

MAMME PROTAGONISTE DEL WEB: DUE MILIONI FREQUENTANO LA RETE E 3000 HANNO APERTO UN BLOG

Il 72% delle donne, in Italia, ha un accesso ad internet e cresce in particolar modo la presenza di donne online: il 22,4% delle donne (6 milioni) si connette almeno una volta nel giorno medio. Un interesse dimostrato anche dal numero sempre crescente di piattaforme on line dedicate: 50 portali e più di 20 top community al femminile.

La lotta sessista tra uomini e donne? Si è spostata sul web. In un'epoca in cui il digitale la fa da padrona in tutti gli ambiti, le differenze tra il sesso debole e quello forte si vedono pure sul modo di navigare sul web. E se fino a qualche anno fa, sembrava l'uomo l'animale più tecnologico di casa, oggi il **mondo femminile è riuscito a conquistare una porzione di realtà virtuale**, trasformando, a volte, una passione in un vero e proprio business.

Le donne hanno capito, forse più degli uomini, le enormi potenzialità di diari, blog, community. Di tutto ciò, insomma, che il web offre per comunicare e condividere le proprie esperienze. Negli Stati Uniti si parla addirittura di **36 milioni di donne blogger**. Secondo il Wall Street Journal, pare che la professione del blogger sia la seconda forma di autoimpiego più diffusa negli USA.

Una realtà, quindi, che sta assumendo sempre più i contorni di un vero e proprio fenomeno sociale e che si sta rapidamente diffondendo anche nel nostro Paese. In Italia, infatti, dove secondo i dati di Audiweb sono **6,2 milioni le donne collegate nel giorno medio** – un dato che è aumentato del 10,6% in un solo anno - si contano migliaia di blog gestiti da donne che parlano a donne ...

BLOG & DINTORNI: POSTO QUINDI SONO...

Ma come nasce la voglia di creare un blog, evoluzione del vecchio "diario segreto" e, nello stesso tempo, sua netta antitesi e contrapposizione? C'è chi lo fa per curiosità, chi per divertimento, chi per condividere una passione o un momento delicato della propria vita.

Ci sono le **fashion blogger** – donne animate dalla passione per tutto ciò che è moda e tendenze – o le **blogger artigiane**, che condividono il proprio hobby nel campo dell'artigianato, come decoupage, gioielli, saponi, dolci, e, in alcuni casi, ne hanno fatto veri e propri marchi con linee di vendita.

E poi ci sono loro. **Le mamme blogger. Un fenomeno nel fenomeno.** Come dicevamo, molte donne avviano un blog in corrispondenza di un momento delicato e critico della loro vita, in cui si sentono più insicure e hanno voglia di condividere emozioni ed esperienze con chi è nella loro stessa condizione. Ecco perché molte decidono di aprire un blog proprio in coincidenza con l'esperienza della maternità, parlando della gravidanza, prima, e della loro nuova vita genitoriale dopo.

La fase della maternità, in Italia, può diventare un momento molto critico nella vita di una donna: troppe mamme perdono ancora il lavoro quando hanno i figli e molte cercano di trovare nuove occupazioni che permettano loro una maggiore possibilità di conciliare famiglia e lavoro.

Oggi sono **due milioni le mamme digitali** che navigano in rete e oltre **3.000 di loro hanno deciso di aprire un blog sull'argomento e alcune di trasformarlo in un vero e proprio mestiere**. Con ironia e leggerezza, parlano apertamente e con sincerità dei propri problemi, senza nascondere dubbi, insicurezze e momenti di fragilità, con la convinzione che la propria esperienza possa essere di aiuto ad altre mamme.

Ne emerge una **visione della maternità non edulcorata**, ma reale e concreta, in cui l'immagine idilliaca dell'essere madre si scontra con piccole e grandi difficoltà di ogni giorno. Per tante il blog diventa un vero e proprio momento di **sfogo**, uno spazio in cui lasciarsi andare liberamente alle proprie considerazioni, scrivendo spesso impulsivamente e senza filtri.

PERCHÉ LA MAMMA BLOGGER È UNA VERA OPINION LEADER

Alcune di queste mamme blogger sono quasi delle **celebrieties in rete**: scrivono libri, rilasciano interviste e sono delle forti influencer sul web, con un altissimo seguito.

Il *BlogHer 2012 Social Media Study* ha dimostrato, infatti, come la **fiducia delle donne online sia riposta fortemente sui blog**. Ne emerge una netta linea di demarcazione tra le situazioni di scelta d'acquisto, dalla ricerca di informazioni e recensioni fino a consigli di altri consumatori, e le situazioni di divertimento.

Nel primo caso le donne si affidano fortemente ai blog. Nel secondo caso, per divertirsi, vanno sui social media, anche per tenersi in contatto con amici e parenti.

E' una differenziazione molto significativa, che ravviva il valore del blog come punto di riferimento molto più stabile di un account social.

Allora perché non guardare al **web come un'opportunità per creare valore, sociale ma anche economico**? Negli Stati Uniti molte madri che gestiscono un blog ne hanno fatto un lavoro, grazie soprattutto agli inserti pubblicitari e agli articoli sponsorizzati. Le mamme, infatti, sono un target molto appetibile dal punto di vista commerciale: fanno la spesa e prendono moltissime decisioni in merito all'alimentazione e allo stile di vita di tutta la famiglia.

I brand e le aziende hanno cominciato a capire l'importanza dello strumento e hanno avviato forme di collaborazione con le mamme blogger, facendo loro provare in anteprima i propri prodotti o coinvolgendole in alcuni loro progetti.

Una mamma non consiglierebbe mai qualcosa di cui non è convinta ad un'altra mamma. Né testerebbe sul proprio figlio un prodotto poco sicuro o sottoscriverebbe una campagna di cui non condivide i messaggi...