

MARZO 2019



RELAZIONE ANNUALE FONDAZIONE BET SHE CAN

ANNO 2018

INDICE



01

PREMESSA

02

CONTESTO

04

OBIETTIVI
2018

05

RISULTATI
2018

08

IMPATTO

10

RACCOLTA FONDI

11

RETE

14

SENSIBILIZZAZIONE

15

COMUNICAZIONE

PREMESSA

BET SHE CAN è la prima Fondazione in Italia dedicata all'empowerment di giovani ragazze.

La Fondazione accompagna la crescita di bambine e ragazze dagli 8 ai 12 anni, su tutto il territorio nazionale, proponendo 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; 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.

Ogni percorso BET SHE CAN è da sempre un unicum, pensato e disegnato ad hoc. La diversità e l'innovazione sono frutto di una metodologia completamente ripensata, a partire dall'approccio alla tematica - eliminazione di riferimento al "problema", focalizzazione sulla presa di consapevolezza del potenziale - fino all'uso di un linguaggio aperto, ludico e fantasioso. Da giugno 2015, data che segna l'avvio dell'operatività, oltre 8.300 persone - bambine insieme alle loro famiglie, docenti, Partner e collaboratori coinvolti nei percorsi - sono state partecipi delle attività della Fondazione. A queste si aggiungono circa altre 9.000 persone "contagiate" da BET SHE CAN grazie all'effetto domino del passa parola, delle partecipazioni puntuali ai percorsi e agli eventi, dei social network e di altri mezzi di comunicazione quali stampa, radio e televisione.

*Marie - Madeleine
Gianni*

MARIE-MADELEINE GIANNI
PRESIDENTE

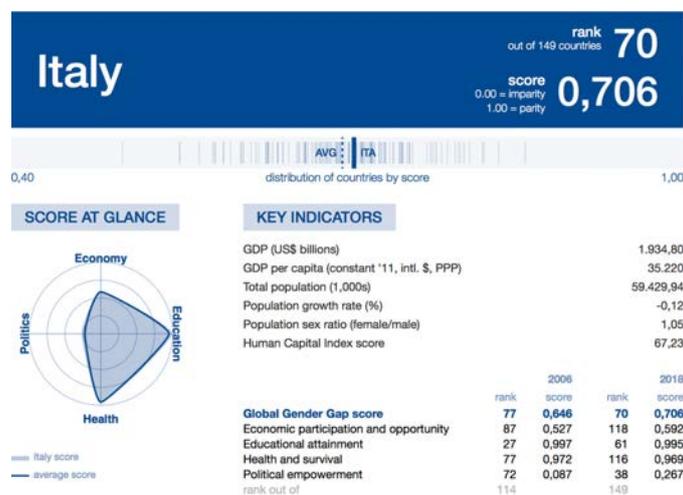




CONTESTO

L'Italia si posiziona nella classifica annuale del World Economic Forum - Gender Gap Report, edizione 2018, al 70° posto su 149 paesi (in leggero miglioramento rispetto al 82° posto su 144 Paesi nel 2017). L'Italia nel 2018 è quart'ultima in Europa Occidentale, con una performance superiore solo a quella di Grecia, Malta e Cipro ed è ultima se si considerano i "big" del mondo industrializzato.

La parità economica rimane uno dei punti di maggior debolezza del Paese con un posizionamento al 118° posto su 149. A livello mondiale, per colmare questo divario nella partecipazione all'economia mondiale, all'attuale ritmo e senza azioni mirate, serviranno altri 202 anni.



SOFIA

9 ANNI

“IL PERCORSO CHE ABBIAMO FATTO È MOLTO BELLO, COINVOLGENTE, INTERESSANTE, MERAVIGLIOSO - NON LO SCORDERÒ MAI. GRAZIE PER L'ATTENZIONE CHE CI AVETE DATO”



OBIETTIVI 2018

La Fondazione si era prefissata come principali obiettivi per il quarto anno di attività di:

Investire maggiormente in comunicazione, per dialogare con le aziende - principali sostenitori della Fondazione - in modo più efficace.

Investire nello sviluppo della rete di sostenitori in modo più continuativo, esplorando nuovi "target" quali i Direttori HR e Welfare.

Rafforzare l'impegno sulla scalabilità dei progetti testando la seconda formula ideata, "La Tribù", con un progettoPilota.

Promuovere e incentivare, alla conclusione dei progetti, il proseguo naturale sulla base dell'esperienza acquisita dai soggetti coinvolti, anche senza la presenza attiva della Fondazione.

Consolidare la rete, facendo una valutazione approfondita di risultati portati e di competenze dei Partner (associazioni, cooperative, scuole) attivi.



RISULTATI 2018

Nel primo semestre, nel quadro della collaborazione con il Gruppo Ferrovie dello Stato Italiane e del suo programma Women In Motion, svolgimento del progetto “In Viaggio con l'altra metà del cielo” sulla base della nostra formula “Con l'altra metà del cielo” in 10 Istituti e 12 Scuole Primarie in tutta Italia, coinvolgendo 174 bambine e 263 studenti degli Istituti Tecnici.

A maggio, registrazione del marchio e logo “BET SHE CAN, Girls in Progress” - il marchio è stato depositato in Unione Europea nelle classi 16, 36, 41 e 45 con il numero 017308743 e registrato in data 4 maggio 2018.

A giugno, presentazione dei risultati di “In viaggio con l'altra metà del cielo”:

- 32 manufatti funzionanti e altamente tecnologici, come passaggi a livello automatizzati (Benevento), treni magnetici (Milano), mappa dell'Italia con monumenti e circuiti elettronici (Roma), ganci disegnati con CAD e prodotti con stampanti 3D (Vicenza) e altri ancora realizzati dalle bambine insieme agli studenti degli Istituti Tecnici,
- oltre 80 % bambine interessate a un futuro nelle STEM (esperienza del mondo STEM attraverso il percorso e crescita dell'interesse),
- oltre 85 % degli studenti degli Istituti Tecnici “stupiti” dalle bambine, grazie a un percorso che rompe gli schemi mentali, li mette in discussione, fa uscire dalla propria “comfort zone”;



RISULTATI 2018

A luglio, inizio della collaborazione con la casa editrice Carthusia per il libro progetto “Volo con te”, un percorso di consapevolezza che si concretizza in un albo illustrato per tutti, bambini e adulti.

A settembre, lancio in concomitanza a Reggio Emilia e a Piacenza - a Piacenza con il sostegno del Comitato Territoriale IREN - di due edizioni di “La Tribù”, caccia al tesoro alla scoperta di percorsi atipici, fuori dagli stereotipi, per bambine di II, IV e V Elementare; entrambe edizioni godono del patrocinio del Comune di riferimento.

A novembre, partecipazione alla selezione nazionale, a Brindisi, per la fellowship ASHOKA (la più grande rete al mondo di imprenditori sociali per l'innovazione sociale).

A dicembre, lancio del nuovo sito della Fondazione - www.betshecan.org - dopo un lungo lavoro di ripensamento di contenuti e veste grafica; sempre a dicembre sperimentazione di nuovi canali di fund raising e di brand awareness indirizzati ai privati quali l'iniziativa “Insieme per Natale” per la promozione di giochi fuori dagli stereotipi, insieme alla Cooperativa Sociale IIMelograno.net e in contemporanea la partecipazione, per tutto il mese, al programma “QVC informa” sul canale di televendita QVC Italia.

A fine 2018 la Fondazione ha chiuso con un risultato gestionale positivo il suo quarto bilancio di esercizio.



GIOVANNI 16 ANNI

“UNA ESPERIENZA DAVVERO DIVERSA DAI SOLITI PROGETTI, DOVE SI È CREATO UN BEL RAPPORTO CON LE BIMBE E UN MOMENTO DI CRESCITA COLLETTIVO”



IMPATTO

L'accento posto dalla Fondazione, anche nel 2018, è stato sul "fare", sul portare a termine risultati di qualità, concreti e misurabili, con un'attenzione particolare a iniziative - quali il libro "Volo con Te" e la partecipazione a "QVC Informa" - di maggior diffusione presso il grande pubblico.

Nel 2018 circa 1.800 persone tra bambine, bambini, studenti, famiglie, comunità e Partner locali hanno

beneficiato delle iniziative BET SHE CAN, portando quindi il progressivo dall'inizio dell'attività a circa 8.360 persone.

Sempre nell'anno stimiamo un contributo dell'effetto domino - attraverso il seguito sui Social Network e altri Media - di almeno altre 4.400 persone, portando quindi il progressivo dall'inizio dell'attività a circa 9.000 persone "contagiate".



1.800

*circa 1.800 persone tra
bambine, bambini, studenti,
famiglie, comunità e Partner
locali hanno beneficiato delle
iniziative BET SHE CAN*

4.400

*Un contributo dell'effetto
domino - attraverso il seguito
sui Social Network e altri
Media delle persone
"contagiate"*

RACCOLTA FONDI

100

CONTATTI AZIENDE

I contatti aziendali per la raccolta fondi attraverso le aziende sono aumentati in modo significativo - con ormai circa 100 aziende in contatto con la Fondazione.

2018

PRIVATI

Nel 2018 è proseguita la raccolta tramite il contributo 5x1000 nella dichiarazione dei redditi 2017.

Con i fondi raccolti con la campagna 5x1000 del 2016, il primo anno in cui sono stati forniti ad oggi i risultati, è stata in parte finanziata l'edizione della nuova formula BET SHE CAN, "La Tribù", a Reggio Emilia.

La sperimentazione dell'iniziativa "Insieme per Natale" con la Cooperativa Sociale IIMelograno.net ha portato più che altro notorietà e visibilità (brand awareness), così come l'esperienza in "QVC Informa" nel mese di dicembre.

RETE

18

PARTNER

La Fondazione conta ormai una rete nazionale di 18 Partner (associazioni, cooperative sociali, liberi professionisti) accuratamente selezionati per l'esperienza comprovata con bambine e bambini della fascia di interesse, e per le competenze specifiche (STEM, artistiche, grafiche altre) sviluppate. Questa rete di Partner è stata collaudata attraverso collaborazioni effettive, di qualità, nei diversi percorsi BET SHE CAN implementati.

37

VOLONTARI

La rete dei volontari BET SHE CAN è cresciuta in modo significativo. A fine 2018 si registrano 37 volontari e sostenitori attivi in Italia e all'estero e in particolare numerosi Role Model (al femminile e anche al maschile) coinvolti nei vari percorsi.

In generale si sottolinea anche per l'anno 2018 un significativo e fondamentale apporto, a titolo gratuito, della Presidente e della Vicepresidente. In particolare, un impegno significativo di entrambe è stato dedicato alla rivisitazione del sito della fondazione, e da parte della Presidente, al disegno e al collaudo della nuova formula BET SHE CAN, "La Tribù".

NETWORK

Nel 2018 si sono confermati i contatti con diverse associazioni impegnate nell'empowerment femminile in Italia tra cui:

l'associazione EWMD, Chapter di Reggio Emilia - Modena; si segnala in particolare la preziosa sinergia della Tribù BET SHE CAN a Reggio Emilia con l'iniziativa Ragazze Digitali dell'associazione, in occasione del laboratorio di robotica e della partecipazione al Festival del Digitale AFTER;

l'associazione DClub con la realizzazione di un libro-avventura, il viaggio di Alice nei mestieri della Banca, che darà la possibilità a bambine e bambini, di scoprire un mondo pieno di opportunità ma anche di sfide come la maggior diversità dei clienti, le crescenti disparità, la sostenibilità l'occasione anche per avvicinare le future donne a questo settore e dare loro la possibilità, domani, di portare un contributo di valore;

l'associazione di donne chirurghe, Women in Surgery Italia, che ha accolto la fondazione in occasione del convegno nazionale dell'associazione.

Si evidenzia inoltre la partecipazione alle selezioni per la fellowship ASHOKA (la più grande rete al mondo di imprenditori sociali per l'innovazione sociale) a novembre a Brindisi. Questa tappa nazionale della selezione per la fellowship è stata superata positivamente - rimane a questo punto l'ultima tappa della selezione - negli Stati Uniti - nel primo semestre 2019.



NADIA

10 ANNI

“MI È PIACIUTO MOLTO, HO IMPARATO TANTE COSE IMPORTANTI E MI SONO DIVERTITA. VI VOGLIO TANTO BENE”



SENSIBILIZZAZIONE

Si segnala la partecipazione - ormai consolidata - all'edizione milanese del Festival della Crescita a ottobre con un laboratorio, rivolto a bambine e bambini, di disegno e illustrazioni, quest'anno inserito all'interno del libro-progetto "Volo con te".

Inoltre, a dicembre BET SHE CAN ha partecipato insieme alla psicologa Annapaola Primavesi, Partner su diversi progetti della fondazione, alla trasmissione "QVC informa" del canale televisivo QVC, con 6 pillole sulla fondazione. Queste pillole sono state pensate, oltre che per presentare la fondazione, con un taglio che desse particolare attenzione alla concretezza dell'approccio e provando a fornire strumenti semplici per aiutare a:

- incentivare il dialogo tra generazioni e in particolare l'ascolto vero;
- prendere conoscenza dei condizionamenti che possono influire sui nostri comportamenti;
- individuare nei piccoli (e nei grandi) talenti e competenze;
- cogliere l'importanza della consapevolezza di chi siamo, e chi vogliamo diventare;
- vivere meglio il conflitto;
- scoprire la propria diversità.



COMUNICAZIONE

Si segnalano in particolare:

A maggio e luglio, la partecipazione alla trasmissione What's Up di Radio Latte Miele; a giugno un articolo sulla rivista Le Freccie, la cui distribuzione capillare su tutti treni Freccia della Ferrovie dello Stato garantisce una importante visibilità;

A ottobre, sull'edizione online Affari e Finanza della Repubblica, un articolo sul libro-progetto "Volo con te";

a dicembre, l'avvio del canale You Tube della Fondazione;

Un lungo lavoro di rinnovo, dopo oltre 3 anni, del sito web della Fondazione con un accento particolare posto sull'approccio che la contraddistingue,

l'impatto dell'operato e le varie modalità di supporto a disposizione dei sostenitori - il nuovo sito è andato online a inizio dicembre.

L'attività di BET SHE CAN sui Social Network si è sviluppata ulteriormente: in particolare la pagina Facebook della Fondazione ha raggiunto oltre 1.900 sostenitori, l'account Twitter oltre 250 follower, e la pagina LinkedIn oltre 220.





WWW.BETSHECAN.ORG