



Global Thinking

Women at Business,
la piattaforma in cui
donne ed aziende
condividono le loro
competenze



Global Thinking è la «casa» del pensiero, la fabbrica in cui costruire idee, progetti e pensare agli scenari del futuro.

Un luogo aperto, che rende possibile il confronto tra eccellenze della politica, dell'economia, della scienza, dell'arte, della medicina, dell'imprenditoria, del giornalismo e della cultura.

Global Thinking è il punto di partenza per lo sviluppo concreto e condiviso delle idee più interessanti, innovative ed inclusive.



BORGOGNA
GLOBAL THINKING

L'Agenda 2030 delle Nazioni Unite, tra gli obiettivi che si pone ne ha uno, il quinto, che mira a raggiungere l'uguaglianza di genere e l'autodeterminazione di tutte le donne.

Nello specifico, questo obiettivo è stato suddiviso in 9 target:

- 5.1 – Porre fine a ogni forma di discriminazione nei confronti di tutte le donne, bambine e ragazze in ogni parte del mondo*
- 5.2 – Eliminare ogni forma di violenza e sfruttamento contro tutte le donne, bambine e ragazze*
- 5.3 – Eliminare tutte le pratiche nocive (matrimonio delle bambine e mutilazioni dei genitali femminili)*
- 5.4 – Riconoscere e valorizzare il lavoro di assistenza e il lavoro domestico non retribuiti*
- 5.5 – Garantire alle donne la piena ed effettiva partecipazione e pari opportunità di leadership a tutti i livelli del processo decisionale*
- 5.6 – Garantire l'accesso universale alla salute sessuale e riproduttiva e ai diritti riproduttivi*
- 5.a – Avviare riforme per dare alle donne pari diritti di accesso alle risorse economiche*
- 5.b – Migliorare l'uso della tecnologia per promuovere l'empowerment, ossia la forza, l'autostima, la consapevolezza delle donne*
- 5.c – Adottare e rafforzare politiche concrete e leggi applicabili per l'eguaglianza di genere e l'empowerment di tutte le donne, bambine e ragazze a tutti i livelli*



BORGOGNA
GLOBAL THINKING

Il nostro paese, come ben sappiamo, purtroppo ha sempre mostrato scarsa sensibilità verso questi temi, in particolare anche in merito alla percentuale di donne che occupano posizioni di vertice nelle aziende e alle disparità salariali, sebbene sembri che il clima stia cambiando.

Secondo il Rapporto ASviS, in Italia la situazione è relativamente migliorata negli ultimi anni.

In particolare, per quanto riguarda la partecipazione femminile negli organi decisionali, malgrado ancora esistano ampie differenze sotto il profilo retributivo (*gender pay gap*).

Nel tentativo di contrastare la violenza domestica e di genere, sono state introdotte misure volte a tutelare le vittime, ma il fenomeno non solo non rallenta, ma addirittura, con la pandemia sono aumentati i casi.



Confronto 2012 - 2019





BORGOGNA
GLOBAL THINKING

Un contributo importante verso il cambiamento, siamo convinti che abbia cominciato ad offrirlo una piattaforma, creata lo scorso settembre, da due donne ed imprenditrici, Laura Basili e Ilaria Cecchini, che hanno costituito Women at Business.

La piattaforma, che conta diverse migliaia di iscritte, fa anche della tecnologia, uno dei punti di forza. Fondamentale infatti è l'algoritmo proprietario di matching che incrocia efficacemente, la miglior combinazione tra due database: uno costruito sulle competenze delle iscritte e l'altro, su quei progetti aziendali che necessitano di tali competenze.

Quali sono le storie delle due imprenditrici?

Ilaria Cecchini, laureata in comunicazione d'impresa e un con un master in business administration, viene dal mondo delle imprese. Laura Basili invece laureata in filosofia e con un master in arte contemporanea, dopo aver lavorato 15 anni a Londra, rientrata a Milano ha deciso di lanciare insieme alla Cecchini questa start up.

Le strade delle due imprenditrici si erano incrociate una prima volta alla fine degli anni 90 in Omnitel prima e in Fastweb successivamente, azienda nella quale hanno lavorato fino al 2005, per poi riincontrarsi dopo più di dieci anni per costituire insieme Women at Business.



Alla fine dello scorso anno, Women at Business ha lanciato un importante manifesto, TO-GET-HER, il cui ambizioso obiettivo è di partire dalle donne per creare un nuovo modello di working-welfare, unendole e avviandole verso un cambiamento orientato alla sostenibilità sociale. Il messaggio lanciato dal manifesto è sicuramente un messaggio sociale forte, quello della parità di genere. L'obiettivo è di farsi promotrici di un approccio inclusivo che tenga conto delle singole skills delle donne all'interno del sistema lavoro.

“To get her” ha molteplici significati; innovazione, gestione della privacy, elasticità, e big data. Tutti questi elementi importanti trovano la loro sintesi nel database proprietario; ad avere la priorità sono infatti le donne che possono visualizzare sulla loro home page gli abbinamenti con i progetti aziendali scelti. In ogni caso, saranno sempre loro a decidere se promuovere o bocciare il match. In caso positivo, i dati della candidata saranno messi a disposizione dell'azienda. In caso negativo invece, l'azienda non potrà mai vedere tale profilo. L'intero processo di selezione viene totalmente guidato dall'algoritmo, garantendo tra l'altro la privacy sia delle iscritte che delle aziende.

Una bellissima iniziativa che, ci auguriamo, possa avere il successo che merita.