

Capgemini press contacts:**Tiziana Sforza**

Marketing & Communication

tiziana.sforza@capgemini.com

+39 348 7018984

La fiducia verso le donne sul posto di lavoro è in crescita, ma ci sono ancora pregiudizi di genere sulle competenze più richieste per il futuro, come l'AI

Milano, 10 novembre 2025 – Il nuovo studio del [Capgemini Research Institute](#), "[Gender and leadership: Navigating bias, opportunity and change](#)", evidenzia come oggi esista una sostanziale parità nella percezione che leader uomini e donne hanno delle proprie capacità e performance. Tuttavia, i dati mostrano che stereotipi di genere ancora radicati continuano a influenzare il modo in cui vengono valutate le capacità di leadership, in particolare quelle tecniche legate a intelligenza artificiale, analisi dei dati e innovazione. Tali abilità sono percepite prevalentemente dagli uomini come "maschili", rischiando così di ampliare ulteriormente il divario di genere e di ostacolare la crescita professionale sia di uomini che di donne.

La capacità di leadership supera i confini di genere

Il report conferma che uomini e donne sono oggi ugualmente preparati: oltre tre quarti degli intervistati (77%) riconoscono che le donne sono efficaci quanto gli uomini nei ruoli di leadership. Si tratta di un cambiamento rispetto al passato, quando le donne tendevano a sottovalutare le proprie capacità. I dati di quest'anno mostrano che il 58% delle donne si dichiara fiducioso delle proprie competenze, un livello molto vicino a quello degli uomini (59%). Inoltre, il 68% degli intervistati sottolinea come una maggiore presenza femminile nei ruoli apicali contribuisca a migliorare le performance aziendali.

Gli stereotipi di genere emergono nella percezione delle competenze del futuro

Nonostante la diffusione di approcci più inclusivi alla leadership, quando si analizzano le singole competenze riaffiorano gli stereotipi. Molti uomini, ad esempio, considerano "intrinsecamente maschili" abilità cruciali per il futuro, come l'uso di intelligenza artificiale e automazione, l'innovazione, l'agilità e l'analisi dei dati. Al contrario, la maggioranza delle donne tende a vederle come neutre rispetto al genere, o in alcuni casi addirittura "femminili": per l'innovazione, il 36% delle donne intervistate la percepisce come una competenza tipicamente femminile, rivelando un significativo divario di percezione.

Tale divario risulta particolarmente evidente sull'AI e sull'automazione: quasi la metà degli uomini considera queste competenze "maschili", mentre una quota simile di donne le definisce neutrali. Eppure, tre leader su quattro concordano sull'importanza decisiva della padronanza dell'AI per accedere a posizioni di leadership. Entrambi i gruppi, tuttavia, dichiarano una fiducia limitata nelle proprie capacità tecniche: meno della metà (45% delle donne e 47% degli uomini) ritiene l'uso dell'AI e dell'automazione un punto di forza. Questo persistere di stereotipi rischia non solo di consolidare i bias esistenti, ma anche di ampliare ulteriormente il divario nei ruoli di leadership.

*"Con tecnologie come l'AI che stanno trasformando il contesto economico, i leader – indipendentemente dal genere – devono acquisire le competenze necessarie per guidare e plasmare il futuro delle proprie funzioni", ha dichiarato **Alessandra Miata, Director Corporate Social Responsibility di Capgemini in Italia**. "È fondamentale riconoscere come gli stereotipi di genere distorcano la percezione delle capacità di leadership, influenzando di conseguenza l'avanzamento di carriera di uomini e donne. Se non affrontati, questi bias rischiano di ampliare ulteriormente il divario di genere nelle aziende. Le organizzazioni devono impegnarsi ad abatterli attraverso formazione mirata e interventi sistematici per costruire culture di leadership realmente inclusive."*

Sia le donne che gli uomini si trovano ad affrontare ostacoli alla crescita professionale legati agli stereotipi di genere. Il report evidenzia che il 53% delle leader donne ha sperimentato un pregiudizio negativo sulla retribuzione a causa del proprio genere, mentre il 40% degli uomini ritiene di aver beneficiato di un vantaggio economico per lo stesso motivo. Al di là degli aspetti retributivi, il divario si manifesta anche nelle opportunità di avanzamento: poco più della metà dei leader (52%) concorda sul fatto che uomini e donne abbiano pari possibilità di promozione all'interno della propria organizzazione. Inoltre, il 39% degli intervistati riconosce che donne qualificate vengano spesso trascurate per ruoli di leadership nelle aziende in cui lavorano.

Non sono però solo le leader donne a subire gli effetti dei bias: quasi quattro uomini su dieci (38%) indicano lo scarso equilibrio tra vita privata e lavoro come uno dei principali ostacoli alla crescita di carriera.

Il report completo è disponibile a questo link: <https://www.capgemini.com/insights/research-library/gender-and-leadership/>



Metodologia di ricerca

Il Capgemini Research Institute ha condotto un'indagine globale su 2.750 leader (manager senior e oltre) in 11 paesi e 10 settori chiave. Il campione comprende 1.375 donne, 1.372 uomini e 3 leader non binari. A causa della scarsa rappresentanza di questi ultimi, i dati quantitativi del report sono stati analizzati solo per uomini e donne.

Capgemini

Capgemini è un partner globale per la trasformazione tecnologica e di business delle aziende, che sfrutta la potenza dell'AI per offrire valore ai propri clienti. Immaginiamo il futuro delle organizzazioni e lo trasformiamo in realtà grazie all'AI, alla tecnologia e alle persone. Forti di quasi 60 anni di esperienza, siamo un gruppo responsabile e diversificato di 420.000 persone presente in più di 50 paesi nel mondo. Forniamo servizi e soluzioni end-to-end grazie alla nostra profonda esperienza settoriale e a un solido ecosistema di partner, facendo leva sulle nostre competenze in ambito di strategia, tecnologia, progettazione, ingegneria e gestione operativa. Nel 2024 il Gruppo ha registrato ricavi complessivi pari a 22,1 miliardi di euro.

Make it real | www.capgemini.com

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 ed è stato nominato per sei volte consecutive il migliore al mondo per la qualità dei suoi studi da una giuria di analisti indipendenti: un primato nel settore.

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