

PREPARASI A DIVENTARE IMPRENDITRICE

Farsi largo



tenendosi strette

Farsi largo, tenendosi strette

Progetto finanziato dalla Regione Emilia-Romagna - Servizio politiche sociali e socio educative nel programma "Contributi a sostegno di progetti volti a sostenere la presenza paritaria delle donne nella vita economica del territorio, favorendo l'accesso al lavoro, i percorsi di carriera e la promozione di progetti di welfare aziendale finalizzati al work-life balance e al miglioramento della qualità della vita delle persone".

Il progetto è stato co-finanziato da Unione Terred'acqua.

Titolarità del progetto

Unione Terred'acqua.

Partner

Extrafondente (Associazione fra professionisti)

Orlando APS

Microfinanza s.r.l.

Fondazione Marisa Bellisario

Territorio di realizzazione del progetto

Ambito socio-sanitario Pianura Ovest di Bologna (Città Metropolitana di Bologna), coincidente con il territorio dei Comuni di Terred'acqua: Anzola dell'Emilia, Calderara di Reno, Crevalcore, Sala Bolognese, San Giovanni in Persiceto, Sant'Agata Bolognese.

A cura di Marina Pirazzi (Extrafondente), con la collaborazione di Bangherang

Progetto grafico di Bangherang

Titolo "Farsi largo, tenendosi strette" di Silva Fedrigo

Giugno 2021

INDICE

PREFAZIONE.	4
PREPARARSI A DIVENTARE IMPRENDITRICI.	6
IL CONTESTO.	8
POSSIAMO IMPARARE A FARCI LARGO?	12
RIPARTI DA TE.	19
DONNE E IMPRESE DOPO UN ANNO E MEZZO.	25
APPENDICE.	30

PREFAZIONE

Bernardo Balboni

L'impresa femminile, oggi

Il quadro economico attuale ci restituisce un mercato del lavoro in cui l'occupazione femminile, alla fine del 2019, era il più basso in Europa (56,5%), al di sotto della media europea di oltre 10 punti percentuali (-11,4 punti rispetto al 67,9% medio UE).

E una recente indagine post-covid, sviluppata a livello regionale, ha evidenziato come la pandemia abbia colpito in modo differenziato sul mercato del lavoro, allargando la disparità di genere.

A livello imprenditoriale, dopo anni di recupero demografico delle imprese femminili, che sono cresciute al di sopra dei tassi di crescita delle imprese non femminili, nel 2020 questo trend si è praticamente annullato e ha registrato segni negativi.

L'imprenditorialità femminile è, oggi più che mai, urgente e necessaria. Urgente perché la pandemia ha modificato la nostra scala di bisogni. Nuovi affanni, preoccupazioni e mal di pancia sono emersi, in particolare dentro le famiglie. E le risposte e le soluzioni spesso non ci sono. Contemporaneamente, fare impresa è diventato più incerto, variabile e rischioso. Fare scelte, basandosi sulla conoscenza del contesto che cambia in continuazione, diventa sempre più difficile. E questo non riguarda solo la visione e le strategie di medio-lungo ma anche la dimensione operativa di brevissimo periodo.

In questo quadro di urgenza e complessità si inserisce il percorso di formazione 'Prepararsi a diventare imprenditrici'. E partendo da questo intento formativo credo sia necessario evidenziare alcuni elementi essenziali relativi alla progettazione e allo sviluppo dei modelli imprenditoriali per la creazione del valore, in una fase incerta come quella odierna.

Lo spazio dei problemi

Restare Umani. Sviluppando ciò che le persone desiderano e non facendo in modo che le persone desiderino. Questo significa analizzare i problemi e i bisogni guardandoli dalla prospettiva di coloro che sentono, percepiscono, soffrono. Una prospettiva umano-centrica, che mette le persone al centro, donne e uomini, sia nei contesti di consumo finali ma anche all'interno delle organizzazioni più complesse. Perché solo con uno sguardo davvero empatico si possono progettare soluzioni in grado di risolvere i problemi delle persone.

Digitale è reale. Perché la pandemia ha accelerato la digitalizzazione e i confini diventano sempre più impercettibili e labili. E diventa necessario individuare e capire tutti i punti di contatto tra online e offline, con cui connettersi inizialmente con le persone,

interagire poi nel tempo, per creare conversazioni e relazioni in grado di durare. E dall'analisi di questi punti di contatto fare delle scelte, che riguardano la presenza digitale della propria impresa.

Lo spazio delle soluzioni

Partire leggeri. Sviluppando una soluzione iniziale semplice, basica, ma comunque in grado di aiutare le persone. Qualcuno la chiama 'minimum viable product' ovvero la prima versione di un prodotto con caratteristiche appena sufficienti per essere utilizzata dai primi clienti. Questa soluzione leggera permette di misurare le risposte delle persone. E attraverso le risposte si può capire cosa ha funzionato e cosa no. Velocemente. Analizzare, costruire, misurare e imparare. In fretta. Questo è il ciclo di sviluppo 'leggero' che permette di migliorare in fretta e, al contempo di ridurre, i rischi iniziali derivanti da eccessivi investimenti nello sviluppo della soluzione.

Spacchettare. Nel senso di rendere modulare e modulabile la soluzione, che non è tanto un insieme di caratteristiche fisiche o tecniche ma un insieme di benefici che possono aiutare le persone. E spesso questi benefici ed esigenze sono così fusi tra loro che nemmeno consideriamo più la possibilità di spacchettarle. Poco male, ci penserà qualche impresa digitale a farlo. Se non siamo noi, saranno i concorrenti. E la pandemia ha accelerato, ancora una volta, questi trend.

Guardare lontano e guardare vicino

L'ultimo suggerimento fa riferimento allo spazio di azione. Che è quello locale, ma può essere anche molto più esteso, oltre i confini nazionali. Con l'obiettivo di cercare di sfruttare alcune opportunità a livello europeo, come ad esempio i bandi proposti dall'European Innovation Council (EIC), in particolare il bando EIC Accelerator, e il bando Erasmus per Giovani Imprenditori (<http://eyeglobal.eu/>), che offre la possibilità di vedere ed imparare da imprenditori e professionisti già affermati che gestiscono imprese in un altro Paese. Guardare fuori senza dimenticarsi di quello che c'è vicino a noi. In particolare delle opportunità di finanziamento a livello regionale, sia per le imprese femminili che le startup innovative, e delle connessioni con gli attori che già operano sul territorio, attraverso programmi di accelerazione, spazi di incubazione e co-working.

PREPARARSI A DIVENTARE IMPRENDITRICE

Marina Pirazzi

Come indicato nel nostro codice civile, imprenditrice o imprenditore è “chi esercita professionalmente un’attività economica organizzata al fine della produzione o dello scambio di beni e di servizi”. Le parole chiave sono ‘organizzata e professionale’. L’impresa non è dunque un progetto con un inizio e una fine ma una struttura organizzata che produce beni e servizi e che deve mirare alla sua sostenibilità economico-finanziaria, sociale ed ambientale.

Imprenditrice, lavoratrice autonoma, libera professionista, artigiana, il progetto PREPARARSI A DIVENTARE IMPRENDITRICE non si è basato su distinzioni giuridiche e fiscali: qualunque donna che intendesse “mettersi in proprio” è stata considerata, per gli scopi della nostra azione, imprenditrice.

Il progetto in poche parole

I fondi stanziati dalla Regione Emilia-Romagna, a favore di progetti volti a sostenere la presenza paritaria delle donne nella vita economica del territorio, ci hanno permesso di accogliere un gruppo iniziale di ventisei donne decise a migliorare la propria informazione sulle competenze necessarie a mettersi in proprio e ad accrescere la consapevolezza dei propri personali requisiti, così come degli ostacoli che particolarmente costellano la strada di una donna che si avvia all’autoimprenditorialità.

Nel percorso durato un anno e mezzo a causa della pandemia Covid-19, abbiamo approfondito quali strumenti cognitivi e pratici si possono attivare per fare fronte alle resistenze che s’incontrano nel proprio percorso, per accreditarsi attraverso le proprie competenze e non cadere nella facile “sindrome dell’impostore”, per sviluppare strategie di supporto attraverso le reti di lobbying tra donne imprenditrici e non, e consolidare la propria presenza nel mercato, qualificando come un valore aggiunto la prospettiva di genere nei servizi e nei prodotti offerti, oltre che nel proprio stile imprenditoriale.

Per raggiungere questi scopi, ci siamo avvalse delle competenze di docenti (7 donne e 1 uomo), di 4 coach equamente ripartite tra uomini e donne, coordinamento e staff tutto composto da donne, la quasi totalità delle quali è, a sua volta, imprenditrice o libera professionista. Il lavoro si è sviluppato attraverso cinque seminari di un intero giorno, una lezione speciale sulla comunicazione e il marketing, un seminario di consolidamento e programmazione del futuro, una tavola rotonda online sulle prospettive future delle aziende, grandi, piccole e minuscole, nell’era post-pandemia. Questo documento intende portare fuori dal progetto, nel territorio dell’Unione Terred’acqua e altrove, parte dei contenuti e delle modalità proprie del progetto che, pensiamo, possano essere utili ad

altre imprenditrici o imprenditori (o aspiranti tali) e d'ispirazione alle istituzioni pubbliche della Città metropolitana di Bologna e della Regione Emilia-Romagna.

Le nostre aspettative

Ci aspettavamo che, al termine del percorso, le donne la cui idea imprenditoriale era ancora in fase di elaborazione avrebbero acquisito strumenti di base, sul piano delle competenze professionali e consapevolezze personali irrinunciabili, per valutare la realizzabilità dei propri obiettivi. Le donne che stavano già intraprendendo il loro progetto avrebbero beneficiato dell'occasione per continuare a costruire contatti a livello territoriale, regionale e nazionale, utili a rafforzare la loro impresa.

L'auspicio finale era che potesse nascere una rete di donne capace di sostenersi anche dopo la conclusione della formazione; per questo, durante gli incontri, abbiamo rintracciato, incoraggiato e sostenuto le sinergie sbocciate fra le partecipanti e fra le loro attività imprenditoriali.

Il programma proposto dalle organizzazioni che hanno realizzato il progetto si fondava metodologicamente sui tanti studi le cui conclusioni riassumiamo così le donne apprendono meglio:

- in una relazione di coaching e mentoring da parte di donne imprenditrici;
- in un ambiente immerso nella natura;
- facendo;
- se le azioni del progetto avvengono durante le fine settimana;
- se durante la formazione si offrono possibilità di networking.

Avremmo iniziato così con un aperitivo tra donne imprenditrici e aspiranti tali, continuato con seminari domenicali in campagna (in un'azienda agricola dotata persino di teatro) e avremmo concluso con "Il gran ballo dell'imprenditoria femminile dell'Unione Terred'acqua". Invece è arrivato il Covid-19 e quasi tutti gli incontri sono avvenuti da postazioni remote e, quando non è stato così, sono diventati incontri tra intoccabili.

Tutto quanto previsto è stato ciononostante portato a termine e nel capitolo 6 ve ne raccontiamo i risultati. Prima, però, qualche informazione e alcune riflessioni sull'essere donne lavoratrici in un mondo ancora declinato al maschile.

Le donne apprendono meglio:

- in una relazione di coaching e mentoring da parte di donne imprenditrici
- in un ambiente immerso nella natura;
- facendo;
- se le azioni del progetto avvengono durante le fine settimana;
- se durante la formazione si offrono possibilità di networking
- se durante la formazione si offrono possibilità di networking.

IL CONTESTO

Marina Pirazzi

Siamo pronte, noi donne, a diventare imprenditrici? Sì e no. Guardiamo al contesto, dal locale fino al globale, per capire in che modo e perché la parità di genere, in questo settore come in altri settori del lavoro, non è raggiunta.

Il lavoro femminile in Italia

Non c'è parità di genere nel lavoro in Italia, vi persistono piuttosto forti discriminazioni più che in altri Paesi europei. Il tasso di occupazione femminile dell'Italia è il secondo più basso nel panorama europeo, appena più alto della Grecia, e la retribuzione oraria dei dipendenti di sesso maschile supera quella femminile di 7,4 punti percentuali, arrivando quasi a 34 punti percentuali per le posizioni dirigenziali (Centro studi CNA su dati EUROSTAT, 2020).

Sembra migliore la condizione delle donne nel lavoro indipendente in quanto il numero di lavoratrici indipendenti sul totale dell'occupazione femminile è tra le più alte in Europa. Il Centro studi CNA osserva che "in prima battuta il dato potrebbe prestarsi a un'interpretazione positiva, come indice della voglia delle donne di fare impresa trovando la loro realizzazione nell'auto-impiego. Tuttavia il valore molto basso del tasso di occupazione femminile in Italia suggerisce che, almeno in parte, l'alto numero di lavoratrici indipendenti in Italia sia espressione di una spinta all'autoimpiego generata proprio dalle insufficienti opportunità del mercato del lavoro o dalla necessità di maggiore flessibilità per poter fare fronte anche agli impegni familiari". Sembra più di un suggerimento, quasi un'ipotesi fondata. L'imprenditorialità femminile rappresenta una grande opportunità per l'Italia, capace di sostenere l'intera occupazione negli ultimi anni.

L'imprenditoria femminile rappresenta una grande opportunità per l'Italia, capace di sostenere l'intera occupazione negli ultimi anni (Centro studi – CNA).

La crisi determinata da Covid-19 ha colpito particolarmente la componente femminile del mercato del lavoro: sui 444.000 posti di lavoro perduti tra dicembre 2019 e dicembre 2020, il 70,2% erano occupati da donne. Eppure (continua il Centro studi CNA) l'imprenditoria femminile rappresenta una grande opportunità per l'Italia, capace di sostenere l'intera occupazione negli ultimi anni: tra il 2009 e il 2019 infatti, ossia nel decennio che ha preceduto la pandemia,

il numero di donne italiane che lavorano come indipendenti è rimasto costante nonostante le due recessioni determinate dalla crisi globale del biennio 2008-2009 e

nonostante la crisi della finanza pubblica del biennio 2011-2012, periodo durante il quale la componente maschile del lavoro indipendente si è invece assottigliata di quasi nove punti percentuali. Gli eventi del 2020 hanno invece colpito sia la componente maschile che quella femminile, penalizzando però soprattutto quest'ultima in quanto la diffusione del Covid-19 ha limitato particolarmente l'attività in quei settori dove le donne sono maggiormente presenti come tessile, abbigliamento, viaggi, alloggi (Centro studi CNA su dati ISTAT).

Stime della UE quantificano in 370 miliardi di euro all'anno il costo della sottoccupazione delle donne, cifra imputabile alla mancata produzione di ricchezza e alla minore quota di gettito fiscale a disposizione dei governi.

Le principali criticità che le donne affrontano nel mondo del lavoro:

- segregazione orizzontale e verticale;
- differenze nella retribuzione;
- sotto-rappresentanza nelle posizioni di vertice;
- divisione dei ruoli basati sul genere;
- forte difficoltà nella conciliazione dei tempi di cura e di lavoro.

I dati elaborati dal rapporto mondiale TEA (Total Entrepreneurial Activity, GEM 2017) suggeriscono che, nei Paesi guidati dall'innovazione, come il nostro, le intenzioni imprenditoriali delle donne sono vicine a quelle degli uomini ma non tutte le intenzioni si traducono in azioni. L'implicazione è che più donne che uomini abbandonano la transizione tra le fasi e il risultato e che poche donne, nelle economie avanzate e guidate dall'innovazione, hanno avuto successo nel passaggio alla concreta realizzazione e queste rappresentano comunque due terzi degli uomini. Le donne hanno inoltre il tasso di discontinuità più alto. Il rapporto ci dice anche che le donne vedono le opportunità che si offrono loro nelle economie avanzate, ma solo il 35% di loro sente di avere le capacità di cogliere queste opportunità. Nell'Unione Europea le donne rappresentano il 52% della popolazione totale ma solo il 34,4% dei lavoratori in proprio e il 30% degli imprenditori di start-up innovative.

Quando le donne avviano un'impresa, si trovano molto più spesso degli uomini ad affrontare i problemi di accesso ai finanziamenti e all'informazione, occasioni formative, accesso a reti di aziende con lo stesso obiettivo e, come sempre, la compatibilità tra il lavoro e il carico di cura familiare, ancora largamente sulle loro spalle.

Le principali criticità che le donne affrontano nel mondo del lavoro:

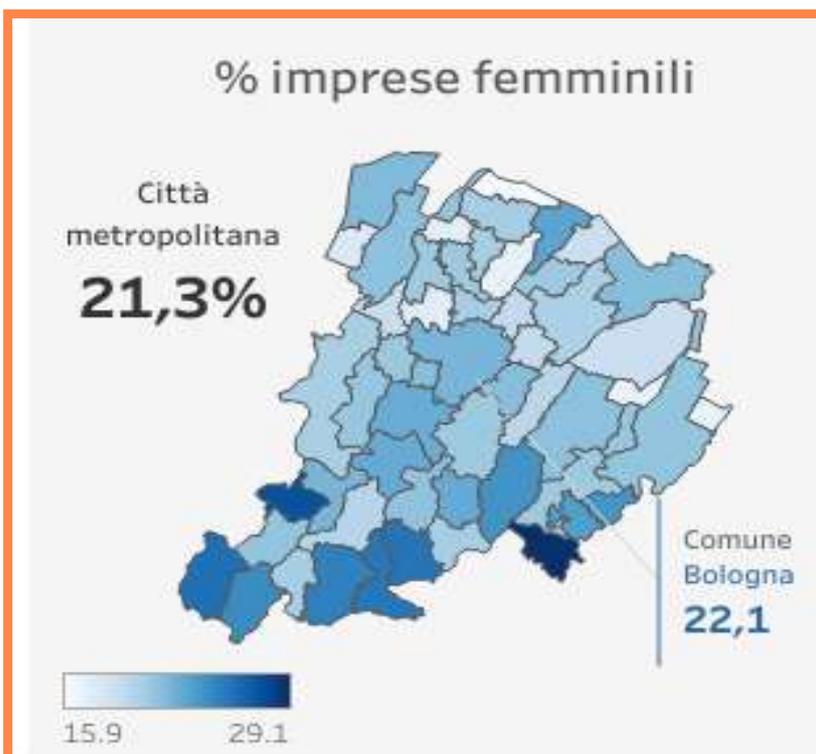
- segregazione orizzontale e verticale;
- differenze nella retribuzione;
- sotto-rappresentanza nelle posizioni di vertice;
- divisione dei ruoli basati sul genere;
- forte difficoltà nella conciliazione dei tempi di cura e di lavoro.

E' evidente che la creatività delle donne e il loro potenziale di imprenditrici sono una fonte di crescita economica e di lavoro non sufficientemente sfruttate, nel mondo, in Europa e in Italia. Noi aggiungiamo altri due punti agli elementi esposti.

UNO. Le donne ottengono meno finanziamenti per i loro progetti perché non ci si fida di loro.

Uno studio pubblicato sull'Harvard Business Review, che ha focalizzato l'attenzione sui criteri con i quali vengono scelte le imprese da finanziare, ha ri-scovato le ragioni di una discriminazione che inizia già nella fase di selezione dei progetti di nuove imprese e startup. Nonostante poco meno di 4 progetti su 10 candidati (38%) a ottenere fondi siano presentati da donne, soltanto il 2% (!) riceve poi sostegno economico. Dana Kanze, co-curatrice della ricerca, ne ha analizzato le ragioni scoprendo un diverso approccio dei finanziatori di fronte ai progetti femminili e concludendo che con le donne scatta un atteggiamento di maggiore prudenza, prima di concedere finanziamenti. Esiste insomma una diffidenza nella loro capacità di gestire un'impresa, mentre di fronte agli uomini i selezionatori sembrano più tranquilli di poter investire il proprio denaro senza correre rischi di perdite. "Si tratta della conferma del fatto che ancora oggi rimane un pregiudizio di genere, persino in culture come quella americana, che siamo portati a ritenere più avanzata", commenta la sociologa e docente universitaria Paltrinieri in un'intervista rilasciata alla rivista Donna Moderna. E pensare che, già nel lontano 1972, Muhammad Yunus, un giovane professore di economia, maturava l'idea della banca dei poveri in Bangladesh, la Grameen Bank. La Banca fu un grande successo perché non solo dimostrò che i poveri restituivano le somme prestate, sempre e alle scadenze pattuite, ma anche che il più alto tasso di affidabilità era proprio delle donne!

DUE. Le donne soffrono del complesso dell'impostore. Per farsi largo devono dimostrare di essere più brave degli uomini e, dulcis in fundo, non ci hanno cresciute per averse fiducia nelle nostre capacità. Spiegherà tutto meglio Silva Fedrigo nel capitolo 4.



La Città metropolitana di Bologna e l'Unione Terred'acqua

La popolazione residente nella Città metropolitana di Bologna è costituita dal 51,9% di donne ma solo il 21,3% delle imprese attive sul territorio è a carattere femminile.

Un quadro simile emerge dall'analisi della composizione demografica del Distretto-Unione di Comuni delle Terre d'Acqua, dove le donne rappresentano la maggioranza dei

FONTE: CITTA' METROPOLITANA DI BOLOGNA "Le imprese nella Città metropolitana di Bologna Un'analisi per comuni. Anno 2020".

residenti (40.698 maschi e 42.382 femmine) e, tuttavia, la superiorità numerica non si rispecchia nella presenza delle donne nel settore imprenditoriale.

La mappa della presenza di imprese femminili riportata qui a fianco offre uno sguardo d'insieme sul tasso di imprese femminili nel territorio metropolitano e nei singoli comuni. L'Unione Terred'acqua, con i suoi sei comuni, si colloca – complessivamente – leggermente al di sotto della media metropolitana (19,7 % contro 21,3%).

POSSIAMO imparare A FARCI LARGO?

Ovvero spazio mentale e sociale, consapevolezza e superamento degli stereotipi, alleanze tra divini archetipi e donne reali.

Silva Fedrigo

Eh, già. Qualunque attività imprenditoriale, grande o piccolissima che sia, implica un'assunzione di responsabilità assolutamente peculiare. Imprenditore e imprenditrice, ce lo dice l'Accademia della Crusca, è parola riconducibile al latino volgare *imprehendere, 'intraprendere', formato dal prefisso locativo in- e 'prendere': letteralmente 'prendere sopra di sé', ovvero l'azione di cominciare qualcosa, di avviare un'iniziativa. Mentre le donne hanno tradizionalmente ben presente gli aspetti di "assunzioni di carico" nella sfera domestica, la più classica delle incombenze che si suppone di competenza femminile, è invece decisamente poco scontato che ci si aspetti da loro azioni nella sfera della cosiddetta "iniziativa": la decisione con cui, in maniera in un certo senso solitaria e certamente indipendente, ci si fa avanti, si avvia un percorso, si "inizia", non seguendo qualcuno ma piuttosto aprendo la strada ad eventuali "seguaci".

Ho spesso pensato, occupandomi da sempre per lavoro di parole in relazione alle immagini, che nel linguaggio che utilizziamo siano sedimentate metafore spaziali molto potenti, o meglio si ritrovi un rispecchiamento davvero illuminante di come lo spazio è organizzato e pensato nella nostra cultura. Allo stesso modo trovo che queste tracce nelle parole che usiamo riguardino come il nostro corpo sta e agisce in quello spazio. E

parlando di spazio intendo sia quello fisico che quello sociale.

Quanto in profondità dobbiamo andare perciò per scovare, stanare, riconoscere e disinnescare gli ostacoli che le donne ancora trovano ai propri percorsi imprenditoriali, al rendersi protagoniste, al mettersi al centro, tanto nell'atteggiamento mentale proprio che altrui? Conosciamo gli ostacoli di tipo socio-economico, quelli relativi alle falle del sistema del welfare, quelli legislativo-istituzionali, ma forse non

Sappiamo insegnare alle nostre ragazze a "intraprendere" in senso lato, a fare un passo avanti, a "farsi largo", a prendersi lo spazio concreto e immaginativo necessario, a non seguire ma tracciare nuove strade ?

sappiamo quanto questi ostacoli abbiano radici nel nostro sistema educativo, non solo quello formale ma anche quello informale, fatto di micro lezioni quotidiane: sappiamo insegnare alle nostre ragazze a "intraprendere" in senso lato, a fare un passo avanti, a "farsi largo", a prendersi lo spazio concreto e immaginativo necessario, a non seguire ma tracciare nuove strade?

Io sono lo spazio in cui mi trovo

Che lo spazio - fisico e sociale - sia plasmato da questioni di genere non è certo una novità. Per dirlo con le parole di Noël Arnaud: *"Je suis l'espace où je suis"* (Io sono lo spazio in cui mi trovo).

Cosa significa e cosa determina vivere chiuse in un harem, in un ufficio al 56° piano, avere o non avere la patente, o uscire di casa solo per fare la spesa? Non è lo spazio a determinare cosa diventiamo, ma un complesso gioco di rimandi, stratificazioni e retroazioni tra spazio che ci tocca in sorte e spazio appreso, educazione, preconcetti: Ivan Illich sosteneva che "il genere plasma i corpi i quali plasmano lo spazio, ma ne sono a loro volta plasmati".

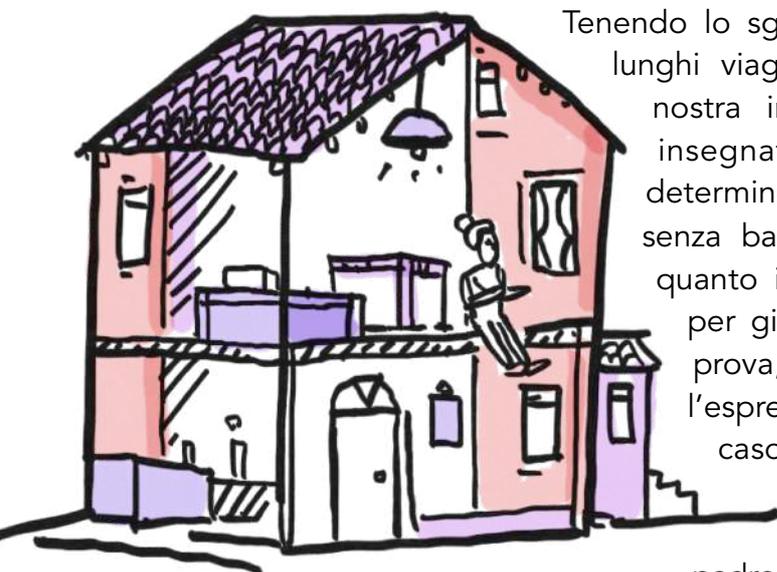
Siamo insomma immerse in un magma di stimoli e risposte tutt'altro che meccanico, in cui il gioco dei feedback

non è sempre facile da isolare e comprendere. In ogni epoca l'accesso a un determinato spazio ha però portato con sé un carico di sapere e potere. Persino la nostra stessa identità

di genere risente degli spazi a cui accediamo: pensiamo a cosa significa condividere lo spogliatoio e a che tipo di relazioni si rafforzano al suo interno, o cosa comporta entrare per errore nella toilette sbagliata... E ricordiamoci che nei club esclusivi che custodiscono "segreti" per gli iniziati come nelle "capanne degli uomini" dei villaggi in cui vengono prese le decisioni, includere vuol dire condividere un potere, così come escludere vuol dire negarlo.

Quanti ambienti e contesti sono tutt'ora degli androcei, circoli per soli uomini? Quanta parte della conoscenza necessaria ad "intraprendere" è ancora custodita in luoghi e contesti che a vario titolo escludono le donne?

Quanti ambienti e contesti sono tutt'ora degli androcei, circoli per soli uomini? Quanta parte della conoscenza necessaria ad "intraprendere" è ancora custodita in luoghi e contesti che a vario titolo escludono le donne?



Tenendo lo sguardo vicinissimo a noi, e senza partire per lunghi viaggi a ritroso nel tempo, basta pensare alla nostra infanzia e adolescenza. Cosa e chi ci ha insegnato a "stare al nostro posto"? Cosa ha determinato quanto quel posto fosse ristretto o invece senza barriere? Quanto era uno spazio marginale e quanto invece al centro della scena? Tutto ha inizio per gioco. Si sa, tra noi mammiferi il gioco è una prova, un allenamento alla vita. Se ci pensiamo, l'espressione "gioco da ragazzi" evoca, guarda caso, qualcosa di semplice, un compito alla propria portata, tanto da diventare persino piacevole nel momento in cui se ne padroneggia il processo. E il gioco da ragazze,

invece? Che cosa è?

Siamo tutti d'accordo che i giochi servivano - almeno un tempo - a praticare in piccolo competenze che poi sarebbero servite a "sopravvivere": le bambole, le attività di cura, la cucinetta, abbiamo imparato cosa ci insegnavano e cosa escludevano, e oggi sappiamo gettare uno sguardo più ampio e consapevole su quali giochi offriamo ai nostri piccoli. Ma forse non ci siamo mai soffermate a pensare al tipo di spazio sotteso a questo tipo di giochi. I giochi che erano tipicamente considerati



"per bambine" erano caratterizzati da uno spazio chiuso e limitato (la casetta, l'accudimento, ...), contro lo spazio aperto a cui avevano accesso bambini e ragazzi come "naturale" condizione di gioco. Persino i giochi di movimento comunemente attribuiti alle bambine hanno ancora una componente di limitazione o ripetitività, piuttosto che di espansione, di dinamismo reale: l'elastico, in cui la bravura è proprio quella di riuscire a destreggiarsi in movimenti "fini" e complessi in uno spazio ben delimitato, o il salto della corda, dove non avviene alcuno spostamento nello spazio. Gli studi di sociologia hanno anche rilevato che i giochi delle bambine sono caratterizzati da maggiore limitazione sotto il profilo temporale, perché ci si aspetta che per molte di loro al gioco debba seguire un momento di aiuto nello svolgimento di compiti domestici o di cura.

Ai ragazzi in buona sostanza era - e a volte è tutt'ora - permesso giocare in spazi più aperti (così apprendendo ciò che è definito *environment mastery*, il controllo, l'occupazione, la gestione dello spazio), con meno limitazioni e per più tempo.



Ma c'è un altro aspetto molto importante di come avviene il gioco: con chi. I ragazzi vengono socializzati molto presto al valore del gioco di squadra, al contatto anche fisico tra i pari, prima, dopo e durante il gioco. Apprendono così non solo la forza aumentata che ne deriva, ma anche il piacere nell'esercizio di questa forza collettiva. È quello che i sociologi e gli etnografi chiamano *playful cooperation*, il tipo di fenomeno per cui di fronte ad un'auto in panne - è capitato a tutti - probabilmente due o tre perfetti

sconosciuti di sesso maschile uniranno le forze, spalla contro spalla, per riuscire insieme a dare la spinta decisiva per farla ripartire. I giochi delle bambine possono invece svolgersi in modo isolato e, se anche si svolgono in compagnia, non è richiesta una meccanica di cooperazione per la loro riuscita. Alle bambine si insegna in fin dei conti che, tanto nel gioco quanto nella vita reale, non avranno aiuto dalle loro pari. Non è un insegnamento volutamente "perfido", è una struttura mentale che passa da piccole consuetudini, molte delle quali dall'aspetto del tutto innocuo.

Quanto è più difficile per un'imprenditrice, con questo bagaglio educativo, pensare che dovrà a tutti i costi e sempre fare da sola?

A proprio agio

Cosa significa perciò questo diverso percorso di acquisizione di competenze? Come questo cambia le aspettative nei confronti di ragazze e donne nel lavoro, in pubblico? Basta osservare come un uomo si siede su un mezzo pubblico o come occupa lo spazio - fisico e verbale - nel corso di una riunione di lavoro per capire che sul lungo periodo la capacità di controllo di queste situazioni permettono di sviluppare quella che si definisce una maggiore capacità di staging, il senso di agio e controllo che permette di padroneggiare la propria presenza e performance pubblica.



Non è ovviamente una regola ma una tendenza: gli uomini sono più a loro agio "prendendosi lo spazio" per esprimere un'opinione, per usare il corpo per "espandere" il proprio ruolo, per occupare un'area di comfort non soggetta a restrizioni. Non è natura, è cultura: è qualcosa che viene loro insegnato sin da piccoli. Alle bambine si ricorda di continuo che gambe, braccia, corpo, devono comporsi in un limite ben preciso, senza chiedersi se l'atteggiamento fisico abbia poi un omologo mentale. È una confidence (sicurezza, fiducia), quella maschile, che spesso viene scambiata per competenza (competenza, capacità), proprio perché estremamente potente ed efficace. È un amplificatore della sicurezza di sé a cui - per tradizione - le ragazze e le donne hanno minore accesso.

Un illuminante esempio di questa contrazione del proprio

spazio fisico e del suo parallelo spazio sociale è quello che i sociologi del lavoro riconoscono come una vera e propria auto-esclusione dai ruoli di responsabilità e crescita professionale da parte delle donne, e probabilmente una conseguente maggiore incertezza e titubanza ad assumersi tutti gli oneri dell'inizio di un progetto imprenditoriale. È una scelta, dicono gli studi, raramente sostenuta da elementi oggettivi. Si è invece scoperto che le donne - a parità di competenze e percorsi - danno spesso un'autovalutazione di sé inferiore rispetto agli uomini. Le donne - cattiva notizia! - addirittura soffrono molto di più della cosiddetta SINDROME DELL'IMPOSTORE che consiste nell'incapacità di riconoscere i propri meriti in caso di promozioni, attestazioni di merito, assegnazione di incarichi di responsabilità. Il tipico pensiero di chi ne soffre è fondamentalmente questo: "Ho ricevuto questo riconoscimento per errore o per caso, in realtà non me lo merito veramente e prima o poi la verità verrà a galla...". Ne parla Annamaria Testa in un bell'articolo sul proprio sito. Dietro un atteggiamento mentale che può sembrare stranamente tortuoso e contorto, in realtà - e questa è la buona notizia che arriva dai ricercatori - si nasconde una discreta dose di capacità di auto-critica e comportamenti esigenti e scrupolosi rispetto alla propria reale preparazione. In buona sostanza, citando Shakespeare, "Il saggio sa di essere stupido, è lo stupido invece che crede di essere saggio": chi dubita di sé di solito è anche più competente, nella realtà.

Alle bambine si ricorda di continuo che gambe, braccia, corpo, devono comporsi in un limite ben preciso, senza chiedersi se l'atteggiamento fisico abbia poi un omologo mentale.

BAD NEWS

LE DONNE SOFFRONO
DELLA SINDROME DELL'IMPOSTORE
MOLTO PIÙ DEGLI UOMINI

GOOD NEWS

SOLO CHI È PIÙ COMPETENTE
NE SOFFRE.

“ IL SAGGIO SA DI ESSERE STUPIDO.
È LO STUPIDO CHE CREDE DI
ESSERE SAGGIO ”

W. SHAKESPEARE

Riflettere consapevolmente su questi tranelli della conoscenza di sé può aiutare a superare molti momenti di incertezza e a mettere in prospettiva le proprie capacità rispetto a quelle degli altri, anche e soprattutto nel terreno a volte misterioso e accidentato che ci porta all'imprenditorialità. Tutte noi dobbiamo imparare che ciò che consideriamo eccessiva indulgenza forse potrebbe rivelarsi un sguardo più obiettivo su noi stesse. I dati recenti e recentissimi confermano queste premesse: le aziende, piccole e grandi, guidate da donne, hanno infatti avuto anche durante la pandemia più probabilità di limitare le perdite, di attrarre investimenti in forma più continuativa e di attuare modelli di business con rischi minori.

Le dee dentro la donna

Nell'orizzonte delle possibilità che ci diamo ci sono perciò valutazioni che governiamo, mentre su altri versanti ci troviamo a scontare modelli e schemi sedimentati molto in profondità. Mi piace allora recuperare, in questo esercizio di auto-formazione volutamente dilatato e fantasioso, un "classico" di Jean Bolen, "Le dee dentro la donna", per utilizzare la suggestione degli archetipi che derivano dai profili delle dee dell'antichità classica. C'è chi sostiene che le dee femminili siano nate dallo smembramento della "Grande Dea", divinità ritenuta troppo potente per essere "controllabile" ed accettabile nella civiltà occidentale. Nei secoli la popolare **Afrodite**, dea dell'eros, della bellezza e della procreazione, ha spesso cannibalizzato le altre, diventando l'archetipo illusoriamente prevalente di femminilità. **Athena**, protettrice della sapienza e delle arti, delle leggi e dell'artigianato, dopo secoli da reietta, è riuscita a ricavarci nella contemporaneità un suo spazio: logica, lavoratrice, ambiziosa, ha trovato faticosamente la sua valorizzazione odierna, diventando la manager, la ricercatrice, l'imprenditrice. Ma ha un grande punto debole: trascura cuore e corpo. Proprio quel corpo - controllato da altri - che ci ha fatto disimparare a stare al centro della scena, che ci ha rese soggette a limitazioni, insicure, poco capaci di collaborare, isolate, timide. Allora ecco la mia provocazione: una buona imprenditrice dovrebbe affiancare la propria brillante e saggia **Athena** con la bistrattata, selvaggia, coraggiosa **Artemide**, dea della caccia, della foresta, della natura selvaggia e dei cicli lunari, l'unica che usa il corpo per stare in contatto con l'ambiente esterno, centrata su di sé ma immersa nel mondo, indipendente da ogni autorità maschile, dea della sorellanza e della solidarietà femminile, protettrice delle Amazzoni, delle sportive, della forza fisica delle donne, di un'idea di femminilità che ha così poco posto nel nostro mondo. Destrezza, abilità fisica e controllo dello spazio erano alcune delle qualità per cui le temibili **Amazzoni** erano disprezzate: ci hanno insegnato a considerarle competenze di serie B. Forse, invece, dobbiamo recuperarle proprio per alimentare la capacità di "stare al mondo", attrici non agite.

La sorellanza di Artemide è fatta poi di gesti tangibili, come l'aiuto concreto ad altre donne. I cosiddetti women centered spaces: comunità, organizzazioni formali e informali, associazioni, fatte da donne che sostengono altre donne, si sono rivelate negli ultimi decenni contesti altamente efficienti nei processi di formazione femminile. Sono ambienti in cui si apprende in una modalità "sicura", senza essere soggette a sguardi paternalistici e giudicanti. E nel contesto dell'imprenditoria hanno un grandissimo valore di

aggregazione, di scambio di conoscenze, di creazione di networking, di reti, di condivisione di oneri e convergenza di competenze complementari. Aggregiamoci con quelle di noi che ci completano, che hanno allenato muscoli diversi dai nostri!

Cosa abbiamo imparato da tutto ciò?

Che per auto formarsi in un percorso verso il protagonismo necessario all'imprenditorialità è molto importante sfruttare la consapevolezza degli svantaggi culturali per compensarli attivamente.

Che i luoghi comuni hanno fatto il loro tempo: le donne possono essere meno portate a collaborare, e non perché sono intrinsecamente vipere in competizione fra loro, ma perché storicamente e culturalmente non viene loro insegnato.

Che possiamo rimediare godendoci il buono e il bello degli spazi di mutuo aiuto, del networking formale e informale tra professioniste che si supportano, le opportunità offerte dall'associarsi ad altre donne, smettendo di pensare che servizi e realtà espressamente dedicati a - e spesso gestiti da - donne siano stampelle per un handicap, comprendendo che invece offrono strumenti di crescita più funzionali.

Che per farsi largo, è saggio - e anche piacevole - tenersi strette.

SINDROME DELL'IMPOSTORE

" CI SONO RIUSCITA
UNA VOLTA,
MA È STATA FORTUNA ...
NON CREDO DI
RIUSCIRE A FARLO
DI NUOVO "

" SONO FORTUNATA ...
SEMBRO MOLTO PIÙ COMPETENTE DI
QUELLO CHE SONO ! "

" SPERO NON VOGLIA PARIARNE
DIRETTAMENTE CON ME ... O SCOPRIRÀ
CHE PROBABILMENTE NON SONO LA
PERSONA PIÙ ADATTA PER
QUESTO RUOLO ! "

" SONO COSTRETTA A FARE GLI
STRAORDINARI PER FARE TUTTO AL
MEGLIO ALTRIMENTI SI
ACCORGERANNO CHE NON SONO
POI COSÌ CAPACE "

SONO SEMPLICEMENTE CAPITATA NEL
POSTO GIUSTO AL MOMENTO GIUSTO,
NON HO TUTTI QUESTI MERITI

RIPARTI DA TE

Un viaggio verso l'autoconsapevolezza e la felicità

Monica Paliaga

La crisi Covid-19 ha rotto ogni schema. Siamo stati catapultati in un'esperienza che ha congelato ogni progettualità personale e professionale. Oggi ci chiediamo: Come possiamo guidare in modo più consapevole la ri-creazione dei nostri progetti all'interno della nostra vita professionale? Cosa ci permette di riconnettere piani di vita e business

plan? Possiamo "essere" leader positive andando oltre i numeri del business, ritrovare le persone e le

Come possiamo guidare in modo più consapevole la ri-creazione dei nostri progetti all'interno della nostra vita professionale? Cosa ci permette di riconnettere piani di vita e business plan?

relazioni, contaminare vita e business per ritrovare il nostro vero sé?

In questo viaggio compiuto insieme a donne appassionate, curiose, coraggiose, ci siamo prese del tempo. Tempo vissuto non solo e non tanto come contenitore di attività da fare e da portare a termine, ma come spazio prezioso per se stesse in cui fiorire e rifiorire.

Si è parlato e riflettuto dell'importanza di essere allineate ai propri valori e bisogni per far sì che la scelta della propria direzione possa essere maggiormente consapevole e forte nelle radici. Si è lavorato insieme per confermare le competenze già presenti e per far emergere ed allenare le potenzialità non ancora pienamente espresse. E' stato, infine, dedicato tempo all'ascolto e alla gestione di pensieri e convinzioni, al risveglio dell'immaginazione al fine di creare un chiaro proposito ed un percorso professionale orientato al proprio sé più autentico.

Il proposito e la felicità

Il proprio proposito non è un dettaglio nascosto in un mosaico più grande ma qualcosa che si può definire, inseguire e realizzare ogni giorno. Se lo facciamo, diventiamo più felici e viviamo con maggiore pienezza sia la nostra vita personale che quella professionale. Di fatto, il proposito è qualcosa che possiamo definire e portare a termine, con piccoli passi, quotidianamente. Un'energia che "muove". Qualcosa che ci chiama ad agire.

Abbiamo parlato di felicità, di come entra ed influenza anche l'ambito lavorativo, con l'inizio di nuovi percorsi, con il suo essere

Il proposito è qualcosa che possiamo definire e portare a termine, con piccoli passi, quotidianamente. Un'energia che "muove". Qualcosa che ci chiama ad agire.

uno strumento, una risorsa potente da tenere in considerazione.

Siamo abituati a pensare alla felicità come una delle emozioni provate dagli esseri umani ma numerosi studi scientifici ormai dimostrano che la felicità è una competenza che può essere allenata e che impatta sui risultati. Per portare la felicità al lavoro è necessario mettersi in gioco, perché è un percorso fatto di pazienza, cura e coraggio. La felicità è un tema che accende la pancia, ciò che percepiamo, i giudizi, e tutto questo movimento percettivo ed emozionale accade in automatico.

Non siamo abituati a far entrare parole come "proposito" e "felicità" al lavoro e certe volte non ce lo concediamo in generale. Parlare di felicità al lavoro lo si trova invasivo, incoerente ("tu che mi generi stress, vuoi insegnarmi ad essere felice?") o fuori contesto. Siamo stati educati ed educate a modelli e stili che separano vita e lavoro ed ora non è facile cambiare schema.

Ma c'è di più, spesso si affronta questo tema in modo superficiale, *"perché va di moda e bisogna farlo"*. Questo approccio che prevede che si debba essere felici rappresenta un'incoerenza di fondo in quanto mette un cappello di "dovere" dove dovrebbe essercene uno di "volere e piacere".

Tutta questa dinamica di pensiero e di credenze forzate appena descritta, fa arrabbiare le persone e si traduce in costi inutili per tutti, sia economici che emotivi. Ecco perché bisogna mettere in conto di essere "sfidati", e perché no, rallentati da chi si occupa in modo serio di questi temi.

Siamo abituati a pensare alla felicità come una delle emozioni provate dagli esseri umani ma numerosi studi scientifici ormai dimostrano che la felicità è una competenza che può essere allenata e che impatta sui risultati.

Alla domanda "Sei felice?" si risponde spesso con una certa nota di malinconia. Come se non ci credessimo poi fino in fondo o mancasse sempre qualcosa per completare il quadro. *"Abbastanza, se solo non ci fosse il mio capo lo sarei*

veramente..."; "Sì, se solo trovassi l'amore..."; "Quando finirò gli esami..."; "Quando cambierò lavoro, quando sarò più magra, quando non soffrirò più...". Questi sono tutti pensieri legittimi ma sono proprio questi pensieri a determinare la nostra capacità di avvicinarci o allontanarci dalla felicità, a coltivarla nella sua essenza più autentica.

La FELICITÀ, allora, cos'è?

Difficile rispondere, in maniera veloce e non semplicistica, ad uno degli argomenti più discussi della storia dell'uomo, a lungo indagato in ogni tempo e ad ogni latitudine da filosofi, religioni e scienziati. Da sempre, infatti, l'essere umano ha cercato di rispondere a questa domanda, mosso dal desiderio di essere felice, ma solo di recente la scienza è entrata nel dibattito e ha iniziato a sostanziarlo con una vasta produzione di esperimenti, ricerche e studi.

Dopo secoli di speculazioni filosofiche e chilometri di pagine di ricerche sul campo, possiamo affermare che esiste una vera e propria scienza della felicità, disciplina giovane,

nata dalla convergenza e dall'integrazione dei contributi provenienti da scienze consolidate, come la psicologia positiva, la biologia, la neuroscienza, la fisica quantistica e l'economia; ricerche di frontiera come quelle nei campi della meta-medicina, della fisica quantistica, o condotte da team multidisciplinari di neuroscienziati e ricercatori in campo spirituale, filosofico e delle discipline orientali.

Guru, santoni ultimamente ci troviamo di fronte ad operazioni di marketing che puntano tutto sul "motivational". Dopo il boom degli anni 80, i corsi di motivazione stanno vivendo una nuova era fatta di tour virtuali, super-class, show. Essi sono condotti da "guru" del settore, che insegnano ad aumentare l'autostima, ad incanalare al meglio le proprie risorse ed energie interiori per ottenere il successo nella vita professionale e privata.

Il segreto per essere felici, tuttavia, è innanzitutto partire da ciò che si desidera e dalla valutazione dell'impegno necessario per ottenere un risultato. Ciò che infatti consente

Il segreto per essere felici, tuttavia, è innanzitutto partire da ciò che si desidera e dalla valutazione dell'impegno necessario per ottenere un risultato.

all'essere umano contemporaneo di raggiungere un equilibrio psicofisico è la propria realizzazione. Tutto ciò che è stato attestato fino ad ora è corretto, ma non può bastare. In questo percorso insieme, infatti, ci siamo basate su studi

scientifici. Alla base della pratica della felicità c'è l'addestramento della mente, dunque il cervello.

Ed è proprio la plasticità del cervello, il suo naturale orientamento all'apprendimento, al cambiamento e all'adattamento continuo, il fondamento scientifico per la pratica della felicità. Il percorso di ricerca della felicità è un vero e proprio processo d'apprendimento. Che cosa dicono le Scienze?

I quattro pilastri della SCIENZA DELLA FELICITA'

Quattro sono i pilastri della scienza della felicità.

Più chimica positiva e meno chimica negativa.

Ogni volta che i nostri bisogni di sicurezza, stabilità, apprezzamento, riconoscimento, appartenenza e connessione sociale sono soddisfatti, il nostro corpo produce una chimica positiva: ossitocina, dopamina, serotonina, endorfina si generano e si alimentano. Dunque questi ormoni vanno generati in abbondanza! I comportamenti che attivano questo tipo di chimica sono: rispetto, gentilezza, gratitudine, coerenza, compassione, ascolto, empatia, amore, cooperazione, accoglienza, supporto. A prescindere dagli atteggiamenti, gli approcci, i feedback che ci arrivano dagli altri, noi siamo comunque in grado di attivare questi comportamenti e contagiare positivamente le persone con cui ci relazioniamo, invitandole a cambiare, a direzionare la loro vita in altri percorsi.

Più noi e meno io.

La scienza ha dimostrato che siamo cablati per la socialità e che non è sopravvissuta la specie più forte ma quella che ha saputo cooperare meglio. Si chiama capitale sociale ed è la nostra capacità di costruire relazioni solide e di fiducia nel tempo. Coltiviamo il nostro capitale sociale quando cooperiamo, ci sentiamo coinvolti e coinvolgiamo, diamo supporto e ci sentiamo supportati, ascoltiamo, comunichiamo in modo non violento, mettiamo a disposizione informazioni, siamo gentili, dedichiamo tempo agli altri, condividiamo, ci divertiamo insieme.

Più essere e meno fare e avere.

In Italia, prima di frequentare l'università, dedichiamo circa 20 mila ore allo studio e, di queste, nemmeno una è impegnata a conoscere, capire e gestire il nostro essere. Se non impariamo a intercettare i nostri bisogni e valori, cogliere che cosa ci appassiona e può essere coltivato per far fiorire i nostri talenti, se non impariamo a lavorare con la nostra intelligenza emotiva, se non riusciamo a rispondere alla domanda: Qual è il mio perché, il mio proposito di vita? Allora sarà difficile fare scelte sagge, coerenti ed efficaci.

Più disciplina, meno caos.

La felicità è un muscolo volontario e si allena attraverso pratiche che devono avere qualità specifiche, essendo intenzionali (dobbiamo sceglierle), ancorate a uno scopo forte (devono avere senso per noi), personali (quello che funziona per me non funziona per tutti), costanti e durature nel tempo (ci vuole disciplina, una routine del benessere da coltivare con costanza ogni giorno) e coinvolgenti (dobbiamo ascoltarci, se sentiamo di perdere interesse dobbiamo

La FELICITÀ è possibile perché è una competenza che possiamo allenare, avendo dentro di noi tutte le risorse che ci occorrono!

aggiornarle).

Il messaggio chiaro che è arrivato nella mente e nel cuore di ogni donna in questo progetto è sicuramente che "LA FELICITÀ è possibile perché è una competenza che possiamo allenare, avendo dentro di noi tutte le risorse che ci occorrono!" Questo pensiero ha portato ulteriore chiarezza rispetto alla necessità di coltivare la felicità quotidianamente, attraverso l'impegno e l'esercizio. Il primo passo compiuto insieme è stato quello di interrogarci e lavorare sulle nostre convinzioni limitanti e sul rimodellamento dei nostri atteggiamenti e delle nostre concezioni. Questo conferma il fatto che la chiave della felicità è nelle nostre mani, o meglio nel nostro cervello e nel nostro cuore. Tramite l'analisi dei pensieri e dei sentimenti benefici e di quelli nocivi, a poco a poco, abbiamo maturato la ferma determinazione di cambiare, perché siamo riuscite a pensare al fatto che il segreto della nostra felicità, di un futuro personale migliore, è proprio nelle nostre mani.

I 4 PRINCIPI DELLA SCIENZA DELLA FELICITÀ

+ CHIMICA POSITIVA
- CHIMICA NEGATIVA



FISIOLOGIA DELLA FELICITÀ

+ ESSERE
- FARE E AVERE



AUMENTARE LA CONSAPEVOLEZZA

+ NOI
- IO



SIANO CABLATI PER LA SOCIALITÀ

+ DISCIPLINA
- CAOS



FORMA MENTIS

Dott.ssa MONICA PALIAGA



I super poteri.

Quando si parla di POTERE, nel mondo occidentale, ci si riferisce ad una cultura che riporta a concetti come predominio, supremazia, superiorità.

LE PAROLE CHIAVE DELL'IMPRENDITORIA FEMMINILE SECONDO LE PARTECIPANTI:

RISPETTO
DIGNITÀ
PACE INTERIORE
ONESTÀ
FLESSIBILITÀ
RESPONSABILITÀ

SALUTE
STABILITÀ ECONOMICA
FAMIGLIA (SPINGE A DARE L'ESEMPIO)
ETICA
GRATITUDINE
INDIPENDENZA

La nostra riflessione, il nostro guardarci dentro, portando a consapevolezza un percorso, ha evidenziato un altro significato di POTERE che, infatti, ci ha condotte in tutt'altra direzione, quella delle potenzialità, delle caratteristiche distintive, delle predisposizioni. Ci siamo accorte immediatamente come questa nuova direzione predisponesse alla condivisione, al mettere in comune e alla volontà di attingere da un valore immenso, quale il capitale sociale.

I SUPER POTERI EMERSI DAL GRUPPO

IN ROSSO I PIÙ CITATI

AGGREGAZIONE

CURIOSITÀ
ISTINTO
PRECISIONE
SENSIBILITÀ
EMPATIA
PAZIENZA
VOLONTÀ
FANTASIA

DETERMINAZIONE

MULTITASKING
ASCOLTO
DISPONIBILITÀ
IMMAGINAZIONE
COMUNICAZIONE
AFFIDABILITÀ
RESILIENZA
ADATTAMENTO AL
CAMBIAMENTO

Concludo con l'augurio che ogni donna imprenditrice possa continuare a scoprire il vero sé, indossare nuove lenti per uscire dagli schemi precostituiti per immaginare nuove realtà, dove numeri e benessere coesistono, per co-creare tra donne piani di vita e piani di business allineati verso una ripartenza inclusiva e sostenibile, al servizio dell'espressione del proprio pieno potenziale.

DONNE E IMPRESE, DOPO UN ANNO E MEZZO

I numeri ci raccontano di 25 donne iscritte, 17 delle quali arrivate in fondo al percorso. Undici di loro hanno perfezionato il proprio progetto o l'azienda già avviata.

Elena: Parità di genere.



Cinzia: Turismo rurale, piattaforma, blog



Silvia: Allevamento insetti e lotta biologica



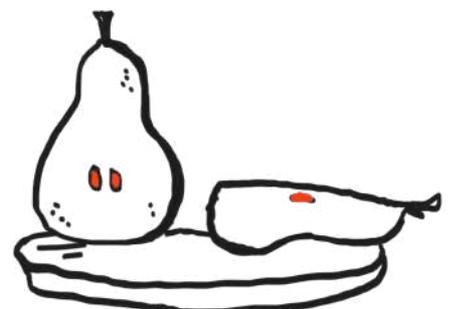
Simonetta: Nuova attività agricola



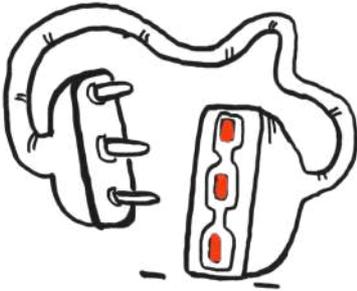
Silvia: Consulente di viaggio, turismo religioso e culturale.



Maria: Nutrizione e benessere.



Georgia: Consulente energetico.



Veronica: Nido in casa bilingue



Eleonora: Turismo dall'Europa dell'Est.



Elena: Centro infanzia benessere bambini e famiglie



Angela: Shiatsu per benessere psicofisico



E' servito questo anno e mezzo per cambiare qualcosa?

Abbiamo posto la domanda alle donne che hanno partecipato al progetto e le due schede grafiche che seguono illustrano i cambiamenti intervenuti sia a livello personale, sia nel progetto di impresa.

La consapevolezza di non essere sulla strada giusta perché non si possiedono le caratteristiche personali o ideali per mettersi in proprio è per noi da considerarsi un successo di PREPARARSI A DIVENTARE IMPRENDITRICE.

Altro, in entrambi i grafici, è indicato da una partecipante che ha compreso come non sia ancora giunto il momento per lei di mettersi in proprio.

COME SONO CAMBIATA IO ?

NON È CAMBIATO
NULLA IN ME

0

HO MIGLIORATO
COMPETENZE CHE
AVEVO GIÀ

2

1
ALTRO

1

HO CAPITO CHE
METTERMI IN PROPRIO
NON FA PER ME

2

SONO PIÙ
SICURA DI ME

7

HO ACQUISITO
INFORMAZIONI
CHE NON AVEVO

8

HO CAPITO DI
ESSERE SULLA STRADA
GIUSTA

5

SONO PIÙ SICURA
DEL MIO PROGETTO

4

HO PERFEZIONATO
ALCUNE INFORMAZIONI
CHE AVEVO

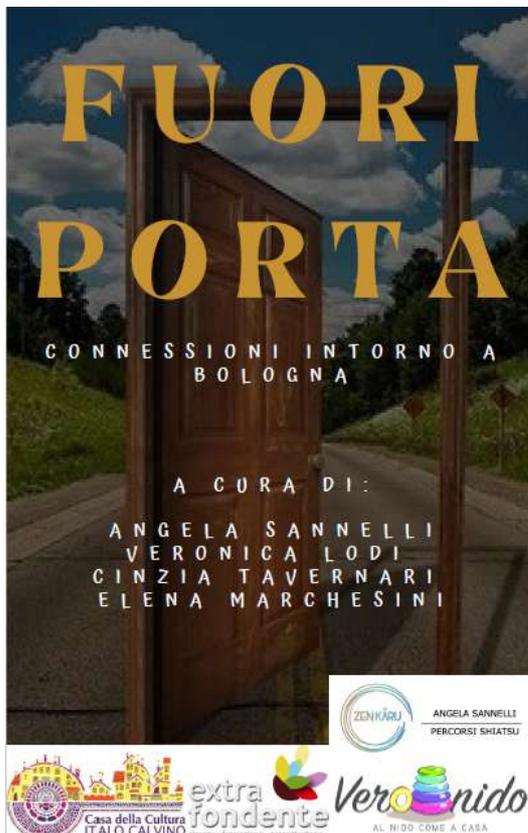
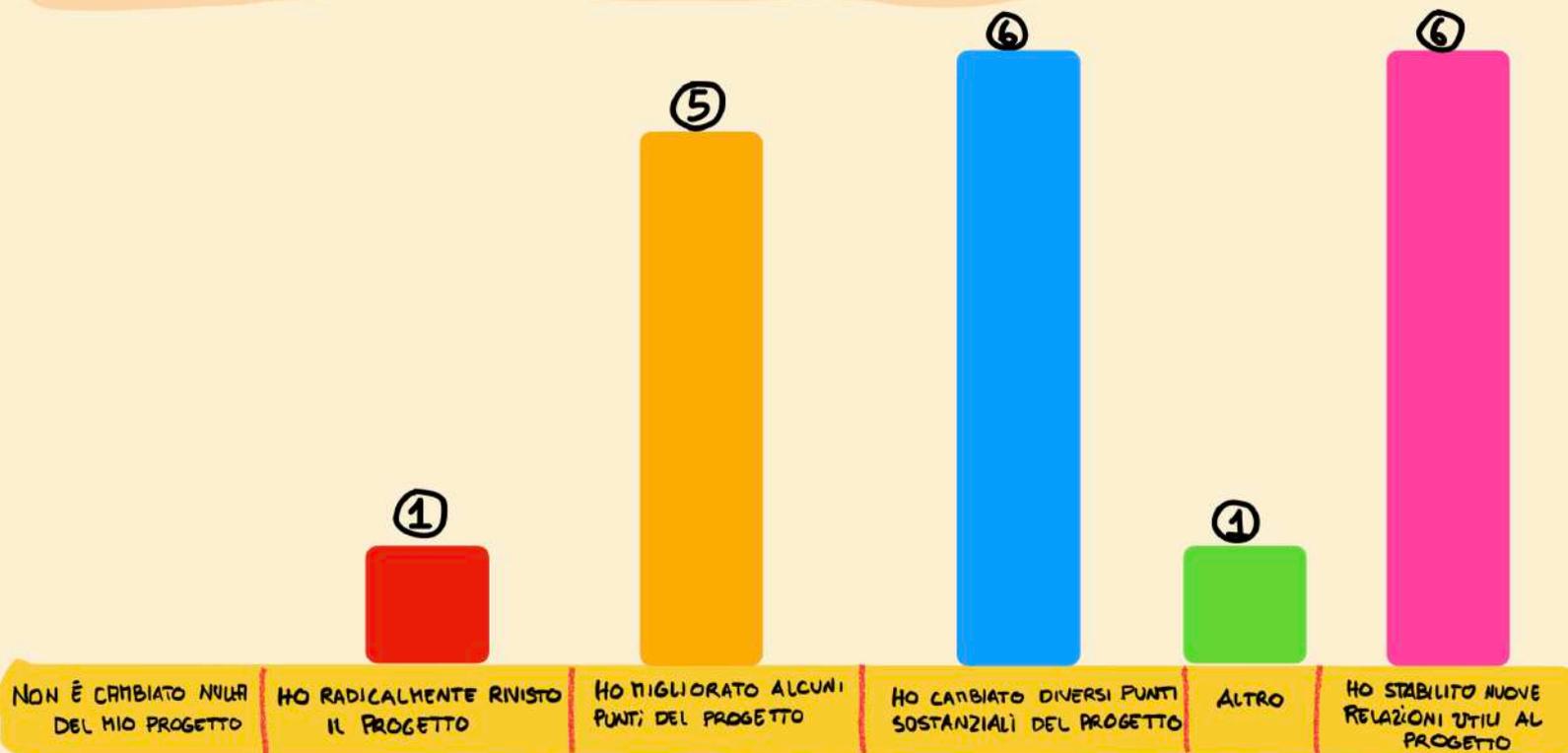
4

HO ACQUISITO
COMPETENZE
CHE NON
AVEVO

6

La fine del progetto è un punto di partenza o di ripartenza e il futuro è pieno di prospettive di approfondimento e perfezionamento.

COME È CAMBIATO IL MIO PROGETTO DI IMPRESA?



Soprattutto il futuro è pieno di sinergie, la più evidente e strutturata è quella tra Angela, Cinzia, Elena e Veronica che hanno impostato un Piano d'Azione Comune "FUORI PORTA. Connessioni intorno a Bologna".

"Sono nate abbastanza in fretta le idee di collaborazione o anche solo di condivisione di obiettivi e metodi per il raggiungimento dei propri scopi, anche quando molto diversi. Comprendere di essere in strada CON qualcuno che ci permette di condividere l'esperienza è una risorsa preziosa anche quando non si tratta di collaborazione propriamente connessa dal punto di vista professionale, ma semplicemente di crescita comune. L'abbiamo immaginata come una rete, che ci accoglie, che ci connette, che ci sostiene, che ci dà forza".



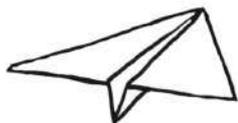
Durante questo corso abbiamo compreso quanto i pensieri, le idee, i dubbi, le paure spesso siano le stesse per persone diverse che percorrono lo stesso sentiero, anche quando le mete sono differenti. Da sempre, nel bisogno comune, l'essere umano cerca di unirsi per aumentare la forza di azione e questo è successo anche a noi.

UNIRE LE FORZE



- COINVOLGERE PARTNER O SOCIE CON COMPETENZE COMPLEMENTARI CAPACI DI RISPONDERE A NOSTRI PUNTI DI DEBOLEZZA

- CAMBIO MERCE / SCAMBIARSI CONSULENZE E SERVIZI



- ATTUARE CONVENZIONI CON ALTRE REALTÀ IMPRENDITORIALI FEMMINILI

- CONDIVIDERE SPAZI, COSTI, SERVIZI, GENERARE NETWORKING.

APPENDICE 1

Come ci si prepara a diventare imprenditrice

Spigolature dai contributi salienti nei seminari tenuti delle organizzazioni partner di progetto

FONDAZIONE MARISA BELLISARIO

intelligenza emotiva:

- Cosa è l'intelligenza emotiva e come si può migliorare
- Conoscere e comprendere le proprie emozioni
- Gestire le proprie emozioni
- Costruire relazioni sane

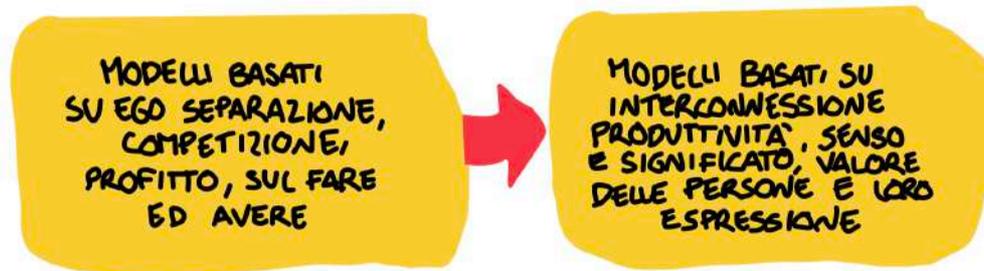
comunicazione empatica:

- Principi della comunicazione empatica
- Gli ostacoli all'empatia
- L'ascolto attivo ed il suo allenamento

la scienza della felicità':

- Felicità come competenza da allenare
- I 4 principi della Scienza della Felicità
- Pratiche di allenamento

LA SCIENZA DELLA FELICITA' A SERVIZIO DELL'IMPRENDITORIALITÀ FEMMINILE



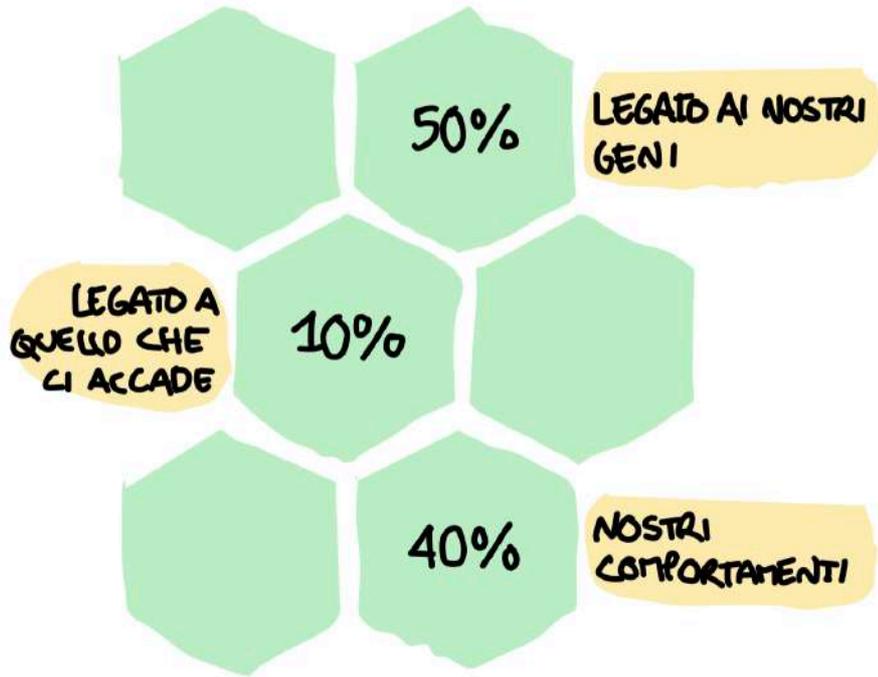
DOTT.SSA DENICA PALLIAGA



principi di empowerment:

- Riflettere sulle proprie individuali specificità nell'affrontare la carriera e la famiglia, e il loro equilibrio;
- approfondire le proprie capacità di auto valutazione delle competenze come preliminare per una scelta di carriera;
- analizzare la propria propensione alla carriera valutando gli aspetti positivi e negativi, in modo da arrivare a scelte consapevoli;
- identificare gli eventuali ostacoli che si frappongono ad uno sviluppo individuale;
- esaminare i vantaggi e gli svantaggi della gestione del potere, mettendo in luce in particolare le trappole individuali e gli equilibri da raggiungere;
- costruire un proprio personale stile di leadership che tenga conto della cultura aziendale esprimendo le proprie individuali caratteristiche.

"LA FELICITÀ SI PUÒ ALLENARE: PERCHÉ?"



SONIA LYUBONIRSKY THE HOW OF HAPPINESS

DOTT.SSA MONICA PALLASA



MICROFINANZA S.r.l.

Educazione finanziaria: PERCHÉ QUESTA AVVERSIONE?

Perché questa avversione?

Alcune possibili spiegazioni:

- Ignoranza su temi finanziari
- Attitudine all'ottimismo
- Ansia finanziaria
- Contabilità mentale

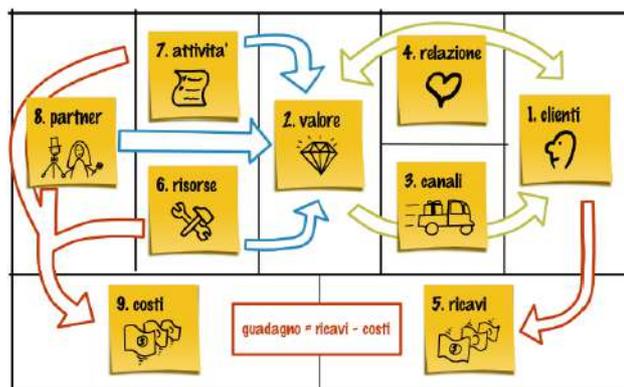


SCELTE SBAGLIATE O INADEGUATE

PIANIFICARE E GESTIRE: Si parte dal bilancio familiare e si arriva al Business Model Canvas

Cos'è il Business Model Canvas

È un modello **dinamico** e **visivo** del "sistema" impresa che consente di creare o sviluppare una strategia aziendale



microfinanza

6

ORLANDO

Occupare lo spazio



Spazio mentale e sociale, consapevolezza e superamento degli stereotipi, alleanze tra donne.

Atteggiamento intellettuale e fisico: "occupazione" dello spazio sociale, una messa in scena da ribaltare, incrinare, riequilibrare.

L'apicoltura è un lavoro per donne.

Di cosa parliamo quando parliamo di apicoltura

E' entusiasmo, energia, endorfine pure.
 E' gioco e lavoro, tentativi e prove, studio e osservazione.
 E' passione, tensione, scarica di adrenalina.
 E' usanza, innovazione, trasmissione.
 E' rispetto, curiosità, meraviglia.
 E' un privilegio, il tempo che si ferma, un'avventura in un mondo parallelo.
 E' il sogno da bambini, una storia raccontata, una genealogia che si tramanda.
 E' impegno, tenacia, divertimento.
 E' sentimento, vibrazioni, colpo di fulmine.
 E' opportunità, scelta e autodeterminazione.
 E' silenzio, concentrazione, movimento lento. Al tempo stesso danza, canto e ronzio.
 E' il nostro passato, presente e futuro: il "nostro battito del cuore".
 E' tutto questo e molto altro.
 E anche di questo parliamo, quando parliamo di api/cultura.

*Tratto da Barbara Bonomi Romagnoli,
 Bee Happy. Storie di alveari, mieli e apiculture, Derive
 Approdi editore)*



Mansplaining

Un uomo (man) spiega (explaining) qualcosa ad una donna, con la tipica condiscendenza e il consueto paternalismo. L'ambiente imprenditoriale e il rischio mansplaining sempre in agguato.

Ri-conoscere le origini di un handicap: collaborazione / relazione tra pari invece di isolamento / mancata educazione al confronto.

L'importanza di creare "safe women-centered spaces" e coltivare alleanze: suggerimenti per la ricerca di reti, strumenti, competenze complementari.

Protagoniste nei settori "girly": contro la svalorizzazione delle competenze.

Dare valore a una prospettiva di genere: costruire acceleratori di cambiamento, non riserve indiane

Femminilizzare la propria impresa, non maschilizzarsi: Il diavolo veste PRADA.



EXTRAFONDENTE

NON È SUFFICIENTE CHE A NOI «PIACCIA» L'IDEA.

L'importante è chiarirsi le idee sul contesto, sull'organizzazione concreta dell'attività, sul perché pensiamo che la nostra idea possa funzionare.

Parole d'ordine: analizzare e pianificare.

i primi passi...

ANALISI SWOT?

Business plan?

**Canvas
model?**

Budget?

...Che confusione !

Exatrafondente

Forme giuridiche dell'impresa

Quale forma giuridica?



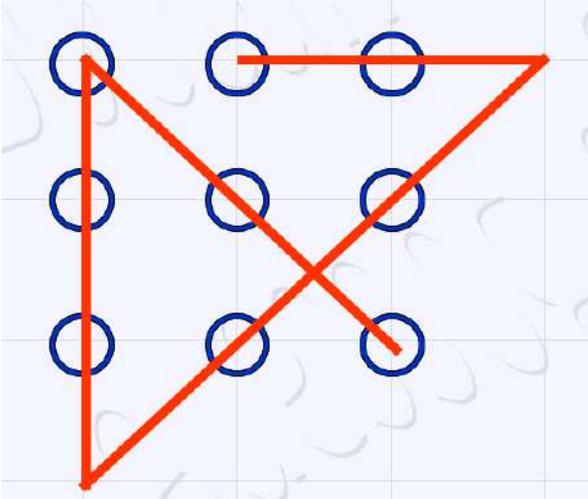
Ditta individuale?
Società di persone?
Società di capitali?
Cooperativa?

Marketing E Comunicazione

Tutto quel che serve: visione, missione, valori, posizionamento, la mucca viola, innovazione, i 5 sensi del marketing.

soprattutto:

AMPLIARE GLI SPAZI E USCIRE DAGLI SCHEMI



IL PERSONALE DI PROGETTO

MARINA PIRAZZI, ideatrice, coordinatrice scientifica. EXTRAFONDENTE
KATIA RAGUZZONI, docente. MICROFINANZA
MONICA PALIAGA, docente. FONDAZIONE MARISA BELLISARIO
GIORGIA BUTTURI, docente e coach. FONDAZIONE MARISA BELLISARIO
CARMELA PULIATTI, docente. EXTRAFONDENTE
SILVA FEDRIGO, docente. ORLANDO
BARBARA BONOMI ROMAGNOLI, docente. ORLANDO
MILENA SCHIAVINA, docente. ORLANDO
SIMONA MANZONE, docente. ORLANDO
UGO BOCCANERA, docente e coach. STUDIO BOCCANERA
MICHELANGELO ROMAGNUOLO, coach. FREE LANCE

Tutor d'aula: Caterina Bargellini, Marina Pirazzi

Comunicazione: Roberta Milazzo

Facilitazione e assistenza attività online: Bangherang e Sofia Cerri

Per contatti con le donne e le loro imprese o per contattare il personale di progetto:
diventareimprenditrice@gmail.com

SITI WEB CONSULTABILI PER SOSTEGNO E L'ASSEGNAZIONE DI FINANZIAMENTI

UNIONE EUROPEA

https://eic.ec.europa.eu/eic-funding-opportunities/eic-accelerator_en

<https://www.open-eye.net/>

<https://wagate.eu/>

<https://www.seedstars.com/>

<https://www.thefamily.co/>

ITALIA

<https://www.mise.gov.it/index.php/it/per-l-impresa>

<https://www.invitalia.it/cosa-facciamo/creiamo-nuove-aziende/nuovo-selfemployment>

<https://www.invitalia.it/cosa-facciamo/creiamo-nuove-aziende/nuove-impresе-a-tasso-zero>

REGIONE EMILIA-ROMAGNA

<https://fesr.regione.emilia-romagna.it/opportunita/2021/attrazione-e-consolidamento-di-start-up-innovative-anno-2021/bando-e-modulistica/bando-e-modulistica/view>

<https://imprese.regione.emilia-romagna.it/>

<https://www.aster.it/attivita/ecosistema-dellinnovazione/gli-incubatori-e-le-serre-di-aster>

ALTRE FONTI E ALTRI BANDI

<https://www.emilbanca.it/battiti>

<https://www.think4food.org/>

<https://en.almacube.com/startup>

<https://www.bo.camcom.gov.it/it/blog/riparti-innovando-con-i-contributi-della-camera-di-commercio>

<https://www.almacube.com/startup>

ALCUNE RETI ITALIANE DI DONNE IMPRENDITRICI



<https://www.youngwomennetwork.com/>



<https://www.assodonna.it/it/impresa.html>



FARE IMPRESA AL FEMMINILE
AIDDA – Associazione
Imprenditrici e donne dirigenti
d'azienda

<https://www.aidda.org/>



Rete al femminile

<https://www.retealfemminile.com/>



<https://www.cna.it/tag/cna-impresa-donna/>



<http://www.fondazionerisorsadonna.it/home.aspx>



<https://www.pwnglobal.net/>



shetech

<https://shetechitaly.org/>



<https://www.pianoc.it/>

ORGANIZZAZIONI PARTNER DI PROGETTO



www.extrafondente.com

microfinanza

www.microfinanza.com/it/



Centro
delle Donne
di Bologna

<https://orlando.women.it/>



www.fondazionebellisario.org



Con il sostegno della Regione Emilia- Romagna

