



FONDAZIONE BET SHE CAN
Sede legale: Via Matteotti 1115/A
30015 Chioggia (VE)
Codice Fiscale: 91022550270
Ente iscritto al Registro delle
Persone Giuridiche tenuto presso
la Prefettura di Venezia al n.446
del 23/01/2015

Aprile 2017

Relazione Attività Fondazione Bet She Can Anno 2016

Premessa

BetSheCan è la prima Fondazione in Italia dedicata all'*empowerment* di giovani ragazze.

La Fondazione opera su tutto il territorio nazionale, proponendo a bambine e ragazze dagli 8 ai 12 anni, percorsi per sviluppare la consapevolezza di sé e delle proprie potenzialità. Ha inoltre l'obiettivo di sensibilizzare e motivare le famiglie, influenzare le Istituzioni nazionali e internazionali e provocare un cambiamento di contesto e di mentalità, offrendo gli spunti per modelli sociali generativi e inclusivi.

Questo approccio - che contraddistingue la Fondazione - si conferma unico e innovativo: investimento puro nel potenziale, a 360 gradi, non solo su tematiche professionali o tecniche ma su tutti gli aspetti della persona; un *target* "atipico", nella consapevolezza sia essenziale affiancare le preadolescenti e da loro ripartire per indurre un cambiamento radicale, prima dell'impatto di sovrastrutture e condizionamenti.

Contesto

L'Italia guadagna nel 2016 ben 28 postazioni nella classifica annuale del *World Economic Forum - Gender Gap Report*, salendo ai più alti livelli mai raggiunti nell'indice stilato dal Forum svizzero. Migliora per il terzo anno consecutivo raggiungendo il 41° posto (su un totale di 145 Paesi) per quanto riguarda le disparità di genere.

Ma l'Italia ha, come tutti gli altri Paesi (neanche i primi in classifica raggiungono la parità), ancora molta strada da fare, in particolare sulle pari opportunità in campo economico: si posiziona al 111° posto, tra le posizioni più basse in Europa davanti a Malta e Turchia. A questo ritmo, ci vorranno 170 anni per raggiungere la parità a livello mondiale in questo campo, stima il World Economic Forum; nel 2015, ne calcolava "solo" 118.

Obiettivi 2016

Dopo un primo anno di avviamento, la Fondazione ha definito come principali obiettivi per l'anno 2016:

- l'arricchimento dell'offerta di percorsi a tema;
- l'ampliamento dei canali di raccolta fondi:
 - dai privati;
 - dalle aziende;
- una maggiore presenza nei canali di comunicazione:
 - espansione della rete sui principali social network (facebook, twitter);
 - espansione della rete tra i giornalisti e altri professionisti del settore;
 - maggiore presenza su testate, trasmissioni radio e televisive di portata nazionale;
- la redazione di un codice etico per la Fondazione.

Risultati 2016

In questo secondo anno di attività - sempre con estremo rigore, valutando impatti e rischi, con grande attenzione alla sostenibilità, alle competenze necessarie e alle risorse disponibili - la Fondazione ha proseguito con l'implementazione del modello: ideazione e disegno di percorsi progettuali, in affiancamento a Partner selezionati in base a criteri selettivi, responsabili della successiva implementazione: Associazioni, Cooperative, Enti (Scuole, Istituti).

In particolare nel 2016 la Fondazione ha registrato i seguenti risultati:

- implementazione di nuovi percorsi di *empowerment*;
- progettazione di nuovi *format* di percorsi con forte potenziale di replicabilità e di interazione con la comunità;
- intensificazione dei contatti con le aziende, principalmente in ottica di *fund raising*;
- sperimentazione di nuovi canali di *fund raising* sui privati;
- ampliamento della presenza sui *social network* e nei media.

A fine 2016 la Fondazione ha chiuso in pareggio il suo secondo bilancio di esercizio, destinando il 74% della raccolta ai progetti.

Codice Etico

Il Codice Etico redatto è stato reso pubblico a inizio 2017.

Implementazione nuovi percorsi

L'accento posto dalla Fondazione, anche nel 2016, è stato sul "fare", sul portare a termine risultati di qualità, concreti e misurabili.

Dopo un primo percorso nel 2015, sono stati implementati altri due percorsi nel 2017.

"*Cambiamo Gioco*", ha coinvolto 15 ragazze (8-12 anni) alla Casa Internazionale delle Donne di Roma. Il percorso, articolato in 10 laboratori teatrali e di produzione video, ha promosso un confronto sul valore del gruppo e della competitività positiva. Applicandosi al meglio delle proprie capacità, le protagoniste di "*Cambiamo Gioco*" hanno sperimentato un percorso di *empowerment* individuale e di gruppo.

"*In Viaggio con Rosetta*", l'appassionante avventura della sonda Rosetta, del suo Lander e della Cometa 67P/Churyumov-Gerasimenko, ha invece visto come protagoniste 16 bambine di 8-10 anni. Il percorso, in 7 incontri, si è articolato intorno a racconti di Pianeti, Comete della Sonda Rosetta e a laboratori di robotica e di programmazione. Questa prima edizione 2016 - svolta nel FabLab WeMake di Milano - ha avuto l'onore della prestigiosa testimonianza della Professoressa Ercoli-Finzi, grande protagonista della missione Rosetta.

Complessivamente, oltre alle bambine protagoniste, tra famiglie, comunità, Partner e gestori delle *location* stimiamo un coinvolgimento indiretto di più di 200 persone.

Progettazione di nuovi format

Ogni percorso Bet She Can è da sempre un *unicum*, pensato e disegnato ad hoc, per eliminare qualsiasi riferimento al problema e allo stereotipo. La diversità e l'innovazione sono frutto di una metodologia completamente ripensata, a partire dall'approccio alla tematica fino all'uso di un linguaggio, aperto, ludico e fantasioso.

Nell'ideare i nuovi *format* di percorsi, la Fondazione ha ulteriormente enfatizzato due priorità:

- maggior inclusione della comunità e dell'"altra metà del cielo", andando oltre - come in tutti i percorsi implementati fino ad ora - il coinvolgimento di genitori e famiglie e la presenza di testimonianze;
- fortissima attenzione al potenziale di replicabilità dei percorsi, con l'elaborazione di una metodologia *ad hoc* sin dalla fase di ideazione, fino alle declinazioni dei percorsi.

Nel 2016, integrando queste due priorità, sono stati ideati e costruiti due nuovi *format* di percorsi (con già delle declinazioni su specifiche realtà territoriali):

- una prima formula che coinvolge in modo attivo e completo, oltre alle ragazze, studenti di scuole / istituti tecnici / licei professionali; le prime declinazioni concrete di questa formula sono "*Zainotronico*" e "*Magie in Casa*" con la collaborazione dell'Istituto Galilei - Luxemburg e gli IC Bruno Munari e Piazza Axum di Milano;
- una seconda formula, una sorta di "club annuale" che coinvolge, intorno a una caccia al tesoro di cui le bambine sono le principali protagoniste, la cittadinanza e il territorio in un percorso di *empowerment* polivalente (attraverso testimonianze, interviste, visite, ricerche di indizi, ...).

Raccolta fondi

Aziende

I contatti per la raccolta fondi attraverso le aziende sono aumentati in modo significativo. L'obiettivo è di privilegiare una sostenibilità a medio e lungo periodo della Fondazione, affinché anche i contributi destinati ai singoli progetti possano diventare un riferimento stabile nel tempo.

Privati

Nel 2016 si è sperimentata una prima raccolta tramite il contributo 5x1000 nella dichiarazione dei redditi 2015. Nonostante l'assenza ancora ad oggi di un riscontro dell'Agenzia delle Entrate sui risultati della campagna, si intende continuare a esplorare questa fonte di donazioni anche nel 2017.

Rete

Partecipanti

Oltre al crescente contributo di contatti e di conoscenze del territorio fornito dai Partner in occasione dello svolgimento dei percorsi, nel corso del 2016 è cresciuta la rete Bet She Can con:

- l'inserimento nei Piani di Offerta Formativa (così detti POF) degli IC Bruno Munari e Piazza Axum e dell'Istituto Tecnico Galilei Luxemburg di Milano dei nuovi percorsi "Zainotronico!" e "Magie in Casa";
- l'aggiornamento del database di contatti con scuole e Istituzioni locali; a dicembre 2016 risultano 70 le scuole (primarie o medie) inserite nel database (contatti di vari tipi) presenti in 5 Regioni italiane.

Network

Nel 2016 si sono consolidati i contatti con diverse associazioni impegnate nell'*empowerment* femminile in Italia tra cui ZONTA International e l'associazione EWMD e con realtà impegnate nella diffusione dell'innovazione sociale quale ASHOKA.

E' stata inoltre allargata la rete Bet She Can al livello internazionale, in particolare nel quadro dell'evento "Shaking the habitual" a maggio 2016, con un prezioso confronto con scuole svedesi e islandesi.

Comunicazione

Il 2016 ha registrato una crescente copertura mediatica della Fondazione, con, già da gennaio, la presenza su Donna Moderna e un'intervista a Radio 2 nella prima puntata della trasmissione "Il Miracolo Italiano".

Complessivamente nel 2016 la Fondazione è riuscita ad avere oltre 10 interviste radiofoniche o televisive e articoli su riviste o blog. E' da notare l'inizio di una copertura anche della stampa estera, con un articolo nel numero di aprile del giornale svizzero "Azione".

Sempre nel 2016 la Fondazione ha beneficiato anche della copertura mediatica della campagna "#puoiesseretuttociòchedesideri" di Mattel Italia per Barbie e del risalto dato all'evento Barbie Awards 2016 nel quale la Fondazione è stata coinvolta.

Nel contempo, l'attività di Bet She Can sui social si è intensificata con il supporto di una risorsa dedicata nei mesi di marzo, aprile e maggio: in particolare la pagina Facebook della Fondazione ha raggiunto oltre 1.300 *follower* e l'account Twitter oltre 200 *follower*.