

## La disparità di genere nella tecnologia è ancora forte. E sarà un problema per le IA



Anche tra i manager, la presenza femminile è scarsa con differenze anche nel salario. Barbara Cominelli (Microsoft): "Le aziende che pensano alla diversità poi beneficiano tutti".

La parola “tecnologia” è femminile. Eppure, il settore che più di tutti dovrebbe promettere uguaglianza vive ancora di stereotipi e disparità di genere molto accentuati. Soprattutto in Italia: lo stipendio delle donne, anche a livello manageriale, è inferiore a quelli degli uomini negli stessi ruoli; la diversità tra i dipendenti non è ritenuta una priorità dalle aziende.

Per approfondire il tema, abbiamo intervistato Barbara Cominelli, COO di Microsoft Italia. Per capire dalla sua esperienza diretta quale sia l'attuale situazione nel nostro Paese, cosa possa essere fatto per superare gli stereotipi e cosa, al contrario, potrebbe succedere se trasferiamo i nostri pregiudizi nelle intelligenze artificiali. Algoritmi che in futuro potrebbero decidere chi viene assunto in un'azienda e chi no; chi riceve un prestito e chi ne resta fuori; chi ottiene un sussidio e chi, invece, ne rimane sprovvisto.

#### **DDAY: Qual è la situazione attuale in Italia dei manager donna?**

**Barbara Cominelli:** I dati, purtroppo, ci dicono che siamo molto indietro come situazione complessiva. Se partiamo dal tasso di occupazione femminile, vediamo che a livello europeo è di circa 11 punti sotto a quello maschile. **Se guardiamo all'Italia, la differenza arriva a 20 punti.** Quasi il doppio del gap europeo. La cosa più drammatica è che quando guardiamo le ragazze dai 25 ai 29 anni, il 40% non studia, non lavora e non cerca un'occupazione.

Il pay gap rimane ampio. Anche da questo punto di vista, in Italia c'è un gap di circa il 10% tra donne e uomini e questa è un'altra componente del problema: ci sono meno donne e quelle che ci sono guadagnano di meno. Anche se guardiamo ai manager, il gap rimane. È vero che siamo sopra al 30% di donne nel settore pubblico, ma **in quello privato siamo solo al 15%.** Io sono ottimista, ma la base di partenza non è entusiasmante.

C'è un leggero miglioramento, ma anche una grande consapevolezza che se non ci mettiamo tutti insieme a fare qualcosa di più, il tasso di miglioramento rimane basso. È importante mettere in campo azioni per accelerare questo ripianamento di questi gap, soprattutto nel nostro Paese, che è un po' più indietro rispetto alla media europea. Ci sono tanti esempi e Microsoft Italia ne è uno. Nel settore ICT, tipicamente maschile, noi abbiamo circa metà del leadership team è donna. Lo è anche il nostro amministratore delegato. Anche la filiale nel suo complesso, circa il 30% è femminile, anche nelle figure tecniche e specialistiche.

La filiale italiana è stata premiata come miglior performance al mondo. Siamo fiere e orgogliose di questo fatto perché sebbene sia solo un piccolo esempio è la dimostrazione che si può fare, ci si può arrivare ma ci vuole impegno, anche dai vertici aziendali. Ci vogliono azioni da mettere in campo.



Barbara Cominelli, COO di Microsoft Italia

Noi come Microsoft facciamo tanto in termini di diversità. Lavoriamo tanto sul tema di bias, equità e flessibilità e nel mettere le persone in condizioni di lavorare in maniera flessibile. Noi crediamo che si possa fare. Si tratta di mettere in piedi un insieme concertato di azioni, che partano da azioni di base di welfare per permettere a tutti di partecipare, di fare smart working, di avere agevolazioni in momenti della vita come la maternità. Queste sono le condizioni di base che servono a far entrare e crescere più donne. **Lo smart working, per esempio, migliora la vita di tutti, non solo delle donne.**

Poi ci vuole tanto focus sulla cultura. Per noi la diversità è un valore di business oltre che di corporate social responsibility. La diversità di genere è il primo aspetto su cui lavoriamo, ma anche LGBT, diversità di background e di età, l'inclusione di persone con disabilità. Quando c'è questo focus sull'inclusione è chiaro che donna, uomo, giovane, vecchio, conta più il risultato che l'etichetta che hai. Avere questo focus sull'inclusione migliora la possibilità per tutti di accedere e crescere, dare il meglio. È qualcosa che ci caratterizza profondamente e credo che nel lungo termine è un fattore che ci fa avere benefici sul lungo termine.

**DDAY:** In questo senso, **il controller Xbox adattivo è uno dei migliori progetti videoludici degli ultimi anni.**

**Cominelli:** Ci sono un miliardo di persone con disabilità sul pianeta. Disabilità gravi, ma anche situazionali come essersi rotto un braccio oppure un problema che può iniziare con l'età, come la vista. Questo tema dell'inclusione, quando lo guardi da questa prospettiva, diventa un tema di business. Se parliamo del 15% della popolazione che ha una di queste forme di disabilità più o meno grave, **queste persone sono nostri clienti.** Se io non sto ragionando su cosa fare per includerli tutti, non sto dando un grande servizio e una grande customer experience ai miei clienti.





Lo stesso vale per i dipendenti: se non metto in campo tutto quello che serve per includere queste persone, **mi sto perdendo dei talenti, dei cervelli**. La tecnologia del controller adattivo è uno degli esempi. Oggi la tecnologia per sottotitolare tutto è ampiamente disponibile, per tradurre in tempo reale. Abbiamo app per persone con autismo, per chi ha la dislessia, per chi è daltonico. Quando un'azienda imbraccia il tema della diversità a 360 gradi ne beneficiano tutti. Facendo l'esempio dell'accessibilità, se realizzi una tecnologia per far giocare chi non ha un braccio, la volta che avrai il braccio rotto, sarà un'esperienza migliore anche per te.

**DDAY: Le donne manager al vertice in Italia vengono considerate al pari degli uomini?**

**Cominelli:** Anche questo tema degli stereotipi sta cambiando molto velocemente. Difficilmente mi trovo in difficoltà. La mia prima posizione manageriale importante è stato nell'acciaio e da allora è stato tutto più facile in termine di diversità. C'è cambiamento all'interno delle organizzazioni. Anche in termini di stili di leadership che ognuno di noi porta, credo ci sia la consapevolezza che questa diversità sia una ricchezza.

**DDAY: La densità di donne manager al vertice di Microsoft Italia è un'eccezione nel nostro Paese e, in particolare, nel mondo tecnologico oppure è sintomo di una tendenza in miglioramento?**

**Cominelli:** Io penso che sia una tendenza. Le ragazze iniziano a essere più presenti nel mondo STEM. Le aziende stanno mettendo in campo un serie di azioni per accelerare l'ingresso in campo delle ragazze nel mondo STEM.

**DDAY: In un mondo ideale, un intero settore guidato al 100% da uomini o da donne non farebbe scalpore perché significherebbe che, in un senso o nell'altro, tale scelta sarebbe derivata unicamente dalle loro competenze. Quando e come sapremo che la discriminazione di genere è effettivamente stata sconfitta?**

**Cominelli:** Raggiungeremo la parità di genere quando non sarà più necessario parlarne. Quando non ci saranno più notizie come “la prima donna a essere...”. Quando le persone saranno valorizzate per il loro talento e i risultati, allora succede quello che succede. Tuttavia, io non me la immagino un’azienda guidata al 100% guidata da uomini o da donne. Credo che la diversità sia una ricchezza. Ci sono tanti studi. Un report di McKinsey ci dice che aumentando la presenza di donne nel team di management aumentano i profitti. Un’indagine dell’Istituto Peterson per l’Economia Internazionale dice che passare da 0 al 30% dei leader femminili fa aumentare i profitti.

Io credo che la diversità sia una ricchezza in generale. Oggi facciamo azioni per favorire le donne per arrivare al 50 e 50 con gli uomini. Una volta arrivati lì, puoi giocare senza parlare di genere, senza dover fare attenzione a tutti i temi. E parleremo di altri tipi di diversità.

**DDAY: Lotta alla diversità che diventa ancora più critica nel momento in cui stiamo addestrando le intelligenze artificiali. Se questi pregiudizi li abbiamo noi, rischiamo di trasferirli alle IA con danni sul medio e lungo termine sul modo in cui esse operano nel mondo reale.**

**Cominelli:** Assolutamente. È un tema su cui stiamo lavorando tanto. Nel momento in cui adottiamo tecnologie come intelligenza artificiale e il riconoscimento verbale, che hanno grandi potenzialità, dobbiamo prenderci la responsabilità di gestirle con principi di trasparenza. Accanto ai ricercatori e ai programmatori che allenano gli algoritmi, ci sono persone che per mestiere fanno attenzione che non vengano inseriti e riproposti bias negli algoritmi.



**I bias sono nelle persone e nei set di dati che si usano per far imparare gli algoritmi.** Per noi è un tema cruciale e bisogna fare attenzione tutti insieme che ci siano regole chiare nell'uso di questa tecnologia e che i bias della società siano ricreati all'interno degli algoritmi. Io non credo che sarei qua a fare questo lavoro se la selezione l'avesse fatta un algoritmo, perché avrebbe valutato una minor probabilità che una donna avrebbe funzionato in questo tipo di ruolo essendoci meno donne. Ci vuole attenzione.

**DDAY: Ambizione Italia è un progetto lanciato proprio da Microsoft Italia che mira a creare, nelle nuove generazioni, le competenze digitali che serviranno per domani: IA, analytics, cloud. Tra le sfide c'è anche limitare, se non eliminare, la disparità di genere nell'ambito?**

**Cominelli:** Ambizione Italia ha come principale obiettivo lo sviluppo delle competenze digitali per ragazzi della scuola, dell'università e per chi è già nel mondo del lavoro. Ci siamo dati l'obiettivo di formare 500mila persone e certificarne 50mila. All'interno di queste ce n'è una che ci sta a cuore, quella che riguarda i ragazzi della scuola dell'obbligo. Insieme a Fondazione Mondo Digitale abbiamo creato Ambizione Italia per la Scuola, che ha un programma di training sull'intelligenza artificiale e la tecnologia che entro la fine di quest'anno sfonerà 250mila ragazzi e 20mila docenti in tutta Italia. All'interno di questo, per arrivare alla domanda, abbiamo dato un focus particolare sia alla componente femminile sia alle aree dove il digital divide è più alto, quindi non nei centri urbani. Di questi 250mila ragazzi, la percentuale di ragazze è più importante perché vogliamo aiutare le ragazze.

Ci rendiamo conto di un gap, anche di consapevolezza. Le materie STEM sono per tutti, non son da maschi, ma sono perfettamente accessibili per le ragazze e possono avere lo stesso successo dei ragazzi. **In Italia c'è, in generale, uno "skill mismatch":** da una parte c'è il 30% di disoccupazione giovanile e dall'altra manca personale qualificato nei settori tecnologici. Da qua al 2020 mancheranno 135mila persone in Italia. Un gap di skill digitali c'è in generale. Poi sulle ragazze è ancora più importante perché tipicamente le ragazze non guardano al mondo STEM come qualcosa di adatto a loro. Abbiamo fatto una ricerca qualche tempo fa: il 40% delle ragazze si dice interessata a lavorare nel mondo tecnologico, però quasi il 70% dice che è un settore dove farebbe più fatica come donna.



Dobbiamo lavorare sia nel far capire alle ragazze che c'è un'opportunità sia su far capire loro che non ci sarà uno svantaggio. Bisogna lavorare sul role model, sulla consapevolezza, sulle ragazze e sulle famiglie.

**DDAY: Cosa si può fare? Non solo a livello aziendale, ma come cultura nel senso più generale dal punto di vista professionale e umano.**

**Cominelli:** Ci sono azioni concrete da fare. C'è sicuramente un pezzo di lavoro che devono fare le istituzioni, un pezzo le aziende. Togliere gli ostacoli che abbiamo detto: non avere supporto quando mi devo occupare delle famiglie - e vale per gli uomini e per le donne - lavorare da casa se ne ho bisogno. Sono azioni che le aziende e le istituzioni devono fare per **permettere a tutti di accedere alla carriera e di lavorare in maniera equa e non avere discriminazioni** perché ho bisogno di stare a casa, ho bisogno di due giorni di part-time o sono in maternità.

Poi per crescere serve far vedere alle ragazze che ci sono esempi positivi. Far conoscere dei modelli di ragazze che ce l'hanno fatta e di aziende che le hanno scelte per dimostrare che si può fare. Poi le ragazze, a volte, hanno meno coraggio di far qualcosa finché non sono pronte al 100%. Io dico sempre che se siete pronte all'80% è il momento di buttarvi. Mentre magari l'uomo si prende più qualche rischio in carriera. Avere un po' più fiducia in se stesse, avere il coraggio di fare il salto. Questo a volte manca alle ragazze. Dobbiamo dare una bella dose di fiducia e della forza che hanno.

Il terzo punto, che mi sta a cuore, è che questi role model devono mandare giù l'ascensore, sia uomini sia donne: non solo leadership, ma anche sponsorship. Aiutarle a fare quel balzo e poi camminano da sole. Quando realizzi delle iniziative per rendere il lavoro più smart e flessibile, di fatto hai iniziato pensando specificamente alle donne, ma poi sono contenti tutti e migliora il bilanciamento e il benessere di tutti. È una ricaduta positiva su tutti cercare di portare avanti queste politiche di diversità.