

Focus

Qualità & finanza

L'uguaglianza tra i due sessi

Multinazionali e grandi brand italiani la parità di genere è in primo piano

MARCO FROJO

I 200 migliori datori di lavoro per le donne nel Belpaese sono stati scovati ascoltando il web in modo innovativo e impiegando l'intelligenza artificiale

Mentre a livello politico-culturale infuriano il dibattito e le polemiche sulla disparità di genere, nel mondo del lavoro molte aziende hanno deciso di passare dalle parole ai fatti. Dimostrando che, almeno su questo fronte, l'Italia è un Paese più avanzato di quando si sia portati a credere. Secondo l'ultima indagine condotta dall'Istituto tedesco qualità e finanza, intitolata appunto "Italy's Best Employers for Women", nel Belpaese ci sono ben 51 imprese che ottengono punteggio pieno (100 punti su 100) e altre 18 che raggiungono un voto molto alto (più di 90 punti). In questo folto gruppo ci sono quasi tutti i più grandi nomi dell'economia italiana, oltre a una nutrita rappresentanza di multinazionali straniere che operano nel nostro Paese. Un dettaglio non da poco perché si tratta di datori di lavoro con migliaia di dipendenti. Spiccano così i marchi tricolori di Ferrero, Ferrovie dello Stato, Banca Generali e Pirelli, mentre nella compagine straniera ci sono tutti i big dell'high-tech statunitense, Amazon, Google, Microsoft, assieme a colossi come Vodafone, Ups e Europcar.

L'ASCOLTO DEL WEB

Per arrivare a stilare questa classifica, che è alla sua prima edizione e premia i 200 migliori datori di lavoro per le donne in Italia, l'Istituto tedesco qualità e finanza ha considerato un universo di oltre 2.000 fra le più importanti aziende, utilizzando un innovativo metodo di "ascolto" del web. Dipendenti e consumatori utilizzano infatti sempre più spesso i social per esprimere le proprie opinioni che, se debitamente raccolte, possono restituire un quadro molto veritiero delle reali condizioni di lavoro all'interno di una data impresa. Si tratta di una modalità molto più approfondita e affidabile della tradizionale intervista telefonica: grazie ai suoi software, l'Istituto ha infatti raccolto 2,5 milioni di citazioni su 45 argomenti diversi. Questo significa che per ogni azienda sono state rilevate in media 1.037 citazioni in un arco temporale di 12 mesi.

Nello specifico il "social listening" - questa la corretta definizione dell'ascoltazione del Web - è stato realizzato tramite programmi crawler, che effettuano cioè una scansione automatica delle pagine Internet o più banalmente realizzano una sorta di pesca a strascico di tutti i testi in italiano che contengono almeno un riferimento a tematiche di pari opportunità e donne su

2000

AZIENDE

Valutate sul tema parità di genere dall'Istituto tedesco qualità e finanza. Operano in Italia

2,5

MILIONI

Le citazioni su 45 argomenti diversi raccolte sul web dalla ricerca

social media, blog, forum, portali news e video. Partendo da questo materiale grezzo gli esperti dell'Istituto tedesco qualità e finanza hanno poi utilizzato l'intelligenza artificiale per controllare ogni frammento di testo e capire se il tono in cui è scritto è positivo, negativo oppure neutro. I dati così rilevati sono quindi stati suddivisi in tre macro-aree di ricerca: cultura d'impresa, pari opportunità e carriera. Nella prima area sono incluse tematiche quali "lo smart working", "la flessibilità dell'orario di lavoro", "il clima lavorativo e la correttezza del responsabile"; nella seconda "la parità di diritti per le donne", "le quote femminili", "il divario di retribuzione" e "le opportunità di avanzamento per le donne"; nella terza infine hanno trovato posto "la promozione della formazione", "le prospettive di lavoro" e "il percorso professionale".

I RISULTATI FINALI

«L'intelligenza artificiale riduce la quantità di dati inizialmente rilevati per ottenere, alla fine, un "set" che parla dell'azienda analizzata relativamente a temi di donne, cultura d'impresa, la formazione professionale e le pari opportunità - spiegano gli esperti dell'Istituto tedesco qualità e finanza - I punti ottenuti dal social listening sono sommati e poi ponderati per tonalità (positiva, negativa, neutra) e per numero di citazioni». I risultati sono espressi rispetto al primo del proprio settore di appartenenza, che ottiene il punteggio massimo e diventa l'oggetto di benchmark della sua industria. Per entrare in classifica e ottenere il sigillo dell'Istituto, le aziende devono raggiungere almeno il 60% del punteggio del primo del loro settore. Nell'abbigliamento e nella moda, per esempio, spicca la performance di Calzedonia (100 punti), in quello delle assicurazioni Allianz; fra i produttori di beni di consumo durevoli ha la meglio Electrolux; in quelli di largo consumo vince Philip Morris. Per la categoria bevande l'indirizzo giusto per le donne è Nespresso, mentre nell'industria del lusso ha la meglio Gucci. Granarolo, infine, è il vincitore per "latte e derivati".

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La parità di genere avanza soprattutto nelle grandi aziende italiane e nelle multinazionali



ALIMENTARI E BEVANDE

SETTORE	AZIENDA	PUNTEGGIO
BEVANDE	NESPRESSO ITALIANA	100,0
	LUIGI LAVAZZA	96,0
	MARTINI & ROSSI	76,4
	COCA COLA ITALIA	75,0
	DIAGEO OPERATIONS ITALY	74,8
	GIORDANO VINI	66,2
	DAVIDE CAMPARI MILANO	65,5
CARNI E SALUMI	LEVONI	100,0
	CLAI-COOPERATIVA LAVORATORI AGRICOLI IMOLESI	90,3
	VERONESI HOLDING	84,1
	VILLANI	68,7
INDUSTRIA ALIMENTARE	BARILLA	100,0
	CSI-COMPAGNIA SURGELATI ITALIANA	84,3
INDUSTRIA DOLCIARIA	FERRERO	100,00
LATTE E DERIVATI	GRANAROLO	100,0
	IGOR	86,5
	PARMAREGGIO	72,3
RISTORAZIONE COLLETTIVA	SODEXO ITALIA	100,0
	MARR	74,5

Focus

L'AUTORE DELLA RICERCA

L'Istituto tedesco qualità e finanza è leader in Europa di ricerche di mercato, spesso condotte, come in questo caso, con tecniche innovative e sempre di grande affidabilità. Sono ricerche indipendenti e assolutamente non sponsorizzate