

# La tecnologia ha bisogno delle donne

September 2021  
By Serena Marmo, Alice Monti,  
Giulia Dionisio



As a part of Boston Consulting Group (BCG), BCG Platinion provides consulting & engineering services in human centric design, IT architecture, development, and implementation of advanced technology solutions that fuel critical transformation and creation of new-generation business models. Today, our presence spans the globe with offices in Europe, North and South America, South Africa, and Asia Pacific.

# La tecnologia ha bisogno delle donne

**Intervista a Julia Wiesermann (Managing Director BCG Platinion) e Giulia Dionisio (Manager BCG Platinion): perché le donne dovrebbero scegliere il Digital-Tech.**

## ***Il settore del Digital-Tech in tre parole. Perché è così importante per le donne farne parte?***

J: Pilastro del ventunesimo secolo, sfidante ed emozionante, divertente! L'industria del Digital-Tech sta portando innovazione in tutti i settori.

È fondamentale portare il settore a una maggior comprensione di cosa è pratico, possibile e desiderabile, e solo attraverso la creazione di team diversificati si può raggiungere l'obiettivo. Per questo la partecipazione femminile gioca un ruolo fondamentale.

G: Innovativo, stimolante e creativo! Il settore del Digital si sta profondamente evolvendo, non vedo ragioni per le quali le donne non dovrebbero essere protagoniste in prima persona di questa rivoluzione.

## ***Cosa ti ha spinto a intraprendere una carriera nel Digital-Tech?***

J: Sono sempre stata affascinata dalla magia. Da bambina vedevo IT e digitalizzazione come qualcosa di magico, qualcosa che non riuscivo a comprendere, ma che in qualche modo stimolava tutta la mia curiosità e ambizione. Il fatto che non ci fossero leader donne nel settore ha aumentato ancora di più la mia motivazione.

G: Quando ho finito ingegneria gestionale c'era una grande domanda di risorse nel Digital, ho deciso di provare, e una volta entrata ho scoperto quanto il settore fosse stimolante.

## ***Quali sono le maggiori sfide da affrontare per farsi strada in questo settore?***

J: Essere un traduttore paziente e comprensivo, saper raccontare un mondo affascinante ma non immediato. Molte persone amano parlare di Tech, ma spesso non vogliono fermarsi ad ascoltare tutti i dettagli tecnici. Serve anche l'abilità di rendere le cose facili e accattivanti.

G: Dimostrare che l'età e il genere non hanno implicazioni sulle performance. È importante lavorare in un ambiente meritocratico.

## ***Secondo la tua esperienza lavorativa, quali benefici hai trovato in team diversity-based?***

J: Molto semplice: si ride di più, l'atmosfera migliora e così i risultati.

G: Quando si lavora in un ambiente eterogeneo tutti hanno la possibilità di dimostrare quanto valgono.

## ***Quali consigli daresti alle donne di oggi e di domani che si avvicinano al settore del Digital-Tech?***

J: Se questo è ciò che ti appassiona: fallo e non pensarci due volte. Il resto verrà da sé!

G: Non esistono più lavori da "donna" o lavori da "uomo", il settore del Digital-Tech ha semplicemente bisogno di giovani talenti.

# La strada è lunga, ma promettente.

Sono sempre di più le aziende che pongono diversity, equity e inclusion al centro delle proprie strategie. Skills multidisciplinari e riproduzione in scala del complesso mondo circostante sono ormai leve fondamentali nell'ambito di un mercato competitivo orientato alla personalizzazione dei servizi. Se prima le aziende riuscivano a competere anche con organici poco diversificati e strutturati prevalentemente per skills, risulta ormai evidente che,

soprattutto nel settore del Digital-Tech, sia sempre più necessario avvalersi di risorse con background eterogenei e competenze variegate, al fine di creare un ambiente inclusivo, terreno fertile per lo sviluppo di soluzioni innovative.

È in tale contesto che si colloca la questione dell'impiego femminile e, in esteso, l'impegno all'uguaglianza di genere su tutti i fronti dell'attività di impresa.

## Il Contesto Europeo

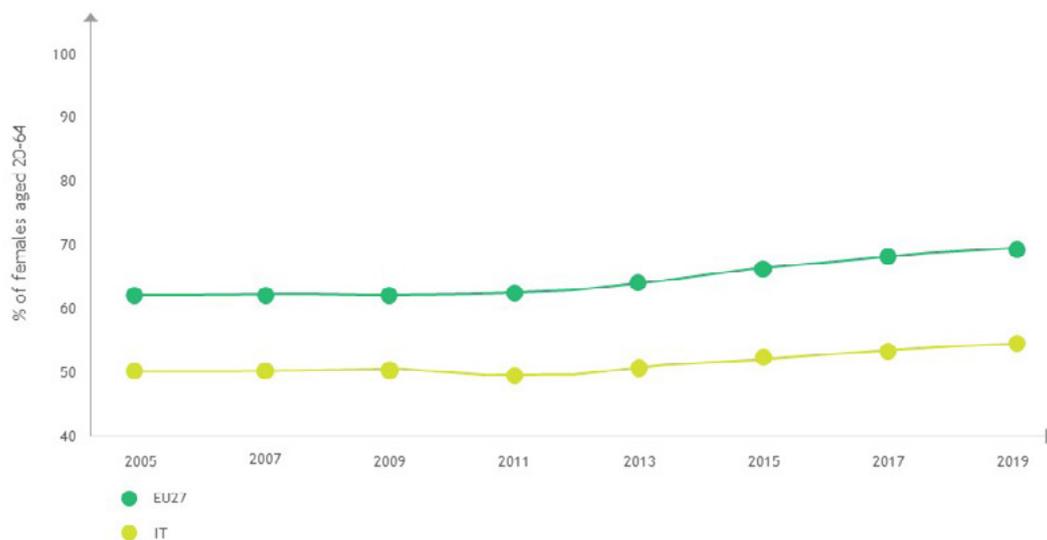
Nel contesto europeo si evidenziano i primi risultati delle politiche introdotte dalle aziende per favorire pari condizioni di accesso al lavoro. Secondo Eurostat<sup>1</sup> cresce in Europa il tasso di occupazione femminile, che dal 2005 al 2019 registra un +8%, passando dal 58.7% al 67.3% con tassi di crescita accelerati rispetto alla componente maschile (+3.9% dal 2005 al 2019).

Un mondo più accogliente, soprattutto se lo si guarda in prospettiva. Sebbene nel 2021 in Europa siano solo il 30% le donne a ricoprire posizioni di top management e dirigenziali, l'indice che misura l'occupazione femminile ai vertici aziendali ha registrato un +100% dal 2012 a oggi, dando un chiaro segnale dell'inversione di tendenza<sup>2</sup>.

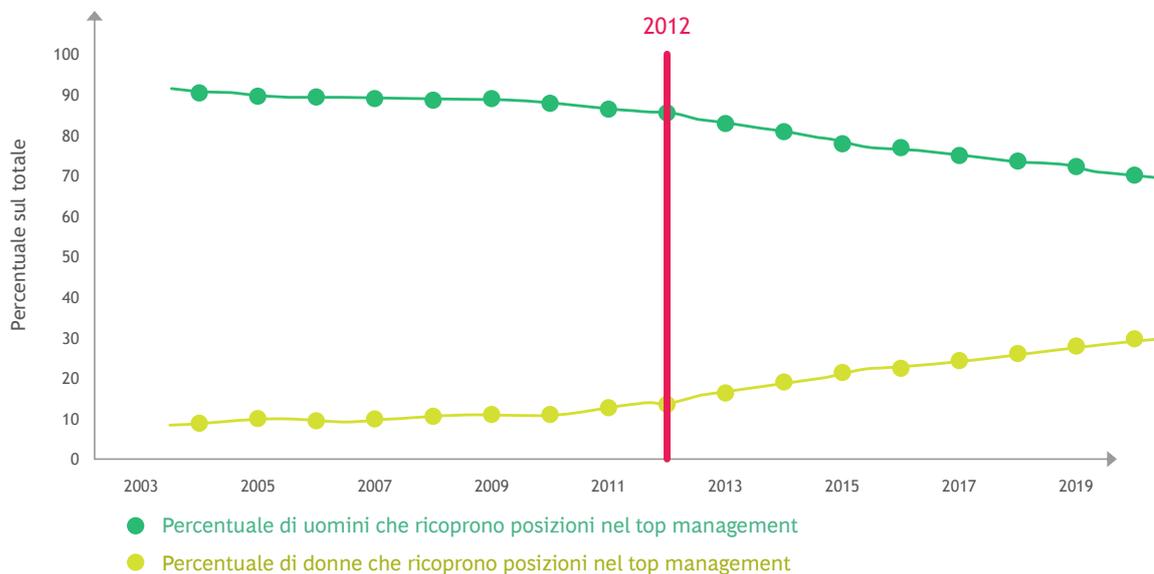


Grafico 1.1. Occupazione femminile in Europa

## Occupazione femminile



## Percentuale sul totale

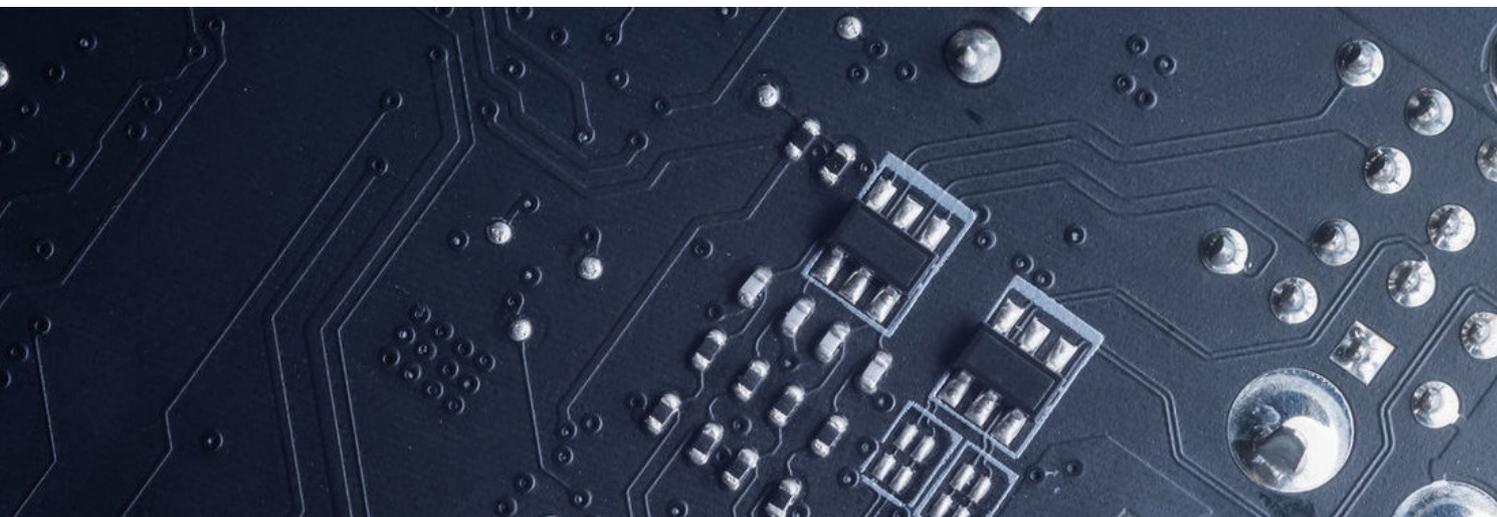


Nell'ambito di tale crescita resta ancora un importante gap da colmare, soprattutto per quelle aziende che operano nel settore del Digital-Tech: in Europa si attesta poco sopra il 20% il numero di donne che sceglie un percorso di studi nell'ICT (Information, Communication & Technology), contro una maggioranza che supera il 40% e che sceglie i settori dell'educazione, sanità e welfare, studi umanistici e artistici<sup>3</sup>.

Non esistendo studi rilevanti in grado di dimostrare la propensione biologica di genere verso uno dei due ambiti sopracitati. Il Parlamento Europeo<sup>4</sup> identifica la minore

partecipazione delle donne al settore scientifico e tecnologico nel contesto socio-culturale in cui ci troviamo.

La carenza di *modelli femminili* nel tech in grado di ispirare altre donne e la paura di dover rinunciare a un corretto *work-life balance* sono tra i fattori a cui l'Europa attribuisce l'ancora scarsa presenza delle donne nelle aule scientifiche delle università.



## Le aziende del Digital-Tech: misure di gender equality e ottime prospettive di carriera.

Gli ultimi anni sono stati la concretizzazione di un deciso cambio di rotta che ha visto le aziende attive nella ricerca di un cambiamento. Sono i colossi a dare il buon esempio: aziende come Netflix, Amazon e Google sono tra le più impegnate nel favorire la gender equality con politiche pensate per valorizzare il proprio organico.

Secondo il "Netflix inclusion report"<sup>5</sup>, l'azienda, che ora conta un organico al 47% femminile, si concentra maggiormente su tre leve per favorire l'inclusione:

- 1- team building e corsi per i recruiter aziendali al fine di identificare i bias nel processo di assunzione ed eliminarli;
- 2- creare accesso ai talenti emergenti collaborando direttamente con le università;
- 3- costruire nuovi network per i manager, connettendoli con realtà diverse e favorendo l'apertura alla diversity.

Amazon ha applicato negli ultimi anni politiche per favorire congedi parentali più flessibili e paritari, anche in caso di adozione, introducendo la possibilità di smart-working nel periodo successivo il congedo. Ha inoltre dichiarato che investirà, entro il 2025, oltre 700 milioni in programmi di mentorship e upskilling<sup>6</sup>

In Google, invece, si punta a creare opportunità. Negli ultimi cinque anni Google.org ha donato oltre 55 milioni di dollari a organizzazioni non profit che supportano l'equità di genere e l'accesso alle opportunità per donne e ragazze in tutto il mondo<sup>7</sup>

*“Quando donne e ragazze hanno le risorse e le opportunità per esprimere il loro potenziale, questo cambia la traiettoria delle loro vite e rinforza intere comunità. Nella mia vita ho assistito proprio a questo quando miei superiori, sia donne che uomini, mi hanno dato grandi opportunità e hanno puntato sulla mia leadership”*

*Jacqueline Fuller, President of Google.org,  
VP of Google.*

Gli esempi riportati sono collocati in un contesto più ampio di imprese del Digital-Tech, di tutte le dimensioni, che negli ultimi anni si sono impegnate per favorire la diversity e la gender equality. Secondo l'ultima survey di TrustRadius<sup>8</sup> (condotta su un campione di circa 500 talenti del Digital-Tech, di cui oltre la metà donne), si sono evidenziati due risultati significativi per il settore: circa il 69% degli intervistati ha dichiarato che nell'ultimo anno la propria azienda ha implementato politiche di gender equality. Inoltre, circa il 62% delle donne intervistate ha risposto positivamente alle questioni strettamente inerenti la carriera, dichiarando di aspettarsi una promozione nei successivi due anni.



## Storie di successo: donne leader di domani.

Non tutti sanno che il primo ufficio di Google ha avuto sede in un garage, per precisione nel garage di Susan Wojcick, l'attuale CEO di Youtube. Susan Wojcicki, che precedentemente aveva già lavorato nel marketing di Intel, è laureata ad Harvard in storia e letteratura e solo successivamente ha conseguito un master in economia e amministrazione aziendale.

Wojcick ha partecipato alla creazione di quasi tutti i programmi di pubblicità e analisi di Google, tra cui, AdWords, AdSense, DoubleClick, e Google Analytics. Attuale CEO di Youtube, ha inizialmente proposto e si è poi occupata dell'acquisizione dell'azienda da parte di Google nel 2006, un'operazione che ha contato circa 1.65 miliardi di dollari.

<sup>5</sup> NETFLIX: Inclusion report 2021

<sup>6</sup> AMAZON: Diversity, Equity, and Inclusion

<sup>7</sup> GOOGLE: Impact challenge

<sup>8</sup> TRUSTRADIUS: 2021 Women in Tech report

**“Anche se abbiamo bisogno di vedere più donne laurearsi in facoltà scientifiche, voglio sempre ricordare alle donne che non serve una laurea in materie scientifiche per costruire una carriera nel tech.”**

Susan Wojcick

Lady Microsoft, così è conosciuta Silvia Candiani, AD e Country Manager di Microsoft Italia, è la prima donna in Italia a ricoprire una carica così prestigiosa, che la vede al vertice di un team composto da oltre 850 collaboratori.

In Microsoft Candiani si occupa di innovazione tecnologica, con l'obiettivo principale di trasformare, grazie alla digitalizzazione, imprese di diversa dimensione e Pubbliche Amministrazioni. Da sempre è impegnata a promuovere lo sviluppo imprenditoriale femminile.

*“Abbiamo lavorato sulle ragazze per aiutarle a esprimere il loro potenziale, ma anche sui manager per il tema degli unconscious bias, i pregiudizi inconsci. C'è un meccanismo di cooptazione inconsapevole per cui un leader cerca negli altri i requisiti che lo hanno reso di successo. La maggior parte dei capi oggi sono uomini: quando valutano un candidato, a parità di competenze, sono portati a preferire un maschio, vi vedono un tipo di leadership più assertivo, comportamenti più simili ai propri.”*

Silvia Candiani

Come Susan Wojcick e Silvia Candiani, sono sempre più numerose le donne ai vertici delle Big companies internazionali; donne che hanno trasformato, innovato, rivoluzionato e che ricordano alle ragazze di oggi, leader di domani, che le opportunità sono tante e devono solo essere colte. Per citarne altre: Safra Catz CEO di Oracle; Elena Lavezzi Head of Southern Europe di Revolut; Sheryl Sandberg COO presso Facebook; Mary Barra CEO presso General Motor.

*“Il messaggio più grande che ho per le giovani donne è di non cominciare troppo presto a tagliare i rami della vostra carriera. A volte le donne dicono ‘so di volere una famiglia o suonare nell'orchestra locale’ e cominciano a tirarsi fuori dal loro percorso professionale. Non devi rinunciare a correre prima che la gara cominci”. Mary Barra, CEO di General Motor*

## Strategie per le imprese: come la tecnologia aiuta a minimizzare il gap.

Secondo l'EIGE (European Institute of Gender Equality) dovremo attendere almeno sessanta anni per raggiungere l'equità di genere in termini di opportunità lavorative e potere decisionale<sup>9</sup>. Tuttavia modelli di business avanzati e l'utilizzo di tecnologie intelligenti possono aiutare ad accorciare le tempistiche stimate.

L'AI (Artificial Intelligence) sarà sempre più preziosa per il supporto al recruitment e alla valutazione imparziale delle performance. Attenuando la soggettività nell'interpretazione dei dati, le aziende saranno sempre più in grado di eliminare i pregiudizi di manager e recruiter, favorendo l'equità.



## Gender equality in BCG, una conversazione con Monia Martini (People and HR operations Director BCG IGTI) e Alice Monti (HR Lead BCG Platinum).

Inclusione, equità e diversità sono da sempre centro della cultura aziendale di BCG. Valori imprescindibili che non solo devono essere garantiti al fine di assicurare un ambiente lavorativo sano e stimolante, ma che, come dimostrato dalla BCG diversity e innovation survey<sup>10</sup>, sono in grado di aumentare notevolmente l'innovatività di impresa.

In BCG l'inclusione è da considerarsi a tutti i livelli aziendali, con specifico focus sulla leadership. Poniamo particolare attenzione alla fase di selezione, valutando non solo le skills tecniche, ma l'attitudine alla leadership stessa e il fit con la nostra cultura aziendale. Ci assicuriamo di avviare un confronto aperto in cui ascoltiamo il candidato e gli mostriamo le soluzioni disponibili per garantire un corretto

work-life balance in tutte le posizioni aziendali, comprese quelle al vertice. Questo dialogo è volto anche ad attutire eventuali paure che potrebbero insorgere nei nostri candidati.

L'equity in BCG è imperativa in tutti gli step che vanno dall'attrazione del nuovo candidato fino alla promozione. Garantiamo un ambiente in cui tutti hanno le stesse opportunità e per noi questo è imprescindibile. Genere, provenienza, orientamento sessuale o religioso non sono mai stati visti come elemento di discriminazione, quanto piuttosto come un'opportunità. Più è ricco di esperienze il nostro organico, più BCG nel suo complesso ne beneficerà.

---

<sup>10</sup> BCG diversity e innovation survey

## About the Authors

### **Serena Marmo**

*Consultant*

Milan

[Marmo.Serena@bcgplatinion.com](mailto:Marmo.Serena@bcgplatinion.com)

### **Alice Monti**

*HR Lead*

Milan

[Monti.Alice@bcgplatinion.com](mailto:Monti.Alice@bcgplatinion.com)

### **Giulia Dionisio**

*Former Manager*

Milan

