

# Campagna acquisti tra senior

**E**ntro i prossimi due anni, in McKinsey, almeno il 25-30% dei consulenti sarà donna; oggi negli uffici italiani della società lavorano 330 persone e le donne sono 59. Il rapporto donna-uomo è di uno a cinque ed è soprattutto per questo che la società ha lanciato una campagna di reclutamento tutta al femminile di cui il 9 novembre si svolgerà la terza tappa, dedicata alle professioniste con almeno 5 anni di esperienza. «Le prime due sono state rivolte alle neolaureate che hanno risposto in massa – racconta Elisabetta Frontini, associate

principale di McKinsey – al punto che i curriculum di donne arrivati alla società sono aumentati del 250%». Tanto interesse per le donne si deve al fatto che «alcune skill femminili, come la capacità di creare relazioni di fiducia, sono molto importanti nel nostro settore», spiega Frontini. Doti innate che però non prevedono sconti. «Nel nostro processo di selezione non ci sono agevolazioni per le donne – precisa Frontini – e ci è indifferente avere di fronte il curriculum di un uomo o di una donna. Gli standard che richiediamo sono sempre di massimo



livello e uguali per tutti. Come le retribuzioni, del resto». Esistono invece meccanismi di flessibilità che, in alcune situazioni, come la maternità, fanno sì che non ci siano stop alla crescita professionale della donna. «Semmai – assicura Frontini – c'è una sospensione dell'avanzamento per i mesi di assenza».