

**Capgemini press contacts:****Vanessa Carmicino**

Marketing &amp; Communication

[vanessa.carmicino@capgemini.com](mailto:vanessa.carmicino@capgemini.com)

+ 39 393 8850441

**Community Group:****Michele Bon**[michele.bon@communitygroup.it](mailto:michele.bon@communitygroup.it)

+39 338 6933868

**Francesca Visioni**[francesca.visioni@communitygroup.it](mailto:francesca.visioni@communitygroup.it)

+39 351 1410677

## **Solo il 10% delle aziende è leader nelle pratiche di inclusione e diversity all'interno delle proprie funzioni tecnologiche**

- *Per le aziende leader, le pratiche di inclusione e diversity costituiscono un driver di innovazione e differenziazione (67%), fanno aumentare i ricavi (56%) e migliorano la customer satisfaction (51%)*
- *Le organizzazioni dotate di team tecnologici diversificati hanno una probabilità 4 volte maggiore di progettare prodotti inclusivi*
- *Con la maggiore pressione sul reclutamento di talenti con competenze tecnologiche dovuta alla pandemia, l'attenzione delle imprese su diversità e inclusione rischia di diminuire*

**Milano, 23 luglio 2021 – Da un nuovo report pubblicato oggi dal [Capgemini Research Institute](#), dal titolo "[The key to designing inclusive tech: creating diverse and inclusive tech teams](#)", emerge che il 90% delle aziende con presenza globale ha difficoltà a implementare politiche di inclusione e diversity all'interno dei propri team tecnologici e IT. Il riconoscimento da parte dei vertici aziendali di questa situazione diventa necessario per riuscire ad accedere a comunità diverse, oltre a permettere alle organizzazioni di cogliere opportunità in termini di innovazione, ricavi e valorizzazione del brand.**

### **Le attuali politiche di inclusione e diversity nel settore tecnologico non sono adeguate**

Durante la pandemia, le aziende sono state soggette a molta pressione per reclutare talenti con competenze tecnologiche da un bacino sempre più ristretto. Se da un lato le imprese hanno faticato a individuare persone con le competenze richieste, dall'altro l'attenzione per le buone pratiche di inclusione e diversity si è ridotta. È emerso un divario tra la percezione positiva della leadership relativa all'inclusione nei team IT e tecnologici e la realtà vissuta da donne e minoranze etniche che fanno parte degli stessi team. Secondo il report, l'85% dei dirigenti ritiene che le loro organizzazioni forniscano pari opportunità di carriera e promozione a tutti i dipendenti, ma solo il 19% delle donne e dei dipendenti appartenenti a minoranze etniche è d'accordo. Questo divario si somma a un problema di Diversity, Equity and Inclusion (DE&I) che si sta diffondendo tra i settori che distribuiscono soluzioni tecnologiche agli utenti finali, in quanto il management è convinto che si stiano facendo dei progressi in tal senso, mentre i dipendenti continuano ad avere un'opinione negativa. Il divario di percezione ha uno spettro molto ampio: il 75% dei dirigenti ritiene che donne e minoranze etniche provino un senso di appartenenza alla propria azienda, ma solo il 24% dei dipendenti dell'area tech condivide questa affermazione; il 53% delle donne e dei dipendenti appartenenti a minoranze etniche si sente a proprio agio nel condividere esperienze personali con altri dipendenti e colleghi, ma solo il 9% di loro sente di poterlo fare con la leadership.

Solamente il 16% delle donne e delle persone appartenenti a minoranze etniche ritiene inoltre che la loro rappresentazione sia adeguata all'interno dei team IT e tech, dove solo un dipendente su cinque è donna, e uno su sei appartiene a una minoranza etnica. Quando si tratta di opportunità di carriera nell'area



tecnologica, il divario è evidente: per esempio, solo il 22% dei dipendenti neri con mansioni nell'area tech sente di avere le stesse opportunità di crescita offerte ai colleghi non appartenenti a una minoranza etnica.

Il gap di percezione tra leadership e dipendenti donne e appartenenti a minoranze etniche relativo ai processi e alle misure di inclusione è inferiore per le organizzazioni con una cultura inclusiva più avanzata.<sup>1</sup> Quando è stato chiesto agli intervistati se dipendenti donne e appartenenti a minoranze etniche avessero lo stesso accesso a risorse, gruppi di lavoro ed HR, è infatti emerso un significativo divario di percezione tra le organizzazioni più inclusive e quelle meno (31% rispetto a 55%).

### **I consumatori sono consapevoli della tecnologia discriminatoria e la subiscono**

I consumatori stanno assistendo a un certo grado di discriminazione attraverso la tecnologia a causa di pratiche di inclusione e diversity inadeguate da parte di aziende con un posizionamento globale. Nel settore dei servizi finanziari, per esempio, il 50% dei clienti appartenenti a minoranze etniche ritiene che sia stato offerto loro un credito inferiore per alcuni prodotti di banking online, rispetto al 28% di quelli non appartenenti a minoranze etniche. In ambito healthcare, invece, il 43% delle donne e dei consumatori appartenenti a minoranze etniche ritiene che non siano state presentate loro strutture sanitarie di alto livello o che offrono servizi molto specializzati.

Di conseguenza, i consumatori sono preoccupati per quanto riguarda l'esistenza di tecnologie discriminatorie e sono sempre più consapevoli di come l'utilizzo dei loro dati possa avere per loro ripercussioni negative. Per esempio, due terzi (66%) dei consumatori appartenenti a minoranze etniche si dicono preoccupati del fatto che i loro dati personali possano avere un impatto negativo sulle loro opportunità di lavoro.

Il report evidenzia inoltre che le organizzazioni con team tecnologici diversificati e inclusivi hanno 4 volte più probabilità di realizzare prodotti inclusivi.

**Alessandra Miata, CSR Director di Capgemini in Italia**, ha affermato: *"In un mondo caratterizzato da una domanda crescente di prodotti e servizi alimentati dalla tecnologia, liberi da ogni forma di discriminazione e inclusivi fin dalla progettazione, l'importanza di avere team, culture e pratiche inclusive è più rilevante che mai. Eppure, vediamo un significativo gap non solo per quanto riguarda l'inclusività della forza lavoro nelle aree tech, ma anche nella percezione della leadership rispetto allo stato di inclusione di donne e minoranze etniche. Questo studio richiama l'attenzione sull'urgenza di affrontare questa realtà da parte delle organizzazioni tecnologiche e dei loro leader, che devono focalizzarsi sul miglioramento di diversità e inclusione in un ambiente in cui è essenziale essere in grado di attrarre i migliori talenti".*

Il report conclude affermando che le organizzazioni hanno bisogno di costruire una strategia di inclusione efficace, oltre ad aumentare l'educazione e la consapevolezza sul tema da parte della leadership. Le aziende devono implementare processi, politiche e sistemi di valori che promuovano l'inclusione, tra cui l'introduzione di politiche per la tutela della diversità e contro le molestie, oltre a un mandato specifico per i team tecnologici. I leader devono garantire che donne e dipendenti appartenenti a minoranze etniche abbiano le stesse opportunità di crescita professionale, di progresso e di collaborazione nello sviluppo dei prodotti, ponendo al contempo le basi tecniche e di dati per misurare, monitorare e migliorare i risultati in termini di inclusione. Devono inoltre essere implementati sistemi di intelligenza artificiale equi, controllando e correggendo gli eventuali *bias* degli algoritmi. Infine, le organizzazioni devono fare della diversità degli utenti finali il fulcro della progettazione, dello sviluppo e della distribuzione di prodotti e servizi tecnologici.

---

<sup>1</sup> Per organizzazioni con una cultura inclusiva più avanzata si considerano le prime 25 organizzazioni con una forte cultura e pratiche inclusive (sulla base di parametri come pari opportunità di crescita, senso di inclusione, appartenenza e rispetto da parte della leadership e dei team), all'interno di tutte le aziende intervistate.



Per scaricare una copia del report, [clicca qui](#).

### **Metodologia**

Il Capgemini Research Institute ha condotto una ricerca approfondita dal punto di vista qualitativo e quantitativo, intervistando dirigenti e consumatori con un focus sull'esperienza di donne e di persone appartenenti a minoranze etniche. Capgemini ha anche parlato con donne, persone nere e persone appartenenti a minoranze etniche tramite focus group e interviste approfondite, insieme ad altri esperti del settore. Sono state inoltre condotte interviste con 500 organizzazioni, rappresentate da un dipendente del settore tech e un esponente della leadership, per un totale di 1.000 intervistati con un ruolo senior. Per cogliere la prospettiva dell'utente finale, Capgemini ha infine intervistato 5.000 consumatori e 32 tra esperti di settore, esponenti del mondo accademico, think tank, startup e dipendenti di varie organizzazioni in forma anonima. Esperti e dipendenti intervistati fanno parte di team di inclusione e diversity, tech e AI, progettazione UX e UI, AI etica e universal design.

### **Nota per i media**

Capgemini definisce la diversity come la presenza di differenze in un dato ambiente/contesto. Per quanto riguarda un team tech o il posto di lavoro, ci si riferisce generalmente alla presenza di persone con diversi background, tra cui (ma non solo) identità di genere, etnia (razza, religione, nazionalità, ecc.), status socioeconomico, orientamento sessuale, abilità fisiche o mentali e stile di apprendimento.

Capgemini definisce la cultura inclusiva come pari opportunità di crescita all'interno dell'organizzazione, formazione e sensibilizzazione per avere una leadership inclusiva, un solido meccanismo di segnalazione per discriminazioni basate su genere/razza/etnia, possibilità di sentirsi a proprio agio nel condividere esperienze personali con leadership e colleghi e un senso di inclusione, appartenenza e rispetto da parte della leadership e dei team. Le pratiche di design inclusivo, invece, sono definite dalla consapevolezza e dall'importanza del design inclusivo all'interno dell'organizzazione e durante lo sviluppo del prodotto, dalla valutazione sul fatto che i prodotti digitali e il processo di design siano inclusivi, dal livello di coinvolgimento dell'utente finale/consumatore nel design digitale e nel processo di sviluppo, dal livello dei controlli per minimizzare le esclusioni basate sull'etnia e sul genere.

### **Capgemini**

Capgemini è leader mondiale nel supportare le aziende nel loro percorso di trasformazione digitale e di business facendo leva sul potere della tecnologia. Lo scopo del Gruppo è garantire un futuro inclusivo e sostenibile, sprigionando l'energia umana attraverso la tecnologia. Capgemini è un'organizzazione responsabile e diversificata di 270.000 persone presente in quasi 50 paesi nel mondo. Oltre 50 anni di esperienza e una profonda conoscenza dei settori di mercato rendono Capgemini un partner affidabile per i suoi clienti, in grado di fornire soluzioni innovative per le loro esigenze di business, dalla strategia alla progettazione alle operation, grazie alle competenze in ambito cloud, dati, AI, connettività, software, digital engineering e piattaforme. Nel 2020 il Gruppo ha registrato ricavi complessivi pari a 16 miliardi di euro.

Get The Future You Want | <http://www.capgemini.com/it-it/>

### **Capgemini Research Institute**

Il Capgemini Research Institute è il think-tank interno di Capgemini dedicato a tutto ciò che è digitale. L'istituto pubblica lavori di ricerca in merito all'impatto delle tecnologie digitali sulle grandi aziende tradizionali. Il team fa leva sul network mondiale di esperti Capgemini e lavora a stretto contatto con partner accademici e tecnologici. L'istituto possiede centri di ricerca dedicati in India, Singapore, nel Regno Unito e negli Stati Uniti. Recentemente, è stato nominato il miglior istituto di ricerca al mondo per la qualità dei suoi lavori da una giuria di analisti indipendenti.

Per saperne di più consultare il sito <https://www.capgemini.com/researchinstitute/>