



#SheMeansBusiness: il progetto di Facebook per promuovere l'imprenditoria femminile

Già attivo in Asia, America Latina, Regno Unito e Medio Oriente, il programma ha formato attraverso eventi oltre 8 mila imprenditrici e più di 50 mila donne



Donne e impresa, un connubio ancora da celebrare. Rileva Facebook che **in Italia solo il 20% delle aziende sostiene di avere un numero equilibrato di uomini e donne nel proprio management**. Le posizioni apicali restano appannaggio degli uomini nel 52% delle aziende Made in Italy. Eppure lo spaccato sulla rappresentanza nei consigli d'amministrazione, non riflette i risultati che le donne riescono a raccogliere quando chiudono i bilanci aziendali. Negli anni della grande crisi le esportazioni hanno rappresentato la luce in fondo al tunnel per migliaia di aziende italiane. Nel 2016 l'export è cresciuto ancora da 473 a oltre 500 miliardi di euro. E chi riesce a produrre gran parte delle entrate esportando il Made in Italy nel mondo? Nel 41% dei casi le donne imprenditrici incassano almeno il 25% delle entrate grazie all'export internazionale. Una percentuale significativamente più frequente di quella degli uomini (31%), che tuttavia non aiuta le imprenditrici a salire sulla tonda di comando.



Anche per questa ragione il social network più usato al mondo prova a sensibilizzare gli ormai prossimi 2 miliardi di utenti sul tema dell'imprenditorialità rosa. Facebook lancerà anche in Italia il progetto

#**SheMeansBusiness**, già

attivo in Asia, America Latina, Regno Unito e Medio Oriente. Ad oggi, più di 15 Paesi hanno lanciato l'iniziativa #SheMeansBusiness. E il programma ha formato attraverso eventi **oltre 8 mila imprenditrici e più di 50 mila donne** attraverso progetti fisici e in rete. "Lei significa Impresa" verrà presentato a settembre in Italia e punta a promuovere l'imprenditoria al femminile, aiutando le donne ad iniziare una propria attività, presidiando Internet e la rete dei social network. Il progetto racconta le storie di imprenditrici, per **spingere altre donne a emanciparsi economicamente fondando un'impresa**. Attraverso alcune pagine sul social network, le donne raccontano in video le difficoltà quotidiane nel gestire un'azienda. Un'attività in cui vorrebbe lanciarsi il 44% delle donne, decise ad aprire un'azienda, magari trasformando in lavoro un'attività del tempo libero, secondo Facebook. Del resto secondo le donne l'acquisizione di competenze digitali è al primo posto tra i parametri valicanti e decisivi. Dal momento che le imprese al femminile, rispetto a quelle con un uomo al comando, privilegiano gli strumenti online per trovare clienti, mostrare prodotti o servizi e fornire informazioni.

«Dobbiamo ricordarci che c'è ancora molto da fare per raggiungere la vera uguaglianza. Vogliamo conoscere le donne che sono d'ispirazione per voi, perché è molto probabile che diventino un'ispirazione anche per noi», ha scritto in un post **Sheryl Sandberg**, direttore operativo (COO) di Facebook, lanciando la 24 ore di diretta video no stop durante cui imprenditrici da ogni angolo del globo hanno raccontato la loro esperienza di donne a capo di un'impresa. Sandberg è impegnata sul fronte della valorizzazione delle donne sul lavoro e nel 2013 ha firmato il libro **Facciamoci avanti – Le donne, il lavoro e la voglia di riuscire**. Attraverso la Fondazione Mondo Digitale, Facebook formerà in Italia il personale della fondazione, che a loro volta formerà 3 mila e 500 donne in tutta Italia da settembre 2017 a metà 2018. I temi delle lezioni online e fisiche spazieranno dalla pubblicità in rete all'evoluzione delle capacità di relazione, passando per l'utilizzo di Facebook e Instagram in attività d'impresa. Lo scorso 8 marzo, durante una

diretta video su Facebook, hanno parlato di formazione e del lancio di #SheMeansBusiness in Italia **Mirta Michilli**, direttore della Fondazione Mondo Digitale, assieme a **Laura Bononcini** e **Francesca Capobianchi** di Facebook.

«Nelle aziende tecnologiche le donne sono spesso meno degli uomini e c'è un limite alla presenza di approcci diversi nelle discussioni. Le



donne non sono più produttive, né lo sono meno, ma sono necessarie, perché è necessario avere gruppi di lavoro che valorizzino la diversità», spiega a *Io Donna* **Mauro Meanti**, General Manager di Avanade Italy e Vice Presidente in Valore D, associazione di imprese che promuove il talento e l'imprenditorialità femminile in Italia, con più di 150 aziende associate tra cui Enel, Ikea, Intesa Sanpaolo, Luxottica, Microsoft e UniCredit. In Avanade Italia, società di consulenza tecnologica, la percentuale di donne in posizioni apicali, ovvero con responsabilità di funzione, è superiore al 31%. Avanade, in collaborazione con Fondazione Donna a Milano Onlus, ha sviluppato a sostegno delle donne l'app per smartphone Stalking Buster, a favore delle donne che hanno necessità di ricevere aiuto in situazioni di pericolo o violenza. Ragiona Meanti: «Il tema del soffitto di cristallo esiste ancora. Nelle aziende le carriere crescono solo senza la possibilità di interrompere e fare meno per un po'. Questo contrasta con il corso della vita della donna che si ferma per la maternità».

Raccontarsi per instillare lo spirito d'emulazione, come nel caso dell'iniziativa di Facebook, può aiutare a trarre ispirazione. «Ma servono soprattutto politiche che da un lato obblighino le aziende a dare le stesse possibilità, ad esempio contro la disparità di salario e dall'altro forzino i padri ad andare in congedo di paternità, in modo da far capire al datore di lavoro che anche la paternità crea una discontinuità e annullare questa differenza», conclude **Mauro Meanti**. Provando a celebrare davvero il connubio tra donne e impresa.