



## Facebook presenta in Italia #Shemeansbusiness, il programma globale per l'imprenditoria femminile. Fare formazione, creare network e ispirare con storie di successo gli obiettivi dell'iniziativa

Daniela Colombo – Facebook lancia ufficialmente in Italia #Shemeansbusiness, il progetto che il social dedica all'imprenditoria femminile, in collaborazione. Già presente in alcune regioni asiatiche e in Turchia, il nostro è il secondo Paese europeo dopo la Gran Bretagna ad accogliere l'iniziativa, che ha come obiettivo quello di aiutare le donne a far crescere progetti imprenditoriali, fornendo loro gli strumenti per sfruttare al meglio le possibilità offerte dal mondo digitale, ma anche aiutandole a fare network e a entrare in contatto con storie di successo che possano essere d'ispirazione.



Nella foto, a sinistra Laura Bononcini, responsabile relazioni istituzionali, Facebook Italia; a destra Nicola Mendelsohn

"Quando le donne hanno la possibilità di migliorarsi anche l'economia migliora", ha sintetizzato Nicola Mendelsohn, vice president EMEA di Facebook, alla presentazione dell'iniziativa a Milano, elencando alcuni numeri che raccontano l'economia italiana, a cominciare dal fatto che quasi il 90% delle imprese tricolore siano di piccole dimensioni e che tra queste il 21% siano gestite da donne.

A collaborare con Facebook è Fondazione Mondo Digitale, associazione no-profit che da 15 anni è attiva in Italia sul fronte della promozione e della diffusione delle competenze digitali su target diversi. "Il nostro obiettivo è quello di raggiungere circa 3500 donne su tutto il territorio nazionale, dalle imprenditrici alle libere professioniste", ha spiegato Mirta Michilli, general director della fondazione. "In tutto sono stati già selezionati una trentina di trainer che tra dicembre e il prossimo febbraio gireranno in 18 città italiane".



Le protagoniste del primo panel: da sinistra Laura Boboncini; Francesca Mambretti; Giulia Conti, trainer di #shemeansbusiness; e Mirta Michilli.

"Anche se le sfide che imprenditori e imprenditrici affrontano per far crescere le loro aziende sono le stesse, le donne hanno più propensione a guardare al digitale come mezzo per promuoversi, dare visibilità ai loro prodotti ed entrare in contatto con nuovi clienti", ha spiegato Francesca Mambretti, partner manager di Facebook. "E una riprova, sta anche nel fatto che il 39% delle pagine aziendali presenti sul social sono di imprese gestite da donne", ha aggiunto ancora Mambretti, ricordando in conclusione il potenziale che Facebook offre alle aziende, considerando che in Italia sono attivi più di 30 milioni di utenti ogni mese e almeno l'87% di questi è collegato con una Pmi.



Le storie di successo 'in rosa' al centro del secondo panel con, da sinistra, accanto a Laura Bononcini, Enrica Arena, co-founder&cmo di Orange Fiber; Chiara Burberi, president& ceo di Redoc; e Betta Maggio, founder & ceo U-Earth Biotechnologies