbiamo da poco curato il decalogo per i giovani contro le fake news**. Siamo molto orgogliosi di essere stati scelti per portare il progetto in giro per l'Italia. Alle nostre iniziative formative già partecipano ogni anno in tutto il Paese circa 25mila persone. **Noi crediamo che questa sia un'iniziativa molto importante per liberare energie su tutto il territorio**, e faremo benissimo il nostro lavoro» dichiara **Mirta Michilli**, general director di Fondazione Mondo Digitale.



Sul sito di **#SheMeansBusiness** si trovano già tante storie di imprese al femminile di successo. Tra queste si trova quella di Betta Maggio, fondatrice e amministratore delegato di U-Earth Biotechnologies, una startup che sviluppa sistemi di purificazione dell'aria attraverso l'utilizzo di microrganismi che "mangiano" lo smog; Chiara Burberi, presidente e Ceo di Redooc, una piattaforma didattica digitale pensata per appassionare gli studenti alle materie Stem attraverso esercizi gamificati (il cui team è all'80% donna) e Enrica Arena di

Orange Fiber, una startup siciliana (che la *Repubblica degli Stagisti* segue già da qualche anno!), che ha inventato un metodo di riciclo degli scarti dell'industria alimentare delle arance per trasformarli in tessuti simili alla seta.

«Orange Fiber è stata costituita a febbraio 2014 da me e Adriana Santanocito, che deteniamo più dell'80% della società. **Ad oggi siamo in totale 5 soci, nel 2016 abbiamo fatturato più di 300mila euro e raccolto, tra fondi pubblici e privati, più di 500mila euro**» racconta alla *Repubblica degli Stagisti* Enrica Arena, 31 anni, CMO e co-founder: «Noi recuperiamo i residui degli spremitori industriali: la metà del peso iniziale di ciascuna arancia costituisce un sottoprodotto, inutile per fini alimentari o cosmetici! Attraverso un processo che abbiamo brevettato ne estraiamo una cellulosa atta alla filatura. In Spagna un nostro partner fa il filato, che poi torna in Italia, a Como, dove viene trasformato in un tessuto secondo le richieste dei brand». **La startup ha da poco lanciato una speciale collezione con Ferragamo**, che ha portato i loro tessuti dagli agrumi in diversi negozi di tutto il mondo. Per loro, spiega Arena, Facebook è stato fondamentale per far conoscere l'attività, e adesso **le startupper saranno tra le role model del programma #SheMeansBusiness**.



Ma l'essere donne ha pesato nello sviluppo dell'impresa? «Noi, ad oggi, non abbiamo riscontrato grosse problematiche in quanto donne, se non in ambienti molto tecnici. **Secondo me lì gioca non tanto il fattore donna, quanto il fatto che noi non abbiamo una formazione tecnica**, e quindi non parliamo la stessa "lingua"» puntualizza Arena. «Per noi non c'è mai stato un problema di credibilità verso le banche o gli investitori. **Sicuramente non è stato tutto facile**, perché le sfide sono quotidiane e legate alla raccolta fondi e alla produzione, **ma nulla di tutto questo è secondo me riconducibile al fatto di essere donne**, anzi, forse abbiamo rappresentato una minaccia minore in ambienti tecnici e, non vedendo il mondo così quadrato, cerchiamo di lavorare sui problemi in modo creativo».

Le donne, insomma, non hanno nulla di meno da offrire rispetto agli uomini quando si tratta di spirito imprenditoriale e capacità di stare sul mercato. Perciò auspicare e incoraggiare l'aumento di realtà innovative al femminile, puntando sulle competenze tecniche in ambito digitale, rappresenta uno stimolo importante per rendere le donne non solo più consapevoli, ma anche più capaci di mettersi in gioco. **Facebook è già attiva da diverso tempo in ambito internazionale con programmi dedicati all'empowerment femminile, alla promozione delle Stem e all'imprenditorialità**, come la **Facebook Grace Hopper Women in Computing Scholarship**, il programma **SheLeadsTech** per supportare le startup fondate da donne, e il programma di mentorship West, acronimo di **Women Entering and Staying in Tech**. C'è sicuramente ancora tanta strada da fare per azzerare il gender gap, ma fornire uno strumento in più alle donne per spendersi sul mercato del lavoro non potrà che contribuire allo scopo, dando vita ad una nuova generazione di imprenditrici sempre più emancipate e digitali.