

PROGRAMMA

Digit@Donna

Nell'ambito del Programma Imprenditoria Femminile promosso dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy e realizzato da **Invitalia** ed **Unioncamere** a valere sul “Fondo a sostegno dell’impresa femminile” ex art. 1, commi 97-106 della Legge 178/2020 – Capo V, comprensiva della dotazione aggiuntiva del PNRR (Decreto interministeriale 24 novembre 2021), **Si.Camera** propone il **percorso formativo Digit@Donna**, ideato per supportare e guidare le donne che vogliono avviare un progetto o un’attività d’impresa nell’utilizzo del digitale quale strumento essenziale per la fase di start-up. Il percorso inserito nel **Servizio Nuove Imprese – Imprenditoria femminile**, implementato nell’ambito delle attività progettuali del Programma Imprenditoria femminile (www.sni.unioncamere.it/imprenditoriafemminile) si rivolge a: **aspiranti imprenditrici, studentesse e lavoratrici e più in generale a tutte le donne che hanno in mente un’idea o un progetto di impresa da realizzare.**

PREMESSA

La diffusione del digitale ha cambiato radicalmente il modo in cui si avvia un’attività: quando si parla di un progetto o di un’idea di impresa, il digitale assume senz’altro un ruolo strategico e facilitante, rendendo la messa in opera molto più accessibile soprattutto in una fase di start-up. Se, però, da un lato la tecnologia è riconosciuta pienamente come pilastro indispensabile per il dialogo con il mercato e con il target, allo stesso tempo l’abbondanza di informazioni, casi e “ricette” di successo rende difficile capire come orientarsi. Questo sovraccarico si amplifica quando entra in gioco anche il divario digitale di genere: molte donne sanno che il digitale è fondamentale, ma non hanno criteri chiari per orientarsi, distinguere l’essenziale dal superfluo e integrare davvero la tecnologia nelle fasi iniziali della creazione d’impresa. Il recente Rapporto “L’Imprenditoria Femminile in Italia” realizzato da Unioncamere con il supporto del Centro studi Tagliacarne e Si.Camera conferma che sono ancora poche le imprese femminili che investono in formazione, solo il 12,3% pensa di farlo nel 2025 in competenze digitali e che quasi il 10% delle imprese femminili segnala difficoltà nel reperire profili con competenze digitali, informatiche e STEM.

In tale contesto, risulta quindi cruciale che le reti di supporto all’imprenditorialità femminile mettano a disposizione strumenti mirati all’up-skilling e re-skilling digitale, volti a rafforzare la capacità delle imprenditrici non solo di utilizzare strumenti digitali, ma di interpretarli

strategicamente e integrarli nei processi aziendali di creazione del valore. Senza un adeguato orientamento e formazione, la tecnologia rischia, infatti, di restare un mero “strumento operativo” anziché diventare un fattore abilitante sistematico per lo sviluppo d’impresa.

Digit@Donna nasce per rispondere a questo bisogno e restituire al digitale il suo ruolo più importante: quello di **una leva pratica per fare impresa**. Il percorso non mira, nel dettaglio, a divulgare in modo astratto, ma a **rendere il digitale uno strumento concreto, leggero e subito utilizzabile per passare dall’idea all’azione**. In particolare al termine di **Digit@Donna** le partecipanti:

- 👉 avranno acquisito un metodo semplice e replicabile per **analizzare il mercato** e capire il proprio target;
- 👉 sapranno utilizzare gli strumenti strategici per definire chiaramente una **proposta di valore**;
- 👉 sapranno utilizzare strumenti digitali di base per **validare un’idea imprenditoriale** e realizzare il primo MVP (Minimum Viable Product);
- 👉 avranno compreso **di quali strumenti digitali hanno bisogno in concreto e quali sono potenzialmente utili in futuro**.

Le attività formative non saranno caratterizzate da una divulgazione astratta o meramente informativa ma sono **progettate per trasformare il digitale in uno strumento operativo, leggero e immediatamente applicabile, capace di accompagnare concretamente le partecipanti nel passaggio dall’idea all’azione**. L’obiettivo è rendere la tecnologia un alleato quotidiano nei processi di definizione, validazione e primo sviluppo dell’iniziativa imprenditoriale.

In questa prospettiva, il digitale viene utilizzato come leva per **analizzare** il mercato, **individuare** segmenti e tendenze rilevanti, **comprendere** con maggiore precisione il proprio target e le sue esigenze, progettare un MVP e testare la propria iniziativa in modo semplice e sostenibile.

TEMATICHE, ISCRIZIONE E ARTICOLAZIONE DELL’INIZIATIVA

Il percorso alterna **momenti di lezione frontale ed esercizi proposti in modalità role-play/gamification seguendo la logica Analisi → Strategia → Azione**. Verrà rilasciato l'**attestato di partecipazione** a chi frequenterà almeno **10 ore su 12**.

L'iscrizione è possibile compilando il seguente modulo:

<https://forms.gle/uTwdTCiz18zwMAfP9>

Le attività formative si terranno in modalità webinar con la seguente calendarizzazione:

Venerdì 12 Dicembre ore 09.30-12.30	Lunedì 12 Gennaio ore 09:30-12:30	Venerdì 16 Gennaio ore 09:30-12:30	Mercoledì 21 Gennaio ore 09:30-12:30
MODULO 1 Digitale per lanciare un'idea	MODULO 2 Digitale per definire la strategia d'impresa	MODULO 3 Digitale per la strategia d'impresa (parte 2)	MODULO 4 Digitale per passare dalla strategia all'azione

DI COSA SI PARLERÀ IN DETTAGLIO

MODULO 1

Digitale per lanciare un'idea

I fondamenti del percorso: mindset digitale, basi dell'imprenditorialità digital-oriented e primi strumenti per comprendere e definire l'idea imprenditoriale. Argomenti del modulo:

- Perché oggi è più semplice avviare un'attività grazie al digitale
- Il ruolo del digitale nell'avvio d'impresa: convenienza, ricchezza informativa, facilità di attivazione, visibilità
- Le tre domande fondanti di ogni progetto: *Che problema risolvo? Per chi? Perché dovrebbero scegliere me?*

GAMECHANGER: “Rompiscatole”, un gioco in cui devi scegliere una scatola da rompere. Al suo interno dovrasti trovare il tuo target di partenza, e da qui individuare il luogo digitale su cui puntare per iniziare a costruire la tua strategia.

- Cosa significa mindset digitale e perché non bisogna avere paura di svilupparlo
- Costruire un'idea di impresa digital-oriented step by step
- Cosa serve e cosa no: una guida pratica per capire quale strumento digitale è indispensabile per partire, quale potenzialmente utile, quale totalmente superfluo

GAMECHANGER: “Piano Zero”, un gioco in cui passare dall'idea di brand a un elevator pitch.

MODULO 2

Digitale per definire la strategia d'impresa

I fondamenti per la “messa a terra” dell’idea di impresa: capire il mercato, il problema e proporre una soluzione. Argomenti del modulo:

- Come si fa un’analisi di mercato a partire da Google
- Può funzionare? Osservare e imparare dalla concorrenza
- Progettare un’idea in maniera agile: il Business Model Canvas
- Cosa offro?
- Quali sono le mie risorse di partenza?
- Quali sono le attività indispensabili per realizzare il mio progetto?
- Chi mi può aiutare?
- Che tipo di costi immagino di dover sostenere?
- Per chi lo faccio?
- Come mi rapporto al pubblico?
- Che canali uso?
- Dall’idea alla Value Proposition

GAMECHANGER: “Canvas Express”, un quiz guidato che ti porta a destinazione verso il tuo modello di business.

MODULO 3

Digitale per la strategia d'impresa
(parte 2)

I fondamenti per individuare il pubblico e definire la strategia di comunicazione. Argomenti del modulo:

- Mismatch: chi è il mio target vs. chi penso che sia il mio target
- Come capire se quel target fa veramente per te: costruire la Mappa dell’Empatia

GAMECHANGER: “MatchMaker”, un gioco istintivo in cui scegliamo il cliente ideale, basandoci solo sulla sua bio.

- Scegliere i canali e gli elementi fondamentali della comunicazione
- Definire una strategia complessiva di comunicazione e una strategia a breve termine per il lancio

MODULO 4

Digitale per passare dalla strategia all’azione

I fondamenti per definire un MVP (Minimum Viable Product) digitale per comunicare online.

- Cos’è un MVP e cosa (non) è
- Differenza tra MVP, demo, prototipo, mockup
- Perché serve
- Da “creo e poi spero” a “testo e poi creo”
- I 4 pilastri di un MVP che funziona
- Gli elementi strategici di un MVP
- Gli elementi di comunicazione di un MVP
- Come lo testo?
- Dal concetto di MVP alla produzione di contenuti

GAMECHANGER: “The Real MVP”, un gioco in cui a gruppi le partecipanti costruiscono un progetto di prodotto identificando la promessa e definendo i KPI.