



COSTRUZIONE DI ALLEANZE

Verso il superamento degli stereotipi di genere

SOMMARIO

Prefazione	<u>03</u>
Nota metodologica	<u>07</u>
Il punto di partenza: cosa divide e cosa unisce uomini e donne oggi	<u>09</u>
Le relazioni di coppia	<u>11</u>
L'immaginario femminile	<u>12</u>
L'immaginario maschile	<u>13</u>
Riconoscersi nel proprio immaginario	<u>14</u>
La vita familiare	<u>16</u>
L'immaginario femminile	<u>17</u>
L'immaginario maschile	<u>18</u>
Immaginario femminile e maschile a confronto	<u>19</u>
Riconoscersi nel proprio immaginario	<u>19</u>
Il mondo del lavoro	<u>21</u>
L'immaginario femminile	<u>22</u>
L'immaginario maschile	<u>24</u>
Immaginario femminile e maschile a confronto	<u>25</u>
Riconoscersi nel proprio immaginario	<u>26</u>
Vita sociale	<u>28</u>
L'immaginario femminile	<u>29</u>
L'immaginario maschile	<u>32</u>
Immaginario femminile e maschile a confronto	<u>33</u>
Riconoscersi nel proprio immaginario	<u>34</u>
Emotività	<u>36</u>
L'immaginario femminile	<u>37</u>
L'immaginario maschile	<u>39</u>
Immaginario femminile e maschile a confronto	<u>40</u>
Riconoscersi nel proprio immaginario	<u>42</u>
Conclusioni	<u>44</u>

PREFAZIONE

Prefazione



Ci sono cambiamenti che si vedono subito. E poi ce ne sono altri, più profondi, che prendono forma nel modo in cui le persone si ascoltano, si riconoscono, scelgono di stare dalla stessa parte. È da qui che nasce **la possibilità di superare gli stereotipi di genere** e costruire, ogni giorno, una **cultura della parità** più concreta, più condivisa, più vera.

Sono questi i cambiamenti che vogliamo portare in NTT DATA, perché siamo convinti che l'innovazione passi non solo dalle tecnologie, ma anche dalla capacità di evolvere modelli culturali e organizzativi. È da qui che nasce il nostro **impegno nel costruire ambienti di lavoro in cui le persone possano esprimere pienamente la propria voce** e contribuire alla crescita dell'azienda attraverso la collaborazione e il senso di comunità.

In questo percorso, il confronto con analisi e ricerche ci aiuta a leggere con maggiore chiarezza le dinamiche ancora presenti nei luoghi di lavoro e a individuare le leve su cui agire per generare un cambiamento reale. Il report *"Costruzione di alleanze: verso il superamento degli stereotipi di genere"*, realizzato con Valore D e Ipsos-Doxa, evidenzia perfettamente come il sodalizio tra generi rappresenti **una leva concreta di cambiamento**. Portato nel contesto lavorativo, questo approccio significa costruire organizzazioni in cui, la **diversità dell'uno diventi la ricchezza dell'altro**, in una complementarietà che incoraggia nuove idee e costruisce valore.

In NTT DATA gli aspetti culturali, generazionali, di genere, caratterizzanti disabilità, e qualsiasi altro fenomeno differenziante, creano un unicum dove opportunità, responsabilità e modelli di leadership sono realmente condivisi, volti proprio all'evoluzione. E questo approccio si traduce in un impegno concreto. Dal 2015, con **NTT Donna**, promuoviamo iniziative volte a favorire una **maggiore equità** nei percorsi di crescita e a diffondere **consapevolezza sui temi di genere**. Nel tempo, questo percorso si è arricchito includendo attività formative ed esperienziali, come il programma **"Unique as you are"**, che attraverso workshop e role play aiuta a riconoscere l'impatto di stereotipi e a stimolare comportamenti più responsabili, attraverso l'acquisizione di consapevolezza.

Siamo convinti che il cambiamento passi dal **rispetto reciproco**, dai comportamenti quotidiani e dalla partecipazione attiva delle persone. Team più eterogenei e modelli di leadership più aperti favoriscono decisioni migliori, maggiore capacità di innovare e una **crescita sostenibile** nel tempo.

Questo report vuole contribuire a tradurre consapevolezza in azioni concrete. Perché superare gli stereotipi di genere non significa togliere qualcosa a qualcuno, ma **liberare possibilità per tutti**. E ogni alleanza vera, in fondo, fa proprio questo: allarga lo spazio del possibile.

Prefazione

valore^D

Negli ultimi anni il confronto sulla parità di genere ha guadagnato spazio e attenzione, ma si è anche esposto a polarizzazioni e semplificazioni che hanno rischiato di rallentare un cambiamento culturale indispensabile per il futuro del Paese.

In questo scenario si inserisce la ricerca di NTT Data volta a esplorare la relazione tra i generi per entrare nel cuore di una trasformazione più ampia: quella che riguarda le identità, i ruoli sociali, le responsabilità condivise.

Come Valore D, abbiamo collaborato con Ipsos-Doxa per indagare non solo ciò che gli italiani e le italiane pensano oggi dei modelli di femminilità e mascolinità, ma soprattutto come li immaginano, quali aspettative vi proiettano e quali possibilità intravedono nella collaborazione reciproca.

L'alleanza tra uomini e donne rappresenta, infatti, una nuova categoria interpretativa. Non è una collaborazione occasionale né un gesto simbolico: è un patto sociale, un investimento sulla coesione, una chiave di lettura che rende evidente come superare gli stereotipi porti benefici concreti non solo alle donne, ma all'intera società – uomini inclusi.

Per Valore D questo lavoro si pone in continuità con l'impegno portato avanti in oltre sedici anni di attività. Pur nascendo con una forte legacy femminile – un'eredità preziosa che continua a orientare la nostra visione – tutte le iniziative di sensibilizzazione e formazione sono sempre state rivolte sia a uomini sia a donne, nella convinzione che il cambiamento culturale richieda una partecipazione condivisa.

Emblematico è poi il caso di InTheBoardroom, il programma executive di Valore D rivolto a chi desidera sedere nei board: nato dopo l'introduzione della Legge Golfo Mosca per sostenere la crescita delle donne nei ruoli apicali, nel tempo è stato aperto anche agli uomini, in risposta a nuove riflessioni e alle esigenze di un ecosistema che richiede competenze condivise e responsabilità distribuite.

Non si è trattato di un cambio di linea, ma di un'evoluzione coerente: promuovere la presenza femminile nei vertici richiede anche il coinvolgimento degli uomini che quei vertici li abitano. Rafforzare la collaborazione tra i generi significa infatti rendere più solide le organizzazioni, più innovative le leadership, più responsabili le decisioni.

Oggi affrontare la relazione con il maschile è diventato centrale. Non solo perché gli uomini stanno vivendo, al pari delle donne, transizioni identitarie profonde, ma perché senza di loro non è possibile costruire un cambiamento duraturo.

Questo allargamento di sguardo, tuttavia, non riduce né relativizza l'urgenza delle questioni femminili, che restano uno dei pilastri fondamentali della nostra missione. La scelta di coinvolgere anche gli uomini nasce proprio dalla consapevolezza che per affrontare i nodi strutturali oggi esistenti serve un ecosistema capace di condividere responsabilità, linguaggi e soluzioni. Non è un arretramento: è un passo avanti nella stessa direzione.

In questa prospettiva, l'alleanza tra generi è parte integrante della nostra strategia – una strategia che continua a mettere al centro il dialogo, l'ascolto e la capacità di generare convergenze reali, non solo dichiarate.

Il nostro auspicio è che le evidenze di questa indagine contribuiscano ad alimentare un dibattito più maturo e meno polarizzato, offrendo a organizzazioni, istituzioni e società civile nuovi strumenti per costruire relazioni più consapevoli, più giuste e più generative. Perché quando uomini e donne si riconoscono come alleati, il cambiamento non solo diventa possibile ma anche inevitabile.

Prefazione

OSSERVATORIO MASCHILE

2023 ■ 2053

Come riuscire a coinvolgere gli uomini su questi temi? Questa è la singola cosa che ci viene chiesta più spesso.

Negli ultimi anni l'attenzione verso le questioni di genere, la violenza e la parità è aumentata moltissimo. Se ne parla di più sui media, nelle scuole, sui social, nel mondo culturale e istituzionale, nelle aziende ma è anche un tema sempre più vissuto dalle persone nelle relazioni quotidiane, anche quando si parla di genitorialità e del modo in cui stiamo crescendo le nuove generazioni. Questi temi vengono percepiti sempre più urgenti e importanti, per fortuna.

C'è da dire, però, che nella maggior parte dei casi in cui ci si cerca di occupare di tutto questo, c'è un tipo di persona che si vede pochissimo e la cui scarsa presenza è impossibile non notare: gli uomini.

Le reazioni maschili verso tutto questo sono spesso di due tipi:

- **Lontananza.** Nella maggior parte dei casi questi temi non riescono ad essere percepiti come temi rilevanti dagli uomini. Non da tutti gli uomini, ma da tanti uomini. Queste questioni, ancora oggi, sembrano cose che non riguardano il genere maschile, come se tutto questo fosse importante solo per le donne e tutte le persone che non sono state finora adeguatamente considerate e rappresentate
- **Resistenza.** In molti altri casi, la reazione è invece oppositiva, una reazione di fastidio o resistenza per delle questioni che, non sembrando rilevanti, vengono percepite come esagerate o addirittura come istanze che vanno "contro" al genere maschile

Nei nostri primi anni di lavoro (Osservatorio Maschile è nato nel 2023) abbiamo cercato di trovare chiavi di lettura, metodi e soluzioni per riuscire a favorire lo sviluppo di una attenzione maschile verso tutto questo, con lo scopo di innescare evoluzione culturale, aziendale e sociale tenendo tutte le persone attorno al tavolo e non solo alcune.

Fare domande (anche) agli uomini e (anche) sugli uomini è un pezzo che mancava e questa ricerca va proprio in quella direzione. Le cose che abbiamo messo a fuoco grazie a questa indagine sono un punto di partenza ottimo per aumentare la consapevolezza di ogni tipo di persona e ci permettono di coprire un ampio spettro di temi "rilevanti" per ogni tipo di persona, anche con l'obiettivo di definire con maggiore consapevolezza i prossimi passi del lavoro, nell'ottica comune della parità di genere.

Ora, vi lasciamo all'esplorazione delle scoperte emerse da questa indagine.

Nota metodologica

Il report **“Costruzione di alleanze: verso il superamento degli stereotipi di genere”** presenta i risultati di un'indagine condotta da Ipsos-Doxa per NTT Data e Valore D nel mese di novembre 2025, con l'obiettivo di esplorare e comprendere come gli italiani e le italiane immaginino e percepiscano i modelli di femminilità e mascolinità nella società contemporanea e identificare possibili alleanze per il superamento degli stereotipi di genere.

La ricerca ha visto protagonista un campione di 1.000 persone rappresentativo della popolazione italiana maggiorenne. L'indagine è stata condotta online attraverso metodologia CAWI (Computer Assisted Web Interview), che ha permesso di raggiungere in modo capillare il target di riferimento garantendo la qualità e l'affidabilità dei dati raccolti.

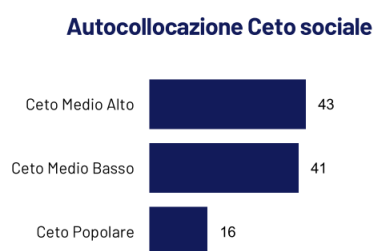
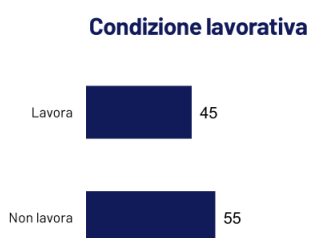
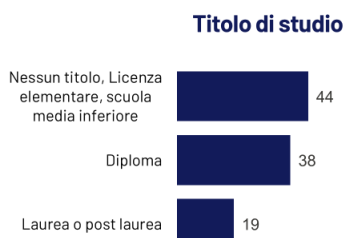
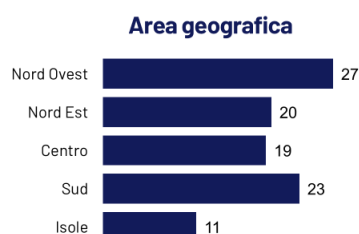
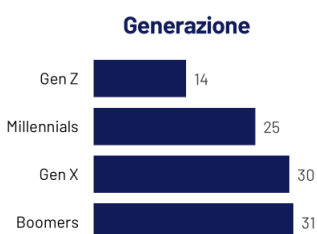
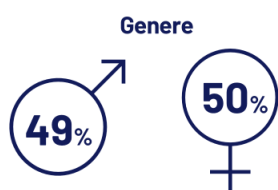
Il campione è stato accuratamente stratificato per assicurare la rappresentatività della popolazione di riferimento secondo tre variabili principali: genere; generazioni, includendo GenZ (anno

di nascita 1997-2012), Millennial (1981-1996), GenX (1965-1980) e Boomer (1964-1946); area geografica; titolo di studio e condizione occupazionale.

Dopo aver investigato la percezione della distanza o vicinanza tra generi e l'origine degli stereotipi, il questionario ha indagato l'immaginario femminile e maschile attraverso cinque dimensioni principali:

- **Relazione di coppia**, con attenzione alle dinamiche relazionali, ai ruoli e alle aspettative reciproche
- **Vita familiare**, focalizzata sulla distribuzione dei carichi domestici, sulla genitorialità e sulle responsabilità comuni/familiari
- **Lavoro**, con uno sguardo sulle aspettative, ruoli e opportunità professionali
- **Vita sociale**, considerando relazioni, autonomia e partecipazione sociale
- **Emotività**, con approfondimento sulla libertà espressiva e sulla legittimazione delle emozioni.

Campione



Valori % - Valori ponderati

Per ciascuna di queste dimensioni, alle persone intervistate è stato chiesto di esprimere le proprie percezioni su cosa caratterizzi l'immaginario ideale femminile e maschile nella società contemporanea, oltre a valutare quanto essi stessi si riconoscano in questi modelli, permettendo così di costruire un quadro articolato e multidimensionale delle rappresentazioni di genere e identificare gli spazi di possibile convergenza e collaborazione, identificando infine gli ambiti prioritari e più promettenti per costruire un'alleanza

tra generi finalizzata al superamento degli stereotipi.

I dati raccolti sono stati analizzati sia a livello di totale campione sia attraverso confronti tra i generi e generazionali, permettendo di identificare sia gli elementi di continuità che caratterizzano l'immaginario collettivo italiano, sia le discrepanze tra uomini e donne e le trasformazioni in atto tra le diverse generazioni.



Il punto di partenza: cosa divide e cosa unisce uomini e donne oggi

La maggioranza riconosce che i comportamenti di genere sono modificabili e vede possibili alleanze, nonostante una percezione di crescente distanza tra uomini e donne rispetto al passato. C'è un forte consenso sui benefici del superamento degli stereotipi, soprattutto nelle relazioni e nella sfera domestica, con le donne generalmente più ottimiste. Le priorità e le opportunità maggiori si concentrano nella vita privata, mentre gli ambiti pubblici appaiono più complessi. Tuttavia, l'ampio accordo sui vantaggi costituisce una base concreta per strategie condivise.

La natura delle differenze tra uomini e donne divide: il 46% delle persone intervistate ritiene che i comportamenti di genere siano determinati sia da fattori naturali che culturali, mentre un altro 46% li considera esclusivamente prodotto della socializzazione. Solo il 6% crede in un

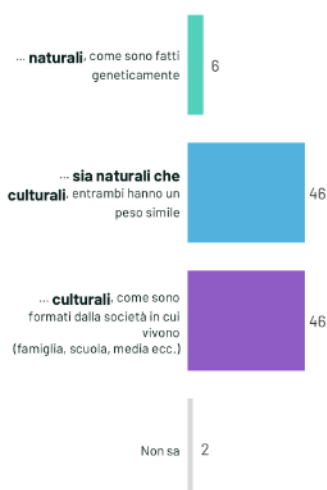
determinismo puramente biologico. Questo significa che la stragrande maggioranza (92%) riconosce uno **spazio di cambiamento possibile** - vedendo i comportamenti di genere come almeno in parte frutto della socializzazione - premessa essenziale per qualsiasi alleanza trasformativa.

Sul piano delle **relazioni attuali** tra i generi, emerge un quadro di **forte polarizzazione** con il 51% che ritiene che tra uomini e donne prevalgano le cose che uniscono, mentre il 41% vede prevalere le divisioni. Il **confronto con il passato** rivela però una **percezione divergente**: mentre complessivamente il 44% ritiene che uomini e donne siano oggi più divisi rispetto a 20 anni fa (contro solo il 27% che li vede più uniti), l'analisi generazionale mostra un quadro più articolato. In particolare, il 42% della Gen Z percepisce uomini e donne come più uniti rispetto al passato,

Il punto di partenza: cosa divide e cosa unisce uomini e donne oggi



I comportamenti di uomini e donne hanno origine...



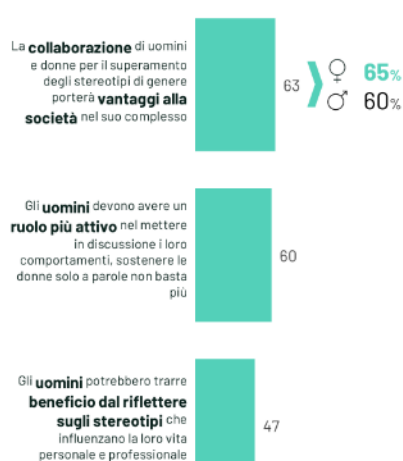
Tra uomini e donne sono più le cose che...



Rispetto a 20 anni fa, uomini e donne sono...



Stereotipi di genere: opinioni



suggerendo che le generazioni più giovani hanno una visione meno pessimistica dell'evoluzione delle relazioni di genere rispetto alle generazioni precedenti.

Nonostante tale scenario in chiaro scuro, si riscontra un'importante apertura trasversale verso l'alleanza:

6 rispondenti su 10 credono fermamente che la **collaborazione** per il superamento degli stereotipi **porterà vantaggi alla società**, con le donne leggermente più fiduciose (65% vs 60% uomini), che gli **uomini** debbano assumere un **ruolo più attivo**, andando oltre il sostegno puramente verbale, e 1 su 2 ritiene che gli uomini **potrebbero trarre molti benefici** dal riflettere sugli stereotipi che influenzano la loro vita personale e professionale. Solo l'8% considera l'alleanza impossibile per una distanza ormai troppo profonda.

Le **priorità per l'alleanza** si concentrano sulla **sfera privata**: relazioni di coppia (49%), vita familiare (45%) e gestione domestica (43%) sono considerate le aree più importanti dove costruire collaborazione. Le stesse aree, insieme alle relazioni amicali e alla vita sociale, sono anche quelle percepite come le più promettenti per il successo (41%, 36% e

40% rispettivamente), suggerendo che l'alleanza di genere viene vista come più realizzabile nell'intimità delle relazioni personali che negli spazi pubblici del lavoro (31% priorità, 28% probabilità) o della vita sociale.

I benefici del superamento degli stereotipi di genere sono importanti:

in tutte le aree analizzate, la maggioranza vede molti o moltissimi vantaggi nel superamento degli stereotipi, con picchi proprio nelle sfere domestiche e relazionali. Le donne mostrano sistematicamente maggiore ottimismo rispetto agli uomini sui benefici attesi: considerando chi ritiene che i vantaggi legati al superamento degli stereotipi di genere siano estremamente rilevanti, il gap è contenuto nelle sfere private (domestica 72% vs 59%, relazioni di coppia 67% vs 62%), ma si amplifica significativamente nelle sfere pubbliche e personali - lavoro (69% vs 51%), vita sociale (64% vs 48%), emotività (66% vs 51%). Tuttavia, il fatto che anche tra gli uomini la maggioranza riconosca benefici significativi costituisce una base solida su cui costruire strategie di cambiamento condivise.

PUNTI CHIAVE

- **Il 92%** riconosce che i comportamenti di genere sono (almeno in parte) frutto della socializzazione e che quindi **c'è spazio reale per il cambiamento** e per un'**alleanza trasformativa**.
- **Apertura all'alleanza:** 6 persone su 10 vedono molti benefici nel collaborare contro gli stereotipi; solo **l'8%** lo considera impossibile. Viene richiesto un **ruolo più attivo agli uomini**; 1 su 2 ritiene utile che riflettano sugli stereotipi che li riguardano.
- **Polarizzazione & trend:** oggi 51% vede più unioni vs 41% divisioni, ma **il 44%** percepisce che siamo **più divisi di 20 anni fa** (solo 27% più uniti).
- **Dove investire:** priorità e maggiori chance nella **sfera privata** (coppia 49%, famiglia 45%, domestico 43%; probabilità di successo 41%, 36%, 40%). **Lavoro** più complesso (31% priorità, 28% probabilità).
- **Fiducia di genere:** le **donne sono più ottimiste** degli uomini sui benefici, soprattutto nelle sfere pubbliche: lavoro **69% vs 51%**, vita sociale **64% vs 48%**, emotività **66% vs 51%**.

Le relazioni di coppia

La coppia è il luogo chiave per costruire parità, ma anche quello dove gli stereotipi resistono di più, con aspettative sbilanciate soprattutto sugli uomini; i due veri pilastri condivisi sono fedeltà e decisioni prese insieme.



Le relazioni di coppia

Le relazioni di coppia rappresentano lo spazio più intimo dove costruire parità e alleanza, eppure è proprio qui che gli stereotipi di genere mostrano la loro resistenza più tenace. L'immaginario collettivo delinea ruoli relazionali ancora fortemente differenziati, con un evidente squilibrio delle aspettative a sfavore degli uomini, da cui ci si aspetta sistematicamente di più su quasi tutte le dimensioni relazionali.

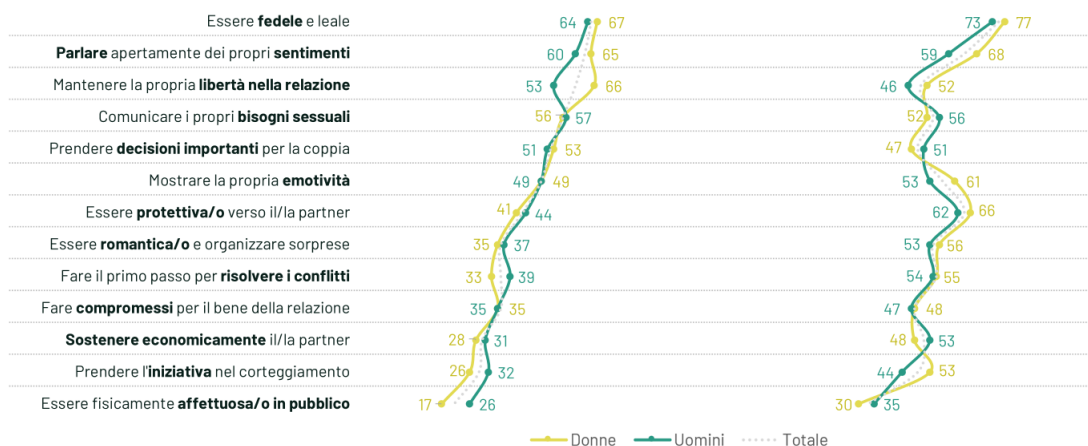
Relazioni di coppia



(% Molto + moltissimo)

Immaginario FEMMINILE

Immaginario MASCHILE



Nel GESTIRE LE RELAZIONI DI COPPIA E AFFETTIVE una DONNA/ un UOMO al giorno d'oggi quanto deve possedere ciascuna delle seguenti caratteristiche? - Valori % - Base: Totale campione

L'immaginario femminile

Per le **donne**, l'immaginario ruota attorno a un **equilibrio tra connessione emotiva e autonomia personale**. Ci si aspetta che siano fedeli e comunicative sul piano emotivo - parlando apertamente dei propri sentimenti e mostrando la propria emotività - ma al contempo che mantengano la propria libertà all'interno della relazione. Questa **tensione tra intimità e indipendenza è particolarmente sentita dalle donne stesse**, che rivendicano il diritto all'autonomia nella coppia più di quanto gli uomini riconoscano loro (66% vs 53%). Sul piano della sessualità, l'aspettativa di comunicare i propri bisogni sessuali segnala un'evoluzione verso una maggiore libertà di espressione femminile nell'intimità.

Uomini e donne presentano **visioni divergenti su alcuni aspetti del ruolo femminile**: gli uomini vorrebbero che le donne prendessero maggiore iniziativa in aree tradizionalmente "maschili" - fare il primo passo nella risoluzione dei conflitti, nel corteggiamento e nell'affettività pubblica - quasi a cercare una redistribuzione di responsabilità relazionali che storicamente gravano su di loro.

L'evoluzione generazionale dell'immaginario femminile nelle relazioni di coppia

L'analisi generazionale rivela una traiettoria evolutiva complessa e non lineare dell'immaginario femminile nelle relazioni di coppia, che si snoda attraverso quattro distinti paradigmi generazionali.

Gli appartenenti alla generazione **Boomer** presentano un immaginario caratterizzato da una **scissione tra la limitata autonomia attribuita alle donne e un'inaspettata proiezione di libertà espressiva nell'affettività pubblica** (60%, quasi tripla rispetto alla media del 21%), suggerendo un desiderio postumo di superamento dei vincoli sociali vissuti nella propria gioventù.

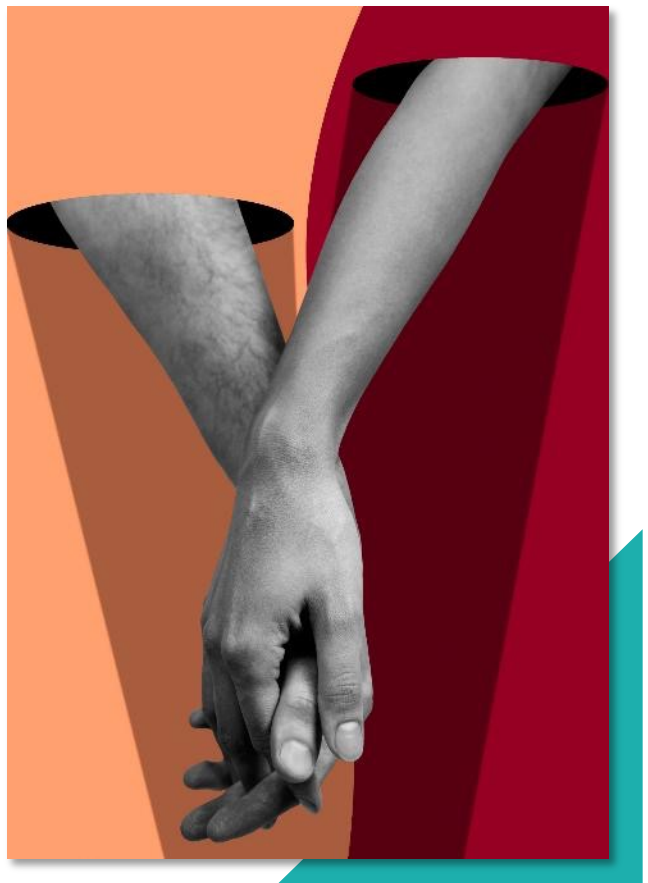
La **Generazione X** segna il **primo tentativo consapevole di sintesi delle contraddizioni, immaginando donne che incarnano simultaneamente valori tradizionali e moderni**: fedeltà superiore alla media (69% vs 65%) accanto a una forte richiesta di libertà individuale (64%), emotività combinata con capacità di sostegno economico del partner (36% vs 30%).

I **Millennial** rappresentano la **generazione-ponte, che normalizza la comunicazione intima e l'espressione dei bisogni emotivi e sessuali senza ancora operare rotture strutturali con i modelli precedenti**.

Infine, la **Generazione Z** cristallizza un **nuovo paradigma integrato, dove l'autonomia femminile (64%) non è più in opposizione ma complementare al protagonismo relazionale**: le donne sono immaginate come iniziatrici romantiche (46% vs 36% della media), mediatrici attive nei conflitti e soprattutto capaci di negoziare compromessi costruttivi (50% vs 36%), ridefinendo l'affettività pubblica come spazio legittimo di espressione (32%). Questo percorso evolutivo testimonia il superamento progressivo della dicotomia tradizionale tra indipendenza e dedizione, culminando in un modello femminile che integra agentività personale e investimento relazionale come dimensioni sinergiche piuttosto che antitetiche.

L'immaginario maschile

Per gli uomini, l'immaginario risulta decisamente **esigente**. Non solo devono **incarnare il ruolo tradizionale del**



protettore (64%) e del sostegno economico (51%), **ma devono anche aprirsi emotivamente** - parlando dei propri sentimenti e mostrando emotività - una richiesta che crea una **tensione con i modelli tradizionali di mascolinità**. Le **donne** sono le **principali sostenitrici di questa apertura emotiva maschile** (68% vs 59% degli uomini stessi per l'espressione dei sentimenti).

L'evoluzione generazionale dell'immaginario maschile nelle relazioni di coppia

L'analisi generazionale dell'immaginario maschile rivela una **traiettoria evolutiva** caratterizzata da una **progressiva ma complessa erosione del modello tradizionale di mascolinità**, con un'importante asimmetria strutturale rispetto alle aspettative rivolte alle donne.

I **Boomer** cristallizzano l'**archetipo del "protettore-provider"** nella sua forma più compiuta: gli uomini devono essere romantici (60% vs 54% della media),

sostenere economicamente il partner (57% vs 51%) ed essere protettivi (69% vs 64%), perpetuando un modello di mascolinità fondato sulla responsabilità materiale e simbolica della relazione.

I **Millennial** rappresentano il **punto di svolta** più significativo, configurando un modello di **"nuovo uomo"** che non abbandona ma **espande il repertorio maschile**:

mantengono alta la proattività relazionale con l'iniziativa nel corteggiamento (53% vs 49%) e una maggiore disponibilità al compromesso (53% vs 48%), ma vi aggiungono dimensioni inedite come l'apertura nella comunicazione emotiva (68% vs 64%) e l'espressione dei bisogni sessuali (59% vs 54%), legittimando anche l'affettività fisica pubblica (37% vs 33%).

La **Generazione Z** opera invece una **decostruzione selettiva del modello tradizionale, riducendo significativamente le aspettative sui ruoli classici** - protezione (54% vs 64%), sostegno economico (43% vs 51%), iniziativa nel corteggiamento (42% vs 49%) - **segnalando una ridefinizione della mascolinità verso modelli più paritari e meno vincolati agli imperativi tradizionali.**

Riconoscersi nel proprio immaginario

Nelle relazioni di coppia, la **fedeltà** si posiziona come primo riferimento per entrambi gli immaginari, femminile e maschile, in modo trasversale ai due sottocampioni, a pensarlo infatti sono sia le donne che gli uomini. È anche il tratto più frequentemente autoattribuito: dichiara di possederlo il 91% delle donne e l'85% degli uomini. La sovrapposizione tra aspettative e autovalutazioni fa di questa caratteristica un caposaldo condiviso, con bassa soglia di conflitto e, di conseguenza, un'**alleanza** tra i generi **relativamente facile**.

Rimanendo nell'ambito della facile alleanza emerge anche il **saper prendere decisioni importanti per la coppia**, caratteristica richiesta sia alle donne che agli uomini da

entrambi i generi e ben posizionata anche sul piano dell'autoattribuzione: l'86% delle donne dichiara di possederla così come il 79% degli uomini.

Sull'essere in grado di **sostenere economicamente il/la partner** permane una visione stereotipata difficile da scardinare ma con delle sfumature. Nell'immaginario femminile questa caratteristica è sul fondo della classifica (28% tra le donne e 31% tra gli uomini) ed è anche quella che segmenta maggiormente le donne quando vengono chiamate ad autovalutarsi su questo: il 34% di loro dichiara di possedere questa caratteristica ed esserne felice e una quota di pari valore (35%) non la possiede ma vorrebbe averla, affermandosi come la caratteristica che riscuote il maggior livello di "rimpianto" rispetto a questa sfera della vita. C'è poi il restante 31% che invece non ha alcun interesse a sostenere economicamente il/la partner o ne farebbe volentieri a meno. Passando all'immaginario maschile questa caratteristica registra maggior importanza in entrambi i generi (48% tra le donne e 53% tra gli uomini). Sul piano dell'autoattribuzione è il 57% degli uomini che dichiara di possedere questa peculiarità con soddisfazione, 1 su 5 (22%) non la possiede ma vorrebbe averla e il restante 21% non ha alcun interesse a sostenere economicamente il/la partner o ne farebbe volentieri a meno.

Nell'area delle alleanze più difficili da concretizzarsi quando si parla di relazione di coppia troviamo il **prendere l'iniziativa in fase di corteggiamento**. Nell'immaginario femminile questa caratteristica pesa il 26% tra le donne e il 32% tra gli uomini. Parallelamente il 39% sente di possedere questa caratteristica ed esserne felice, 1 su 4 (26%) vorrebbe riuscire a farlo ma il restante 35% non dimostra alcun interesse a soddisfare questa aspettativa più marcata negli uomini. Sul versante dell'immaginario maschile questa

predisposizione registra valori più alti (53% tra le donne e 44% tra gli uomini) e sente di possederla felicemente il 48% degli uomini a cui si affianca un 23% che la vorrebbe. Il restante 29% non ha intenzione di voler rispondere a questa aspettativa più marcata tra le donne stesse.

Fare il primo passo per risolvere i conflitti.

Il 33% delle donne lo associa all'immaginario femminile così come il 39% degli uomini e anche in questo caso le aspettative legate all'immaginario maschile relativamente a questo aspetto sono più alte (55% tra le donne e 54% tra gli uomini). 1 donna su 2 (55%) si riconosce in questa caratteristica ed è felice di possederla a cui si affianca il 16% delle donne vorrebbe possedere questa attitudine ma al momento non sente di attribuirselo. Questa componente è però controbilanciata da 1 donna su 3 (29%) che

invece vorrebbe evitare di farlo o non ha nessun interesse ad imparare. Tra gli uomini è il 58% ad autoattribuirsi con felicità questa predisposizione a cui si aggiunge un ulteriore 20% che vorrebbe possederla ma al momento non è in grado. Il 22% degli uomini non si sente affine a questa attitudine e non intende svilupparla disattendendo ad una importante aspettativa.

Nelle coppie di oggi c'è un accordo chiaro su due pilastri: fedeltà e decisioni prese insieme. Su altri aspetti – chi sostiene economicamente, chi fa il primo passo nel corteggiamento o chi avvia la pace dopo un litigio – le aspettative stanno cambiando e non sono uguali per tutti. I principi sono condivisi, ma i ruoli pratici si stanno ancora assestando.

PUNTI CHIAVE

- **Autonomia femminile:** rivendicata dalle donne più di quanto gli uomini la riconoscano (**66% vs 53%**).
- **Aspettative sugli uomini:** **protettore** 64%, **sostegno economico** 51%, **apertura emotiva** richiesta soprattutto dalle donne (lo chiedono il **68% delle donne vs 59% degli uomini**).
- **Pilastri condivisi:** **fedeltà** autoattribuita (91% donne e 85% uomini); **decidere insieme** (86% donne e 79% uomini).
- **Segnali di un cambiamento:** **la Generazione Z riduce i ruoli tradizionali maschili** – protezione 54% (vs 64% media), sostegno economico 43% (vs 51%), iniziativa nel corteggiamento 42% (vs 49%) – e **integra autonomia femminile con protagonismo relazionale**.

La vita familiare

Nella vita familiare, la divisione dei ruoli resta fortemente sbilanciata e ancorata a schemi tradizionali: sia nell'immaginario sociale che nella pratica quotidiana le donne continuano a sostenere la maggior parte del lavoro di cura e gestione domestica, mentre gli uomini mantengono compiti più mirati e meno time-intensive



La vita familiare

Nell'ambito della vita familiare, l'immaginario di genere rivela una persistente divisione del lavoro domestico che sembra restare ancorata a schemi tradizionali con una chiara segregazione dei compiti.

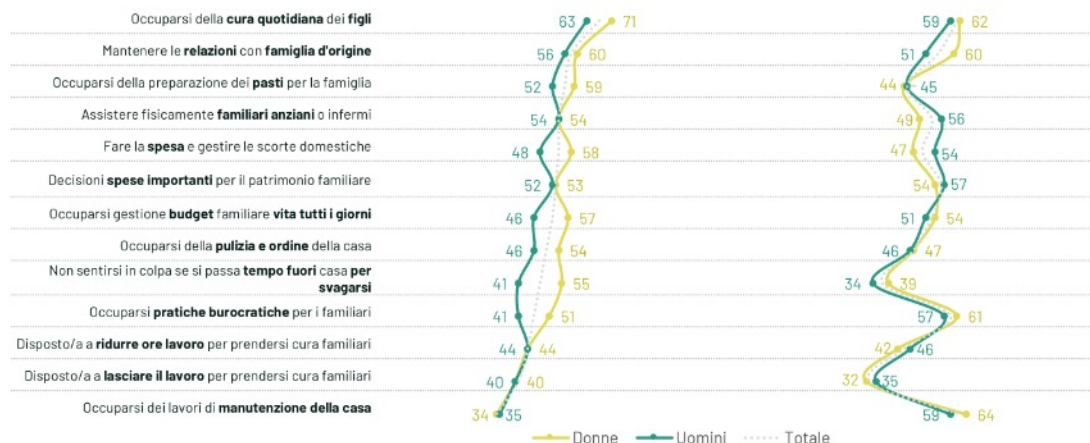
Vita familiare



(% Molto + moltissimo)

Immaginario FEMMINILE

Immaginario MASCHILE



In AMBITO FAMILIARE: una DONNA / un UOMO al giorno d'oggi quanto deve possedere ciascuna delle seguenti caratteristiche? - Valori % - Base: Totale campione

L'immaginario femminile

Per le **donne**, l'immaginario delinea un ruolo di **gestione operativa della vita domestica**. Ci si aspetta che siano le principali responsabili della **cura quotidiana** - dai figli ai familiari anziani - e di tutte le **attività di sostentamento domestico**: preparazione dei pasti, spesa, pulizia. Ma l'immaginario femminile evolve e va oltre il semplice lavoro domestico e di cura: le donne entrano anche nella **gestione del budget quotidiano** e nelle **decisioni finanziarie importanti**.

È significativo che siano le donne stesse ad auto-attribuirsi questi compiti in misura maggiore rispetto a quanto gli uomini riconoscano loro.

Particolarmente rilevante è il dato sul **diritto al tempo personale**: il 55% delle donne ritiene che una donna debba potersi concedere tempo fuori casa per svago

personale senza sentirsi in colpa, mentre solo il 41% degli uomini condivide questa visione. Questa differenza di 14 punti percentuali suggerisce che le donne stesse percepiscono maggiormente la necessità di legittimare il proprio diritto al tempo libero, mentre gli uomini tendono a sottovalutare quanto il senso di colpa possa pesare sulle scelte personali femminili.

[L'evoluzione dell'immaginario femminile nella vita familiare: dalla centralità del caregiving alla ridefinizione selettiva dei ruoli](#)

L'analisi generazionale dell'immaginario femminile nella sfera familiare delinea una traiettoria di trasformazione non lineare, caratterizzata da una tensione tra permanenza e cambiamento dei ruoli domestici tradizionali.

La **generazione dei Boomers** consolida e amplifica il **modello della donna-caregiver**

totale, attribuendo al femminile un carico familiare onnicomprensivo che spazia dalla cura quotidiana dei figli (72% vs 67% della media) all'assistenza dei familiari anziani (60% vs 54%), dalla gestione del budget quotidiano (57% vs 52%) alle decisioni sulle spese importanti (59% vs 53%), fino al mantenimento delle relazioni con la famiglia d'origine (64% vs 58%). Questo immaginario configura la donna come perno organizzativo e affettivo dell'intero ecosistema familiare, responsabile simultanea della dimensione pratica, economica e relazionale della vita domestica.

La **Generazione Z** opera invece una **riconfigurazione selettiva**: da un lato **alleggerisce drasticamente il carico domestico tradizionale** - la cura quotidiana dei figli scende al 50% (vs 67% della media), la preparazione dei pasti al 50% (vs 56%), fare la spesa al 45% (vs 54%), la pulizia della casa al 46% (vs 50%) e la gestione del budget al 48% (vs 52%) - dall'altro però **non redistribuisce** questi **compiti** quanto piuttosto **li ridefinisce qualitativamente**. I giovani mantengono alta l'aspettativa sul mantenimento dei legami familiari (61% vs 58%) e soprattutto aggiungono al repertorio femminile competenze tradizionalmente maschili come i lavori di manutenzione domestica.

Questa apparente contraddizione rivela in realtà una **visione innovativa**: la Gen Z immagina **donne meno vincolate alla routine domestica ripetitiva ma capaci di attraversare fluidamente i confini di genere tradizionali, appropriandosi di competenze tecniche prima precluse**. Non si tratta quindi di una semplice riduzione del carico di lavoro, ma di una riqualificazione del ruolo femminile nella famiglia, dove la **donna** non è più la custode esclusiva della dimensione di cura ma una **figura polivalente che può scegliere selettivamente i propri ambiti di competenza**, inclusi quelli tradizionalmente maschili.

L'immaginario maschile

Per gli uomini, l'immaginario familiare si struttura attorno **a due poli principali: il lavoro tecnico-pratico** (manutenzione della casa) e la **gestione economico-amministrativa** (pratiche burocratiche, decisioni finanziarie). Tuttavia, emerge anche un'aspettativa di coinvolgimento nella cura dei figli e, in misura minore, nell'assistenza ai familiari anziani e nella spesa alimentare.

Rispetto all'idea che le donne hanno degli uomini in ambito familiare, gli uomini ritengono in misura maggiore di doversi occupare dell'assistenza fisica ai parenti anziani o infermi e della spesa alimentare.

[L'evoluzione dell'immaginario maschile nella vita familiare: dal padre-sacrificale al partner selettivo](#)

L'analisi generazionale dell'immaginario maschile nella sfera familiare rivela una traiettoria evolutiva che si muove dal



modello del "padre presente e sacrificale" verso forme più differenziate e selettive di coinvolgimento domestico.

La **generazione dei Boomers** configura paradossalmente l'**immaginario maschile più esigente e totalizzante**: gli uomini devono essere massimamente presenti nella cura quotidiana dei figli (66% vs 61% della media), nelle pratiche burocratiche (64% vs 59%), nell'assistenza ai familiari anziani (59% vs 53%), mostrando disponibilità a ridurre le ore di lavoro (49% vs 44%) o addirittura lasciarlo per la famiglia (38% vs 33%), ma contemporaneamente vedono drasticamente limitato il loro diritto al tempo personale (27% vs 37%). Questo modello configura un "nuovo padre tradizionale" che mantiene il ruolo di provider ma vi aggiunge un carico di cura emotiva e pratica.

Se la **Generazione X si presenta come cerniera generazionale**, mantenendo un equilibrio conservativo senza particolari innovazioni, la generazione dei **Millenials** sposta l'accento dalla presenza fisica alla **gestione economico-decisionale**: si distingue per il controllo sulle spese importanti (60% vs 56%) e sulla gestione del budget quotidiano (58% vs 53%), assegnando simultaneamente maggiore legittimità al tempo personale (42% vs 37%) a fronte di un minore coinvolgimento nella cura diretta dei figli (58% vs 61%).

La **Generazione Z** rappresenta la **rottura più significativa, operando un alleggerimento del carico maschile**: riduce drasticamente le aspettative sulla cura dei figli (53% vs 61%), sui lavori di manutenzione tradizionalmente maschili (57% vs 62%) e soprattutto sulle decisioni patrimoniali (45% vs 56%), legittimando invece il diritto al tempo personale (43% vs 37%) e introducendo competenze "femminili" come la preparazione dei pasti (50% vs 45%). Questa generazione non redistribuisce i compiti quanto piuttosto **decostruisce l'imperativo della totalità**:

l'uomo non deve più eccellere in tutti gli ambiti familiari ma può selezionare i propri spazi di competenza, inclusi quelli tradizionalmente femminili, configurando una mascolinità più fluida e meno vincolata all'onnipotenza performativa delle generazioni precedenti.

Immaginario femminile e maschile a confronto

Nonostante i cambiamenti sociali e culturali, **nella vita familiare emerge una distribuzione dei ruoli che perpetua schemi ereditati dal passato e consolidati nel tempo**: le donne si occupano prevalentemente della molteplicità delle attività di cura quotidiana e ripetitiva (figli, pasti, spesa, pulizia - con responsabilità multiple che mostrano gap da +3 a +11 punti), mentre gli uomini mantengono responsabilità più concentrate su ambiti specifici come la manutenzione della casa (+28 punti) e la gestione burocratica (+13 punti).

Questa divisione, pur mostrando segni di evoluzione con una certa partecipazione maschile alla cura dei figli e femminile alle decisioni economiche, configura ancora un'**asimmetria nel carico complessivo: le attività femminili sono quotidiane e time-intensive, quelle maschili più occasionali o circoscritte**.

Riconoscersi nel proprio immaginario

Come già osservato, nell'ambito delle attività di coppia legate alla vita familiare gli stereotipi già noti risultano difficili da scardinare all'interno di entrambi i generi. **L'occuparsi della cura dei figli** è una attività che soddisfa il 77% delle donne (sia chi madre già lo è, 67%, che chi lo vorrebbe essere, 10%) a cui risponde il 23% di donne che invece prende le distanze da questa aspettativa. Dal 67% delle donne si scende al 48%, ossia la quota di uomini che dichiara che occuparsi della cura dei figli è una attività che fanno con soddisfazione. A

questi si aggiunge un 23% di desiderosi di farlo. Il 29% non vuole o non vorrebbe farlo anche se si trova nelle condizioni invece di doverlo fare. Parimenti, **l'essere disposti a lasciare il lavoro per prendersi cura dei figli** è una aspettativa legata maggiormente all'immaginario femminile, sia tra gli uomini che tra le donne che però incontra la non volontà di farlo nel 40% delle donne stesse. Analogo il ragionamento anche quando si parla della **preparazione dei pasti**: è ancora una prerogativa principalmente legata all'immaginario femminile da cui vorrebbe tenere le distanze il 22% delle donne che però rende o renderebbe felice il 73% degli uomini e di questi il 52% dichiara di farlo già con soddisfazione.

Prerogative legate all'immaginario maschile, **l'occuparsi della gestione delle pratiche burocratiche** e dei **lavori di manutenzione della casa** entrambi attività di cui si farebbero carico il 27% delle donne ed eviterebbe circa 1 uomo su 4.

L'alleanza tra i due generi appare facile rispetto all'**occuparsi della gestione del budget familiare della vita di tutti i giorni**

che si sposa in pari misura sia con l'immaginario femminile che con quello maschile, desiderio dell'82% delle donne (di queste già il 70% possiede ed esercita questa attitudine) e del 77% degli uomini (di questi il 62% già risponde a questa aspettativa).

In famiglia gli stereotipi non paiono affievolirsi più di tanto: cura quotidiana dei figli e cucina restano associate al femminile, con molte donne coinvolte ma anche una parte che se ne vuole svincolare; gli uomini mostrano apertura e desiderio, ma non è ancora una pratica diffusa. L'idea di lasciare il lavoro per il caregiving resta soprattutto una richiesta rivolta alle donne, ma incontra scarsa disponibilità reale. Sul versante "maschile", burocrazia e manutenzione restano compiti identitari, solo in parte appetibili per le donne e non sempre graditi nemmeno agli uomini. L'alleanza più semplice si trova sulla gestione del budget quotidiano: responsabilità ormai condivisa e facilmente coordinabile.

PUNTI CHIAVE

- **Le donne si autoattribuiscono** più compiti di cura di quanto gli uomini riconoscano loro
- La **Generazione Z femminile** non elimina il carico domestico, ma lo **ridefinisce**, aprendo a competenze non tradizionali (es. manutenzione).
- L'immaginario maschile evolve verso una **mascolinità più selettiva**, meno "onnipotente" e più fluida nelle competenze.
- **Persistono gap strutturali**: i compiti femminili sono quotidiani e ripetitivi, i compiti maschili sono più occasionali e circoscritti.
- **Unica area di vera alleanza paritaria**: la gestione del **budget quotidiano**, condivisa e desiderata da circa l'80% di entrambi i generi.

Il mondo del lavoro

Nel mondo del lavoro gli immaginari di genere stanno convergendo, pur mantenendo gli ultimi stereotipi: cura associata alle donne e forza agli uomini.



Il mondo del lavoro

Sebbene le donne siano percepite come competenti in tutti gli ambiti, gli uomini riconoscono meno delle donne stesse la loro idoneità in molti ambiti e competenze. Le nuove generazioni ridimensionano i modelli estremi – la “superdonna” e l’uomo “leader totale” – preferendo competenze più selettive e realistiche. Cresce, in entrambi i generi, il desiderio di prendere le distanze dai ruoli tradizionali. Competenze analitiche e responsabilità diventano terreno comune, mentre la leadership dei team mostra ancora differenze di aspirazione. In sintesi, l’immaginario professionale si sta liberando dei confini più rigidi legati al genere.

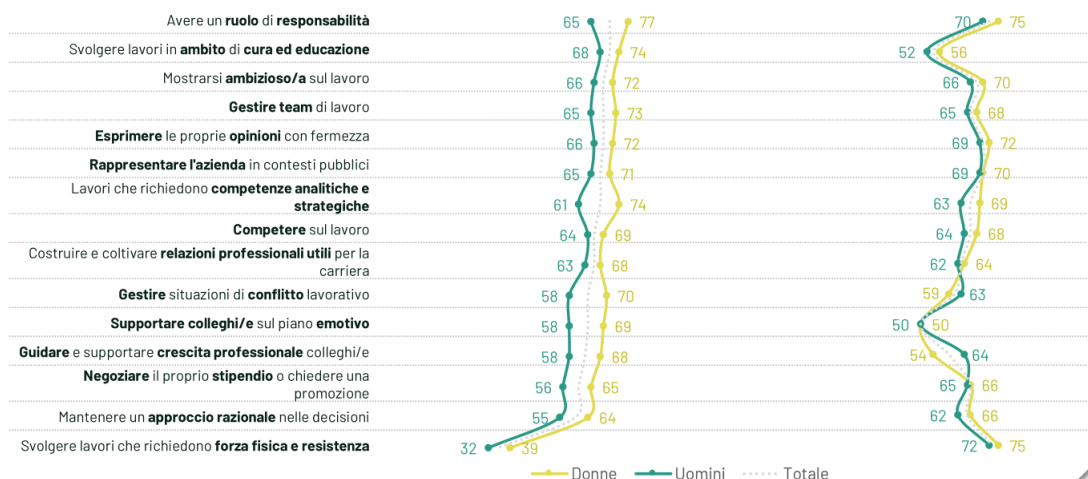
Mondo del lavoro



(% Molto + Moltissimo)

Immaginario FEMMINILE

Immaginario MASCHILE



In AMBITO LAVORATIVO una DONNA / un UOMO al giorno d'oggi quanto è adatta/o a ... - Valori % - Base: Totale campione

L'immaginario femminile

Nel mondo del lavoro, l'immaginario di genere rivela una dinamica articolata, con percezioni che si muovono in direzioni non sempre coincidenti. **L'apparente evoluzione dell'immaginario femminile è in realtà il risultato di una forte asimmetria percettiva: sono le donne stesse a trainare verso l'alto i valori, immaginando il proprio genere come pienamente adeguato a un ampio spettro di ruoli e competenze professionali**, mentre gli uomini mantengono una visione più limitata delle capacità femminili.

Le donne si attribuiscono competenze a tutto tondo: si considerano adatte a

ricoprire ruoli di responsabilità (77%), svolgere lavori che richiedono competenze analitiche e strategiche (74%), gestire situazioni di conflitto lavorativo (70%), supportare colleghi sul piano emotivo (69%), guidare nella crescita professionale le risorse più junior (68%) e negoziare stipendi o promozioni (65%).

Gli uomini, per contro, riconoscono alle donne capacità significativamente inferiori in tutti questi ambiti: -12 punti sui ruoli di responsabilità (65%), -13 punti sulle competenze analitiche (61%), -12 punti sulla gestione dei conflitti (58%), -11 punti sul supporto emotivo (58%), -10 punti sulla guida dei junior (58%) e -9 punti sulla

negoiazione (56%).

Questo scarto sistematico di circa 10-12 punti percentuali rivela **due immaginari divergenti**: le donne devono ancora lottare per vedere riconosciuta dagli uomini la loro idoneità professionale, in particolare nelle competenze strategiche e negoziali, tradizionalmente considerate "maschili".

PUNTI CHIAVE

Le donne si considerano **più adatte** rispetto a quanto le considerino gli uomini nei seguenti ambiti:

- ruoli di responsabilità (77% vs 65%)
- competenze analitiche e strategiche (74% vs 61%)
- gestione dei conflitti (70% vs 58%)
- supporto emotivo (69% vs 58%)
- mentoring dei junior (68% vs 58%)
- negoziazione (65% vs 56%)

Questi gap mostrano che **le donne vedono la propria competenza più degli uomini, e che gli uomini riconoscono meno la leadership femminile nelle aree "chiave" del potere.**

L'unico ambito di consenso pieno: i lavori di cura ed educazione. Il 71% ritiene che siano ruoli "da donne", confermando lo stereotipo più resistente.

L'**unico ambito** dove non c'è disaccordo - anzi, dove tutti **concordano** sull'idoneità femminile - sono i **lavori di cura ed educazione** (71%), perpetuando lo stereotipo che vuole le donne "naturalmente" predisposte a questi ruoli.

L'evoluzione dell'immaginario femminile nel lavoro è quindi trainata principalmente dall'autopercezione delle donne, che si considerano professionalmente complete, mentre persiste una resistenza maschile nel riconoscere questa completezza.

L'evoluzione dell'immaginario femminile nel mondo del lavoro: dall'ambivalenza tradizionale alla decostruzione del mito della superdonna

L'analisi generazionale dell'immaginario femminile nella sfera professionale delinea una **parabola evolutiva complessa** che culmina in una **ridefinizione del successo lavorativo femminile**.

Gli appartenenti ai **Boomers** presentano un **immaginario ambivalente**: riconoscono alle donne maggiore idoneità per i ruoli di responsabilità (75% vs 71% della media), ma paradossalmente le considerano meno adatte al supporto emotivo dei colleghi (56% vs 64%) e alla guida dei junior (60% vs 63%), confinandole maggiormente nelle professioni di cura ed educazione (77% vs 71%). Questa contraddizione rivela la **tensione irrisolta tra il riconoscimento formale della leadership femminile e la persistenza di stereotipi** che limitano le donne a **ruoli tradizionali**.

La **Generazione X** sposta il **focus sulle competenze relazionali**, immaginando donne particolarmente dotate nel supporto emotivo ai colleghi (71% vs 64%) e nella gestione dei conflitti (69% vs 64%), configurando un modello di professionalità femminile centrato sulla dimensione interpersonale e mediatrice.

Gli appartenenti ai **Millennials** rappresentano l'**apice dell'ambizione paritaria**, proiettando sulle donne la capacità di eccellere nelle **competenze considerate tradizionalmente "maschili"**: negoziazione salariale (65% vs 61%) e lavori fisici (41% vs 35%), mantenendo alta l'aspettativa sui ruoli di responsabilità (74% vs 71%). Questa generazione incarna il mito della "donna che può tutto", capace di competere ad armi pari in ogni dimensione professionale.

La **Generazione Z** opera invece una **svolta apparentemente regressiva**, con valori sistematicamente inferiori alla media su

quasi tutte le dimensioni: -9 punti sulla gestione dei conflitti (55% vs 64%), -8 punti sia sulla capacità di esprimere opinioni con fermezza (61% vs 69%) che sulla competizione (58% vs 66%), -6 punti sui ruoli di responsabilità (65% vs 71%). Tuttavia, questa apparente "riduzione" **nasconde** una sofisticata operazione di **decostruzione del mito della superdonna**: i giovani non immaginano donne meno capaci, ma rifiutano l'imperativo performativo che richiede loro di eccellere simultaneamente in tutte le dimensioni professionali. La Gen Z sta ridefinendo il successo professionale femminile in termini più sostenibili e meno competitivi, liberando le donne dalla pressione di dover costantemente dimostrare di essere "migliori degli uomini" per essere considerate professionalmente valide, configurando invece un modello di professionalità più selettivo e meno totalizzante.

L'immaginario maschile

Per gli uomini, l'immaginario professionale combina **elementi tradizionali e moderni**.

Da un lato permane l'**associazione con la forza fisica e la leadership assertiva** - sono adatti a svolgere lavori fisicamente impegnativi, a ricoprire ruoli di responsabilità, competere, negoziare stipendi, mantenere un approccio razionale nelle decisioni. Dall'altro, **emergono aspettative più collaborative** come costruire relazioni professionali e gestire situazioni di conflitto.

A differenza di quanto osservato per l'immaginario femminile, dove le percezioni di genere divergono significativamente, per l'immaginario maschile le **percezioni di donne e uomini risultano più ravvicinate nella maggior parte degli ambiti professionali**. Emerge comunque un divario percettivo, ma con dinamiche diverse e meno pronunciate rispetto all'immaginario femminile. Gli uomini si attribuiscono maggiore idoneità rispetto a quanto

riconosciuto dalle donne in alcuni ambiti chiave: guidare e supportare la crescita professionale di colleghi meno esperti (64% uomini vs 54% donne) e gestire situazioni di conflitto lavorativo (63% vs 59%).

Al contrario, le donne attribuiscono agli uomini maggiore idoneità di quanto loro stessi si riconoscano nello svolgere lavori che richiedono competenze analitiche e strategiche (69% vs 63%), nel ricoprire ruoli di responsabilità (75% vs 70%) e, sorprendentemente, per i lavori di cura ed educazione (56% vs 52%), suggerendo un'apertura femminile verso una maggiore presenza maschile in ambiti tradizionalmente femminili che gli uomini stessi faticano ancora ad abbracciare.

[L'evoluzione dell'immaginario maschile nel mondo del lavoro: dalla leadership a 360 gradi alla competenza selettiva](#)

L'analisi generazionale mostra come l'immaginario dell'uomo nel mondo del lavoro si sia progressivamente trasformato: dalle vecchie generazioni che vedevano gli uomini dominare in ogni aspetto professionale, alle nuove che li immaginano competenti in ambiti specifici piuttosto che eccellere in tutto.

La generazione dei **Boomers** immagina l'uomo come **leader naturale in ogni ambito lavorativo**: lo vede particolarmente adatto ai ruoli di responsabilità (80% vs 72% della media), al lavoro fisico (76% vs 73%), all'ambizione (72% vs 68%), alla gestione dei team (70% vs 66%), alla competizione (70% vs 66%), alla negoziazione salariale (71% vs 66%) e alle competenze analitiche-strategiche (73% vs 66%). Per questa generazione, gli uomini sono considerati **superiori in tutte le dimensioni del potere aziendale**, configurando un modello di mascolinità professionale dominante e totalizzante.

La **Generazione X** rappresenta una fase di **assestamento conservativo**, con valori sostanzialmente allineati alla media che

suggeriscono una **normalizzazione del modello** senza ancora metterlo in discussione.

Gli appartenenti alla generazione dei **Millennials** introducono la prima frattura significativa, operando una **doppia trasformazione**: da un lato **riducono le aspettative sulla leadership tradizionale e sulla competitività maschile** dall'altro **iniziano a legittimarne competenze relazionali "femminili"** come i lavori di cura ed educazione e il supporto emotivo ai colleghi, configurando un modello di mascolinità ibrida che integra dimensioni prima precluse.

La **Generazione Z completa la trasformazione riducendo drasticamente le aspettative tradizionali sugli uomini nel lavoro**: rispetto alle generazioni precedenti vedono gli uomini come meno adatti alla negoziazione salariale (-8 punti: 58% vs 66%), ai ruoli di responsabilità (-7 punti: 65% vs 72%), alla rappresentanza aziendale (-7 punti: 63% vs 70%), alle competenze analitiche (-7 punti: 59% vs 66%), all'ambizione (-5 punti: 63% vs 68%), alla gestione team (-5 punti: 61% vs 66%) e alla competizione (-5 punti: 61% vs 66%).

L'unica eccezione è la gestione dei conflitti, dove superano la media (+5 punti: 66% vs 61%). Dall'analisi emerge come i giovani stiano ridefinendo completamente la mascolinità professionale: non più uomini che devono primeggiare in tutto ed essere sempre competitivi, ma professionisti che possono eccellere in ambiti specifici - come la mediazione - senza dover dimostrare di essere sempre i migliori. Si passa così dal mito dell'uomo-alpha che domina ogni situazione a un modello più realistico e sostenibile di professionalità maschile.

Immaginario femminile e maschile a confronto

Il confronto tra i due immaginari rivela che l'**apparente allineamento** su alcune dimensioni professionali **nasconde** in realtà **percezioni divergenti**, dove sono principalmente le **donne a trainare verso l'alto i valori del proprio immaginario**. Le uniche dimensioni dove si registra una relativa **convergenza** sono **competizione** (66% per entrambi), **ambizione** (69% donne vs 68% uomini), **gestione team** (69% vs 66%), anche se ciascun genere tende ad attribuirlo maggiormente a sé stesso).

Dinamiche generazionali molto diverse



IMMAGINARIO FEMMINILE

Transizione dalla sovra-performance femminile verso un modello di vita più sostenibile e bilanciato.

- **Boomers - Visione ambivalente**: riconoscimento della leadership femminile ma persistenza del ruolo tradizionale di cura familiare e domestica
- **Gen X - Enfasi sulle competenze relazionali**: valorizzazione delle soft skills come punto di forza distintivo nel mondo professionale
- **Millennials - Affermazione del mito della «superdonna»**: aspettativa di eccellere simultaneamente in carriera, famiglia e vita personale, eguagliando le performance maschili
- **Gen Z - Rifiuto consapevole del modello super-performativo**: ricerca di equilibrio e accettazione che non sia necessario primeggiare in ogni ambito



IMMAGINARIO MASCHILE

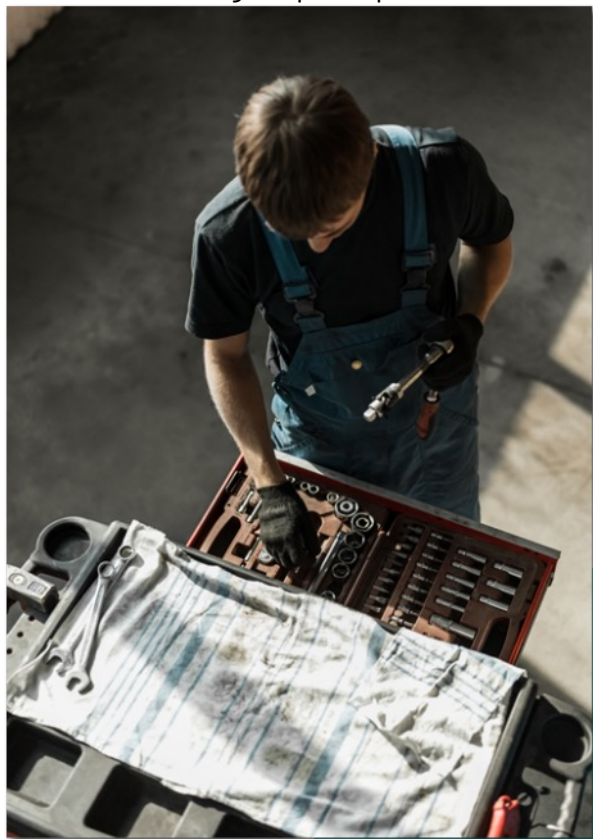
Evoluzione dal modello "uomo alpha" dominante verso una mascolinità più selettiva, autentica e realistica.

- **Boomers - Predominanza del modello uomo-leader**: figura dominante e autorevole in ambito professionale, familiare e sociale
- **Gen X - Perpetuazione del modello tradizionale**: sostanziale continuità con le aspettative della generazione precedente
- **Millennials - Integrazione delle competenze relazionali**: apertura verso l'intelligenza emotiva e le soft skills precedentemente considerate "femminili"
- **Gen Z - Decostruzione delle aspettative tradizionali**: libertà dall'obbligo di primeggiare e competere in ogni contesto

Più che convergenza, emergono tre **aree di persistente divisione stereotipata**: i **lavori di cura ed educazione** restano dominio femminile (+17 punti), insieme al **supporto emotivo** dei colleghi dove le donne sono considerate decisamente più adatte (64% vs 50%, +14 punti), mentre i **lavori che richiedono forza fisica** rimangono appannaggio maschile (+38 punti per gli uomini). Questi dati confermano una divisione che associa le **donne** alla **dimensione del "prendersi cura"** - sia fisica che emotiva - e gli **uomini** alla **forza e resistenza fisica**, rappresentando gli ultimi bastioni di una divisione professionale basata su presunte predisposizioni "natural" di genere.

Riconoscersi nel proprio immaginario

All'interno della sfera lavorativa emergono alcune **immagini classiche** come le aspettative legate allo svolgimento dei **lavori di cura**, legate principalmente



all'immaginario femminile sia secondo gli uomini che secondo le donne stesse. Interessante però sottolineare come tale aspettativa incontri una **volontà di presa di distanza** da parte del 30% delle donne e dal 33% degli uomini. Svolgere **lavori che richiedono forza fisica e resistenza**, per tutte e tutti aspettativa fortemente legata all'immaginario maschile incontra la volontà di distanza da parte del 42% delle donne ma anche del 32% degli uomini.

Uscendo dall'immaginario più classico, svolgere lavori che richiedono **competenze analitiche e strategiche** è già una predisposizione di cui va fiera il 53% delle donne (49% tra gli uomini) a cui si affianca un ulteriore 19% che vorrebbe sentirsi adatta a farla (22% tra gli uomini). È il restante 28% delle donne (29% tra gli uomini) a non desiderare di sviluppare questa caratteristica o vorrebbe prenderne le distanze.

Sapersi assumere un **ruolo di responsabilità** è anch'essa una caratteristica parimenti associata sia all'immaginario femminile che a quello maschile da entrambi i generi. Atteggiamento che incontra la sensazione di adeguatezza del 68% delle donne e del 65% degli uomini. Ragionamento analogo per la **capacità di gestione di un team** di lavoro in cui ci si riconosce con soddisfazione il 49% delle donne e il 44% degli uomini a cui si affianca rispettivamente il 26% di donne che vorrebbe sentirsi adatta a farlo ma al momento non lo è e il 20% degli uomini. La quota di chi non vuole assumere un ruolo di primo piano all'interno di un team è pari al 25% tra le donne e ben al 36% tra gli uomini.

Nel lavoro gli stereotipi resistono ma si assottigliano: i "mestieri di cura" restano associati al femminile e quelli di forza al maschile, ma cresce in entrambi i generi la voglia di prenderne le distanze. Fuori dai ruoli tradizionali, **competenze analitiche e**

strategiche sono ormai un terreno condiviso e desiderabile per tutti. Anche **l'assumersi responsabilità** è percepito come un **tratto comune**, più normalizzato che divisivo. Sulla gestione dei team, però, il quadro è più misto: molte donne mostrano aspirazione, molti uomini

preferiscono non esporsi in primo piano, segno che la leadership "di persone" è ancora in assestamento. In sintesi: alleanza solida su competenze e responsabilità, transizione sulla guida dei team, e indebolimento dei confini più rigidi tra "lavori da donne" e "lavori da uomini".

PUNTI CHIAVE

Stereotipi che resistono al cambiamento

- **Lavori di cura:** Dominio femminile (+17 punti)
- **Supporto emotivo:** Prerogativa femminile (+14 punti)
- **Lavori fisici:** Ambito maschile (+38 punti)

Questi rappresentano gli ultimi bastioni della divisione professionale tradizionale basata sul genere.

Le preferenze personali in evoluzione

- **Lavori di cura:** Il 30% delle donne e il 33% degli uomini **non vuole** svolgerli
- **Lavori fisici:** Il 42% delle donne e il 32% degli uomini preferisce **evitarli**
- **Competenze analitiche e strategiche:** Ora **ugualmente ambite** da entrambi i generi
- **Leadership di team:** Maggiore **interesse femminile** rispetto a quello maschile

Emerge una chiara volontà di superare i ruoli rigidi, condivisa trasversalmente tra uomini e donne.

Aree di vera convergenza generazionale

- **Competenze analitiche e strategiche:** Ugualmente valorizzate
- **Ambizione competitiva:** Scarso appeal per entrambi
- **Spirito di competizione:** Poco desiderato universalmente
- **Ruoli di responsabilità:** Limitato interesse generale

In queste aree non esistono più "ruoli di genere": sono competenze e attitudini trasversali che definiscono una nuova cultura professionale condivisa.

Vita sociale

Nella vita sociale i confini tradizionali si indeboliscono, ma la pressione sociale resta più intensa sul femminile.



Vita sociale

L'immaginario sociale di genere assegna alle donne un ruolo molto più carico e multidimensionale: cura di sé, benessere mentale, formazione, relazioni profonde, partecipazione sociale e autonomia nei movimenti. Gli uomini hanno aspettative più leggere ma comunque articolate, spesso inferiori a quelle che le donne immaginano per loro. Le generazioni più giovani spingono verso maggiore libertà individuale per entrambi i generi, con Gen Z che enfatizza autonomia e socialità fluida. Persistono differenze: la cura dell'aspetto pesa ancora sulle donne, il benessere mentale è centrale per tutti, e l'autonomia sociale è più rivendicata dalle donne che dagli uomini.

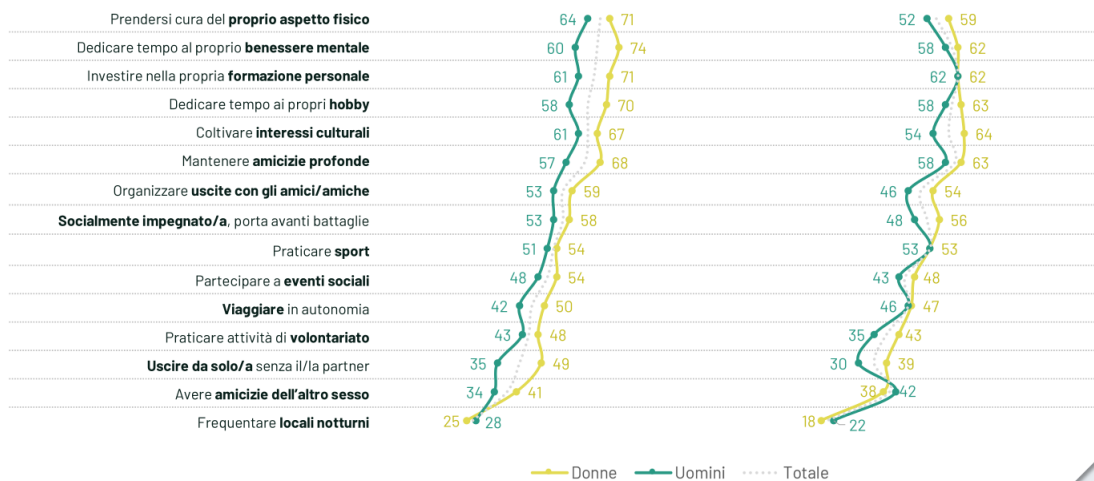
Vita sociale



(% Molto + Moltissimo)

Immaginario FEMMINILE

Immaginario MASCHILE



In AMBITO SOCIALE E DELLE AMICIZIE un/una UOMO/DONNA al giorno d'oggi quanto deve possedere ciascuna delle seguenti caratteristiche o svolgere le seguenti attività? - Valori % - Base: Totale campione

Nella vita sociale, l'immaginario di genere delinea aspettative differenziate che riflettono una pressione maggiore sulle donne verso la cura di sé e la partecipazione sociale attiva, mentre per gli uomini emergono aspettative più contenute ma comunque articolate.

L'immaginario femminile

Per le donne, l'immaginario configura un profilo di **impegno multidimensionale** nella sfera sociale. Ci si aspetta che investano contemporaneamente nella **cura di sé** - sia nell'aspetto fisico che nel benessere mentale - nella **formazione personale**, nelle **attività culturali e ricreative**, mantenendo al contempo **relazioni sociali profonde e**

partecipando attivamente alla **vita comunitaria**. Le donne dovrebbero bilanciare tempo per hobby personali, uscite con amici, eventi sociali e impegno civico, configurando un **ideale di donna socialmente attiva su molteplici fronti**.

Le donne si attribuiscono maggiore necessità di prendersi cura di sé rispetto a quanto riconosciuto dagli uomini in diversi ambiti: dedicare tempo al benessere mentale (74% donne vs 60% uomini, +14 punti), investire nella formazione personale (71% vs 61%, +10 punti), dedicare tempo ai propri hobby (70% vs 58%, +12 punti).

Un elemento significativo è che **le donne si attribuiscono maggiore autonomia sociale**

rispetto a quanto gli uomini riconoscano loro: rivendicano libertà di viaggiare sole (50% donne vs 42% uomini, +8 punti), uscire senza il partner (49% vs 35%, +14 punti), coltivare amicizie maschili (41% vs 34%, +7 punti), organizzare uscite con amici (59% vs 53%, +6 punti) e praticare attività di volontariato (48% vs 43%, +5 punti). Questa auto-attribuzione di indipendenza suggerisce una tensione tra come le donne vogliono essere - autonome e libere nei movimenti sociali - e come vengono ancora percepite nell'immaginario maschile.

[L'evoluzione dell'immaginario femminile nella vita sociale: dall'isolamento tradizionale all'autonomia relazionale](#)

L'analisi generazionale dell'immaginario femminile nella vita sociale rivela un percorso di **progressiva liberazione e ridefinizione degli spazi di socialità** consentiti alle donne.

Le persone appartenenti alla **generazione dei Boomers** immaginano donne con **limitata autonomia sociale:** meno propense a organizzare uscite con amici (47% vs 66% della Gen Z), quasi escluse dalla vita notturna (14% vs 40% della Gen Z), con ridotta libertà di uscire da sole senza il partner (35% vs 46% della Gen Z) e minori amicizie maschili (29% vs 44% della Gen Z). Tuttavia, questa generazione attribuisce grande valore alle amicizie profonde (67%), suggerendo che nell'immaginario dei più anziani la **socialità femminile** debba essere **intensa ma ristretta, concentrata su pochi legami significativi** piuttosto che su una rete sociale ampia e diversificata.

La **Generazione X** configura un modello di **equilibrio tra socialità e realizzazione personale:** le donne dovrebbero dedicarsi ai propri hobby (71%, il valore più alto), partecipare a eventi sociali e fare attività sportiva (57%), impegnarsi nel volontariato (49%) e mantenere amicizie profonde (64%). Questa generazione immagina una **donna socialmente attiva ma orientata**

all'autorealizzazione attraverso attività strutturate e significative.

La generazione dei **Millennials** pone l'accento sulla **dimensione etica e psicologica della socialità:** immagina donne fortemente impegnate nell'attivismo sociale (61%, il picco generazionale) e attente al proprio benessere mentale (71%, il valore più alto tra tutte le generazioni). Per questa generazione, la vita sociale femminile deve coniugare cura di sé e responsabilità verso la collettività, configurando un modello di **socialità "consapevole" e orientata al cambiamento sociale.**

La **Generazione Z** rappresenta la **svolta verso la piena autonomia relazionale:** le giovani donne dovrebbero organizzare liberamente uscite con amici (66%), frequentare locali notturni (40%), uscire senza il/la partner quando vogliono (46%) e coltivare amicizie maschili senza restrizioni (44%). Paradossalmente, però, questa



questa generazione mostra meno interesse per l'attivismo (48%, -13 punti rispetto ai Millennials) e attribuisce minore importanza alle amicizie profonde (60% vs 67% dei Boomers). La Gen Z immagina così donne socialmente libere e autonome, che privilegiano la varietà e la spontaneità delle

relazioni rispetto all'intensità o all'impegno sociale strutturato, configurando una **socialità più fluida e meno vincolata sia dalle convenzioni tradizionali che dagli imperativi etici delle generazioni precedenti.**

IMMAGINARIO FEMMINILE: COSA DICONO I DATI

Pressione più alta sulle donne: devono "fare tutto" nella vita sociale

L'immaginario femminile richiede alle donne un impegno multidimensionale: cura di sé, formazione, hobby, vita culturale, reti sociali, partecipazione civica. Un modello molto più **carico e complesso** rispetto a quello maschile.

Dati chiave:

- **Benessere mentale:** 74% donne vs 60% uomini
- **Formazione personale:** 71% vs 61%
- **Hobby:** 70% vs 58%

Autonomia sociale femminile molto più alta di quanto gli uomini riconoscano

Le donne **rivendicano libertà sociale** che gli uomini non vedono allo stesso modo, esiste un gap di percezione significativo.

Dati chiave:

- **Viaggiare sole:** 50% donne vs 42% uomini
- **Uscire senza partner:** 49% vs 35%
- **Amicizie maschili:** 41% vs 34%
- **Organizzare uscite:** 59% vs 53%

Questo mostra una tensione tra **autonomia desiderata e autonomia riconosciuta.**

Evoluzione generazionale femminile: dalla socialità ristretta alla piena autonomia

- **Boomers - Autonomia fortemente limitata:** Solo il 14% partecipa alla vita notturna, riflettendo restrizioni sociali e culturali sulla libertà di movimento femminile
- **Gen X - Ricerca di equilibrio personale:** Bilanciamento tra coltivazione di hobby individuali e costruzione di relazioni interpersonali profonde e durature
- **Millennials - Impegno consapevole e benessere:** Priorità al benessere mentale e forte orientamento all'attivismo sociale (61%), con approccio strutturato alla crescita personale
- **Gen Z - Massima espressione di libertà sociale:** Record di partecipazione a uscite con amici (66%) e frequentazione di locali (40%), ma con tendenza a relazioni meno profonde e più fluide. La Gen Z rompe le regole: vuole **varietà, autonomia, spontaneità**, non militanza.

L'immaginario maschile

Per gli uomini, l'immaginario sociale presenta **aspettative più contenute ma comunque diversificate**. Dovrebbero investire nella **formazione personale**, mantenere **amicizie profonde**, prendersi **cura di sé** (con enfasi sul benessere mentale più che sull'aspetto fisico), coltivare **interessi culturali**, praticare **sport** e partecipare alla **vita sociale**. L'impegno civico e il volontariato sono attesi ma in misura minore rispetto alle donne. Gli uomini **si attribuiscono maggiore necessità** rispetto a quanto riconosciuto dalle donne solo in due ambiti: avere **amicizie femminili** (42% uomini vs 38% donne, +4 punti) e frequentare **locali notturni** (22% vs 18%, +4 punti).

L'IMMAGINARIO MASCHILE È MENO PRESSANTE, MA STA CAMBIANDO MOLTO

Gli uomini "dovrebbero":

- formarsi
- avere amicizie profonde
- curare il proprio benessere
- coltivare hobby
- partecipare alla vita sociale

Le donne attribuiscono agli uomini **più aspettative di quante gli uomini si attribuiscono da soli**:

- Cura dell'aspetto fisico: 59% viste dalle donne vs 52% autoattribuito
- Impegno culturale: 64% vs 54%
- Vita sociale attiva: 54% vs 46%
- Volontariato: 43% vs 35%

Le donne immaginano uomini **più presenti, più curati, più socialmente attivi**.

È interessante notare come le **donne** abbiano **aspettative più elevate verso gli uomini** rispetto a quanto loro stessi si riconoscano: le donne immaginano uomini più impegnati culturalmente (64% vs 54%, +10 punti), più attenti all'aspetto fisico (59% vs 52%, +7 punti), più socialmente attivi (54% vs 46% per le uscite con gli amici/amiche), che partecipino maggiormente a eventi sociali (48% vs 43%, +5 punti), che escano più spesso da soli senza la partner (39% vs 30%, +9 punti), che siano più socialmente impegnati (56% vs 48%, +8 punti) anche tramite l'impegno nel volontariato (43% vs 35%).

[L'evoluzione dell'immaginario maschile nella vita sociale: dalla socialità ristretta all'autonomia espressiva](#)

L'analisi generazionale dell'immaginario maschile nella vita sociale traccia un percorso di **progressiva liberazione dai vincoli tradizionali verso modelli di socialità più aperti e diversificati**.

Le persone appartenenti alla generazione dei **Boomers** immaginano uomini con una **socialità contenuta e tradizionale**: poco propensi a organizzare uscite con amici, quasi assenti dalla vita notturna (8% vs 39% della Gen Z), con scarsa autonomia nel poter uscire da soli senza la partner (23% vs 44% della Gen Z, una differenza di 21 punti). Questa generazione configura un **modello maschile socialmente ritirato**, dove l'uomo maturo dovrebbe limitare le proprie attività sociali dinamiche, riflettendo probabilmente i vincoli che loro stessi hanno vissuto o interiorizzato.

La **Generazione X** delinea il **profilo maschile più ricco e poliedrico**: gli uomini dovrebbero dedicare tempo ai propri hobby (66% vs 60% della media), coltivare interessi culturali (64% vs 59%), curare l'aspetto fisico (63% vs 55%), organizzare uscite sociali (56% vs 50%) ed essere socialmente impegnati (55% vs 52%). Questa generazione immagina uomini che

integrano armonicamente cura di sé, vita sociale attiva e responsabilità civica, configurando un **modello di mascolinità completa e bilanciata che supera sia l'isolamento tradizionale che l'eccesso giovanile**.

I **Millennials** pongono al centro il **benessere psicologico maschile** (65% vs 60% della media), avvicinando l'immaginario maschile a quello femminile. Immaginato uomini liberi di uscire da soli (42% vs 35%) e frequentare locali notturni (24% vs 20%), ma mostrano resistenze sulle amicizie femminili (35% vs 40% della media). Questa ambivalenza rivela come la generazione dei Millennials cerchi di **ridefinire la mascolinità integrando la cura emotiva e l'autonomia sociale**, ma mantenga **ancora barriere nelle relazioni cross-gender**, evidenziando una transizione incompleta verso modelli relazionali più fluidi.

La **Generazione Z** rappresenta **la rottura più radicale con i modelli tradizionali**: gli uomini dovrebbero investire nella

formazione (67% vs 62%), organizzare liberamente uscite con amici (59%, +9 punti sulla media), frequentare locali notturni (39%, quasi doppio rispetto al 20% medio), uscire da soli quando vogliono (44% vs 35%) e soprattutto coltivare amicizie femminili senza restrizioni (46%, il valore più alto). I giovani immaginano così **una mascolinità socialmente dinamica e relazionalmente aperta**, che supera le segregazioni di genere e i vincoli sulla vita notturna e l'autonomia personale. Questo modello configura **uomini liberi di esprimere una socialità piena e diversificata**, non più costretti nei ruoli ristretti della mascolinità tradizionale né vincolati dalla presenza o approvazione della partner.

Immaginario femminile e maschile a confronto

Il confronto tra i due immaginari rivela uno **sbilanciamento verso l'immaginario femminile**. Le **differenze più marcate**

EVOLUZIONE GENERAZIONALE MASCHILE: I GIOVANI ABBANDONANO I MODELLI RESTRITTIVI

Le generazioni più giovani immaginano uomini socialmente liberi, fluidi, aperti, lontani dai modelli tradizionali.

- **Boomers - Socialità estremamente ridotta:** Solo l'8% partecipa alla vita notturna e appena il 23% esprime autonomia nelle scelte sociali, riflettendo il modello del "capofamiglia" concentrato sul lavoro
- **Gen X - Arricchimento del modello sociale:** Forte partecipazione culturale (64%) e sviluppo di hobby personali (66%), segnando l'inizio di una vita sociale maschile più articolata
- **Millennials - Priorità al benessere psicologico:** Il 65% pone il benessere mentale al centro, superando lo stigma maschile sulla salute emotiva e psicologica
- **Gen Z - Rivoluzione totale dei paradigmi:** Massima espressione di libertà sociale con numeri senza precedenti:
 - Frequentazione locali: 39% (il doppio della media maschile)
 - Uscite in autonomia: 44% valorizza l'indipendenza sociale
 - Amicizie femminili: 46% coltiva relazioni cross-gender naturalmente
 - Socialità amicale: 59% prioritizza le uscite con il gruppo dei pari

riguardano la cura dell'aspetto fisico (+13 punti), il benessere mentale (+7 punti), la partecipazione a eventi sociali (+6 punti) e l'organizzazione di uscite (+6 punti).

Dall'altro lato, anche nell'autonomia sociale dalle donne ci si aspetta maggiore indipendenza - uscire senza partner (+7 punti), frequentare locali notturni (+7 punti).

Riconoscersi con l'immaginario

Come già sottolineato, il **prendersi cura del proprio aspetto fisico** è una aspettativa che pesa maggiormente sull'immaginario femminile sia tra le donne (71%) che tra gli uomini (64%). Le donne che già rispondono con soddisfazione a questo comportamento rappresentano una quota pari al 61% a cui si affianca un 24% che ancora non lo fa ma avrebbe piacere a farlo. È il 15% delle donne a non voler rispondere affatto a questa richiesta non scritta. Guardando agli uomini è 1 su 2 (54%) a sentirsi serenamente in linea con questa aspettativa e anche tra di loro, sempre 1 su 4 (24%), dichiara che vorrebbe poterlo fare.

A questi si contrappone un 22% che al contrario non ha voglia di rispondere a questo requisito.

Dedicare tempo al proprio benessere mentale è un requisito molto importante che occupa i primi posti della classifica sia quando si parla di immaginario maschile che femminile, ancor più in questo secondo caso. Il 59% delle donne già si riconosce in questo atteggiamento e un ulteriore 26% vorrebbe poterlo fare, rimane un 15% che non esprime interesse e attenzione per questo aspetto della vita quotidiana. Tra gli uomini è il 60% ad autoattribuirsi per comportamento a cui si aggiunge un 24% che auspica di farlo, rimane il 16% degli uomini, quota pari a quella delle donne, che non è intenzionato a prestare attenzione al proprio benessere mentale.

Uscire da soli/e senza partner è un requisito che le donne rivendicano in modo più netto riferendosi al loro immaginario e il 60% di loro dichiara di farla già oggi con soddisfazione, tra gli uomini questa quota



scende al 47%. Poco più di 1 donna su 10 (12%) vorrebbe poterlo fare (tra gli uomini questa quota sale al 17%) e il 28%, poco più di 1 donna su 4, non esprime interesse per questo comportamento. Questa quota sale ben al 36% tra gli uomini.

Nella vita sociale tornano alcuni tratti ormai condivisi e altri ancora in rinegoziazione. La cura dell'aspetto fisico resta più attesa dalle donne, ma è praticata e desiderata anche dagli uomini: segno di una norma che si sta allargando, con minore stigma maschile e qualche quota di resistenza in entrambi i generi. Dedicare tempo al

benessere mentale occupa i primi posti per tutti: è un valore ormai trasversale, molto praticato e ancora desiderato, pur con una minoranza che continua a non considerarlo prioritario. L'autonomia di uscire da soli/e senza partner è rivendicata e praticata più nettamente dalle donne, mentre tra gli uomini resta più discontinua: c'è chi la vorrebbe e chi, in misura maggiore, non la cerca. Più che un obiettivo comune, appare un tema di libertà personale e di fiducia nella coppia, su cui la convergenza dipende da aspettative condivise più che da una spinta a farne "di più"

Emotività

L'emotività è l'area con le differenze di genere più forti: le donne godono di ampia libertà espressiva, soprattutto nella vulnerabilità, mentre gli uomini restano confinati in un repertorio molto più ristretto, centrato su entusiasmo e rabbia.



Emotività

L'emotività è l'area con le differenze di genere più forti: le donne godono di ampia libertà espressiva, soprattutto nella vulnerabilità, mentre gli uomini restano confinati in un repertorio molto più ristretto, centrato su entusiasmo e rabbia. Le generazioni mostrano un'evoluzione opposta: per le donne cresce la legittimità di esprimere tutto lo spettro emotivo, per gli uomini si passa lentamente dalla stoicità a una vulnerabilità ancora incerta e selettiva. Persistono tabù – soprattutto il pianto maschile – che limitano l'espressività degli uomini più di quella delle donne. In sintesi, l'immaginario emotivo resta fortemente asimmetrico: alle donne è concessa complessità emotiva, agli uomini solo frammenti.

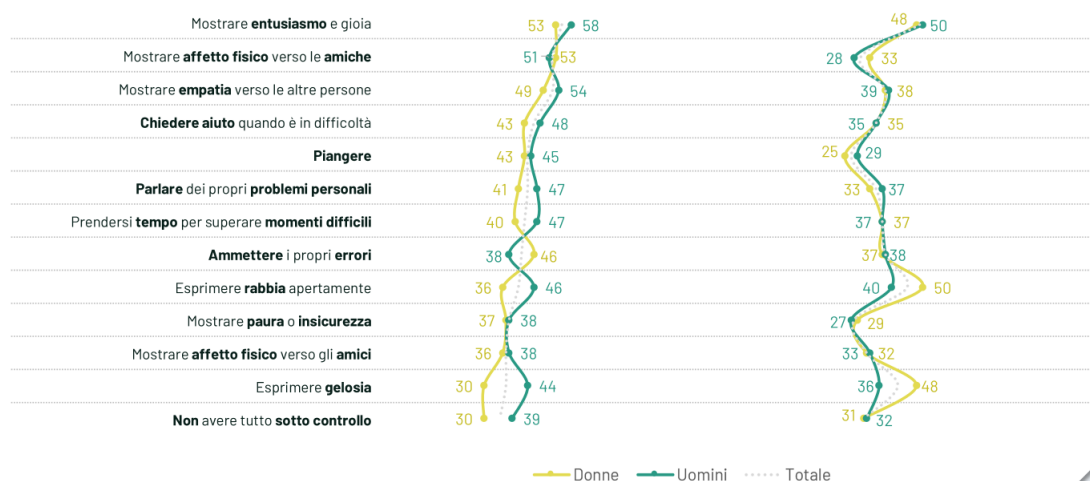
Emotività



(% Molto + Moltissimo)

Immaginario FEMMINILE

Immaginario MASCHILE



Dal PUNTO DI VISTA EMOTIVO un/una UOMO/DONNA al giorno d'oggi quanto è libero/a di... - Valori % - Base: Totale campione

Nell'emotività, l'immaginario di genere presenta le differenziazioni più nette tra tutte le sfere analizzate, delineando territori emotivi distinti e largamente asimmetrici che configurano diverse libertà espressive per uomini e donne.

L'immaginario femminile

Per le donne, l'immaginario emotivo riconosce un **ampio spettro di espressione legittima**. Sono considerate libere di mostrare gioia ed entusiasmo, esprimere empatia, manifestare affetto fisico verso le amiche, piangere, chiedere aiuto quando in difficoltà e parlare dei propri problemi personali. Le donne si percepiscono particolarmente libere di ammettere i

propri errori, mentre **gli uomini le vedono ancora più libere di quanto loro stesse si percepiscano** nell'esprimere **rabbia**, **gelosia**, nel **non dover avere tutto sotto controllo** e nel **prendersi tempo** per elaborare le difficoltà.

Questa divergenza percettiva suggerisce che **le donne si auto-limitano in alcune espressioni emotive** (rabbia, gelosia) che l'immaginario maschile invece concederebbe loro.

[L'evoluzione dell'immaginario femminile nell'espressione emotiva: dalla repressione alla libertà di essere vulnerabili](#)

L'analisi generazionale dell'espressione emotiva femminile rivela una **profonda**

Significativamente, la Gen Z mostra anche la maggiore apertura all'affettività cross-gender (45% per l'affetto verso amici maschi), segnando il punto più alto di questa evoluzione generazionale, anche se permangono barriere rispetto all'affetto verso le amiche (61%).

La traiettoria generazionale mostra così il **passaggio da un modello di femminilità emotivamente controllata e repressa a uno di piena legittimazione dell'autenticità emotiva**, dove la vulnerabilità diventa risorsa e non più stigma.

L'immaginario maschile

Per gli uomini, l'immaginario emotivo risulta più **ristretto e ambivalente**. Sono considerati liberi principalmente di esprimere entusiasmo e gioia da un lato, rabbia dall'altro - una **polarizzazione tra emozioni positive "accettabili" ed emozioni aggressive "permesse"**. Moderata libertà viene riconosciuta per esprimere gelosia, mostrare empatia, ammettere errori e prendersi tempo per superare difficoltà, ma con percentuali sensibilmente inferiori rispetto alle donne.

Le donne percepiscono gli uomini come più liberi nell'esprimere rabbia e gelosia di quanto loro stessi si riconoscano (rabbia 50% donne vs 40% uomini; gelosia 48% vs 36%), suggerendo che le donne attribuiscono agli uomini maggiore legittimità nelle emozioni "dure" di quanto gli uomini stessi percepiscano o desiderino.

[L'evoluzione dell'immaginario maschile nell'espressione emotiva: dalla stoicità obbligatoria alla vulnerabilità conflittuale](#)

L'analisi generazionale dell'espressione emotiva maschile rivela una traiettoria evolutiva frammentata e non lineare, molto più conflittuale rispetto a quella femminile.

La generazione dei **Boomers** cristallizza il modello della **mascolinità stoica nella sua forma più rigida**: immaginano uomini con minimi spazi di espressione emotiva - solo

il 19% ritiene che possano piangere (vs 27% della media), il 23% che possano mostrare paura o insicurezza (-5 punti sulla media), il 25% che possano non avere tutto sotto controllo (-6 punti), il 29% che possano parlare dei propri problemi (-6 punti) e il 30% che possano chiedere aiuto (-5 punti). L'affetto fisico verso amici maschi è accettabile solo per il 27% (vs 41% della Gen Z). Questa generazione percepisce una **società che impone agli uomini un controllo emotivo quasi totale**, dove la vulnerabilità maschile resta un tabù assoluto.

La **Generazione X** introduce i **primi spiragli di apertura emotiva**: percepisce maggiore libertà maschile nel mostrare paura o insicurezza (35%, +7 punti sulla media), nell'esprimere gelosia (48%, +6 punti) ed empatia (44%, +6 punti), e soprattutto nel piangere (32%, +5 punti sulla media e il valore più alto tra tutte le generazioni). Questa generazione inizia a immaginare



uomini che possono occasionalmente mostrare fragilità, pur rimanendo nel quadro di una mascolinità sostanzialmente controllata.

Le persone appartenenti alla generazione dei **Millennials** configurano il **modello emotivamente più complesso e integrato**: percepiscono uomini più liberi di esprimere rabbia apertamente (49%, +4 punti sulla media), ma anche di ammettere i propri errori (41%, +3 punti), chiedere aiuto (38%, +3 punti) e soprattutto di non avere tutto sotto controllo (36%, +5 punti). Questa generazione immagina una **mascolinità che può integrare forza e vulnerabilità, controllo e imperfezione**, delineando un modello più sfumato che supera la dicotomia tradizionale tra stoicismo e debolezza.

La **Generazione Z** infine presenta il profilo più ambivalente e conflittuale, riflettendo le **tensioni contemporanee sulla ridefinizione della mascolinità**: da un lato percepisce la massima libertà nell'affettività fisica verso amici maschi (41%, +9 punti sulla media) e nel parlare dei propri problemi (42%, +7 punti), sdoganando forme di intimità maschile storicamente tabù. Dall'altro, paradossalmente, vede gli uomini meno liberi di esprimere rabbia (36%, -9 punti

sulla media), rovesciando uno stereotipo cardine della mascolinità tradizionale. I giovani immaginano così **uomini che possono essere teneri con gli amici ma non aggressivi, vulnerabili ma non arrabbiati, in una riconfigurazione che appare ancora in cerca di equilibrio.**

Un dato trasversale significativo è la **persistenza del tabù del pianto maschile**: con una media del 27% (vs 44% femminile), anche le generazioni più giovani mostrano aperture limitate (31% Gen Z), evidenziando come questa espressione emotiva resti la più problematica per la mascolinità, resistente anche ai cambiamenti generazionali.

La **traiettorie** complessiva mostra così non tanto un progresso lineare quanto una **rinegoziazione conflittuale della mascolinità emotiva**, dove ogni generazione seleziona quali emozioni legittimare e quali mantenere precluse, senza mai raggiungere la piena libertà espressiva immaginata per le donne.

Immaginario femminile e maschile a confronto

Il confronto tra i due immaginari rivela l'area di maggiore disparità di genere. **Le donne godono di libertà espressiva decisamente**



L'EMOTIVITÀ È LA SFERA CON LE DIFFERENZE DI GENERE PIÙ FORTI

È il dominio dove l'immaginario di genere rimane più polarizzato:

- Le **donne** hanno un'ampia libertà espressiva in quasi tutto lo spettro emotivo.
- Gli **uomini** sono ancora confinati a poche emozioni "accettabili": gioia, entusiasmo e soprattutto rabbia.

È la sfera con la maggiore asimmetria in assoluto.

Le donne hanno molte più libertà espressive degli uomini

Le donne sono percepite come **più libere** di esprimere:

- Pianto (+17 punti rispetto agli uomini)
- Affetto fisico tra amiche (+22)
- Empatia (+14)
- Chiedere aiuto (+11)
- Parlare dei problemi (+9)
- Mostrare paura/insicurezza (+10)

Il repertorio emotivo femminile è **ampio e legittimato**.

Gli uomini restano incasellati nelle emozioni "dure"

L'immaginario maschile è **stretto e penalizzante**. Gli uomini sono percepiti (soprattutto dalle donne) come più liberi di esprimere:

- **Rabbia** (+4 punti)
- **Gelosia** (+5 punti)

Restano le uniche **emozioni "autorizzate"**, confermando lo stereotipo della mascolinità aggressiva e controllata.

Fortissima differenza generazionale nelle donne

La traiettoria è lineare e molto chiara:

- **Boomers**: fortissime restrizioni emotive; vulnerabilità quasi proibita.
- **Gen X**: paradossalmente ancora più trattenute su molti aspetti.
- **Millennials**: primo grande sblocco, la vulnerabilità è vista come forza.
- **Gen Z**: massima libertà su tutto lo spettro emotivo (inclusa la rabbia). La Gen Z rompe il tabù: **le donne possono essere gioiose, fragili, empatiche, arrabbiate**.

Evoluzione maschile più lenta, conflittuale e discontinua

- **Boomers**: massimo stoicismo; quasi nessuna emozione concessa (pianto al 19%).
- **Gen X**: primi spiragli (paura, gelosia, empatia).
- **Millennials**: modello integrato, la vulnerabilità combinata con forza.
- **Gen Z**: dualità forte, c'è più libertà nell'affetto maschile (41%) ma **meno libera espressione della rabbia** (36%).

I giovani accettano la tenerezza maschile, ma mettono in discussione la rabbia.

Il pianto maschile rimane il tabù più resistente, anche nelle nuove generazioni (31%).

superiore in quasi tutte le dimensioni emotive: affetto fisico verso amiche (+22 punti), pianto (+17 punti), richiesta di aiuto (+11 punti), condivisione di problemi (+9 punti), espressione di empatia (+14 punti), manifestazione di paura o insicurezza (+10 punti). Gli **uomini** risultano **più "liberi" solo nell'esprimere rabbia** (+4 punti) e **gelosia** (+5 punti), confermando una divisione che incasella gli uomini nelle emozioni "aggressive" e le donne in quelle "relazionali".

Il quadro complessivo dell'emotività presenta quindi una sensibile **discrepanza di genere che limita potenzialmente entrambi i sessi**, ma con **conseguenze particolarmente penalizzanti per gli uomini**. Mentre alle donne è concessa l'espressione di vulnerabilità, connessione e cura - pur con l'aspettativa di controllo su rabbia e aggressività - agli uomini resta preclusa gran parte del repertorio emotivo umano, confinandoli in una ristretta gamma che oscilla tra l'entusiasmo controllato e la rabbia.

IL DIVARIO PIÙ GRANDE È NELLA VULNERABILITÀ MASCHILE

La vulnerabilità maschile (piangere, chiedere aiuto, parlare dei problemi) resta:

- poco concessa,
- poco praticata,
- molto desiderata (gli uomini vorrebbero poterlo fare più delle donne).

Gli uomini vivono una **frustrazione emotiva strutturale**.

Ma c'è un piccolo terreno comune...

Uomini e donne condividono libertà relativamente riconosciute in:

- entusiasmo
- empatia
- ammissione degli errori
- prendersi tempo nei momenti difficili

Sono le emozioni più **"sicure"** e **socialmente neutre**, è uno dei pochi territori emotivi non polarizzati.

Riconoscersi nell'immaginario

Le libertà emotive di cui godono maggiormente sia uomini che donne toccano tre ambiti fondamentali: la **possibilità di mostrare entusiasmo e gioia**, quella di mostrare **empatia** verso le altre persone e quella di poter **ammettere i propri errori**. È il 71% delle donne a sentirsi libera di mostrare entusiasmo ed empatizzare con le altre persone e il 63% di ammettere i propri errori in totale libertà. In ciascuno dei tre ambiti è circa 1 donna su 10 a desiderare di poterlo fare e in media 1 su 5 vorrebbe evitare di metterli in pratica esaltando la volontà di una maggior riservatezza rispetto all'espressione delle proprie emozioni. Tra gli uomini le quote di chi è libero di mettere in atto questi

comportamenti scendono leggermente, rispettivamente 58% entusiasmo, 61% empatia e 56% ammissione dei propri errori. Per contro, le quote di chi invece vorrebbe poterlo fare senza percezione di costrizione sono maggiori rispetto a quelle registrate tra le donne: 13% degli uomini vorrebbe poter mostrare entusiasmo e gioia con maggior libertà, il 15% empatia per le altre persone e 14% vorrebbe poter godere della libertà di ammettere serenamente i propri errori. Più alte anche le quote di coloro che invece vorrebbe prendere le distanze da queste manifestazioni di emotività, rispettivamente 29% (entusiasmo), 24% (empatia) e 30% (ammissione dei propri errori).

Prendersi il tempo che serve per superare momenti difficili è una possibilità di cui sentono di poter disporre senza problemi il 59% delle donne e il 56% degli uomini. 1 donna su 5 (19%) e 1 uomo su 5 (20%) attualmente non si sente libera/o di farlo ma lo vorrebbe. Quote analoghe (22% tra le donne e 24% tra gli uomini) non è interessato a poter beneficiare di questa libertà.

Piangere è una libertà che emerge come più concessa al genere femminile: il 53% delle donne dichiara di poterlo fare senza vincoli a fronte del 37% degli uomini. Il 27% delle donne gode di questa libertà ma preferisce non farlo, quota che sale al 35% tra gli uomini. Chi vorrebbe ma non può è una quota simile tra i due generi, 15% tra le donne e 16% tra gli uomini.

Non avere tutto sotto controllo è una libertà di cui dispone il 69% delle donne (44% felice di poterlo fare e 25% no) e il 72% degli uomini (42% felice e 30% no).

L'emozione che sia uomini che donne, anche se liberi/e di farlo, vorrebbero essere in grado di gestire maggiormente e tenere sotto controllo è l'**esprimere gelosia**, 51% di uomini e di donne vuole starne a distanza.

Sul piano emotivo c'è un **terreno comune** già abitato: **entusiasmo, empatia e ammettere gli errori** sono libertà praticate e valorizzate, più agevoli per le donne, mentre gli uomini mostrano una crescente voglia di muoversi in questo registro. Resta però una minoranza di entrambi i generi che preferisce maggiore riservatezza. **Prendersi tempo nei momenti difficili** è abbastanza **diffuso** ma **divisivo**, e il **pianto**

resta più legittimo per le donne che per gli uomini, nonostante il desiderio di ridurre lo stigma sia simile. Quanto al **"non avere tutto sotto controllo"**, per molti è una libertà più tollerata che davvero interiorizzata: si afferma di poterselo concedere, ma spesso lo si vive con fatica, tra ansia e senso di colpa. Su un punto c'è **piena convergenza**: la **gelosia** è l'emozione che **tutti vorrebbero tenere a bada**.

PUNTI CHIAVE

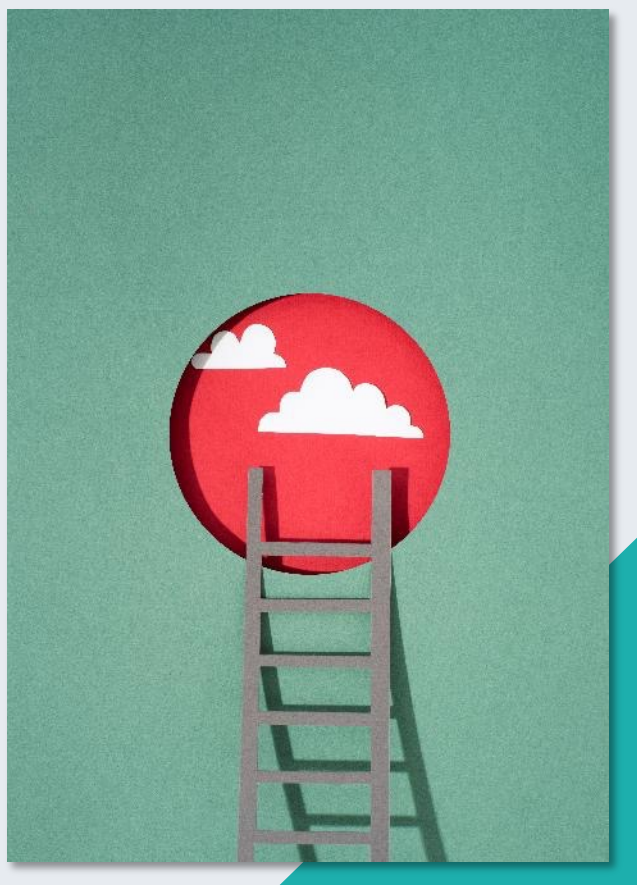
- **Nell'emotività si registra la più grande disparità di genere**: le donne sono molto più libere degli uomini.
- **La vulnerabilità femminile si è liberata generazionalmente**, mentre quella maschile resta limitata e piena di tabù (soprattutto il pianto).
- **La Gen Z rompe molti schemi emotivi**, soprattutto per le donne, mentre per gli uomini introduce nuovi dilemmi tra sensibilità e controllo.

Conclusioni

La ricerca *Costruzione di alleanze: verso il superamento degli stereotipi di genere* ha il merito di rendere visibile ciò che spesso rimane sullo sfondo della quotidianità: **il sistema di aspettative che orienta, in modo silenzioso ma persistente, il modo in cui donne e uomini si percepiscono e vengono percepiti**. Non si tratta solo di comportamenti consapevoli, ma di immaginari sedimentati, di ruoli dati per scontati, di confini simbolici che continuano a influenzare scelte, relazioni e possibilità. Portare alla luce questi meccanismi – chiedendo alle persone non soltanto come rappresentano il femminile e il maschile, ma anche quanto si riconoscono in tali rappresentazioni – ha consentito di comporre un quadro ricco e sfaccettato, fatto non solo di differenze e resistenze, ma anche di sorprendenti prossimità.

Uno degli elementi più significativi che emerge dalla ricerca è l'esistenza di uno spazio concreto per il cambiamento. Accanto alla percezione, in parte diffusa, di un divario ancora presente tra uomini e donne, si rafforza infatti una convinzione altrettanto chiara: **l'alleanza è possibile ed è considerata necessaria. La collaborazione tra generi non viene letta come una concessione o come un gioco a somma zero, ma come una condizione capace di generare benefici condivisi. Migliorare la qualità delle relazioni, alleggerire i carichi individuali, ampliare le libertà di espressione e contribuire al benessere collettivo sono obiettivi riconosciuti come comuni. In questo senso, l'alleanza non è solo un ideale, ma una prospettiva desiderata.**

Allo stesso tempo, i dati mostrano con chiarezza quanto il peso delle aspettative sociali continui a incidere su tutti e tutte. Nelle diverse dimensioni esplorate – lavoro,



famiglia, relazioni, vita sociale ed emotiva – uomini e donne restano ancora confrontati con ruoli e attribuzioni differenti. Persistono stereotipi che assegnano alla dimensione femminile la cura e la gestione del quotidiano, mentre associano al maschile la forza, l'autorevolezza e la razionalità. Questo vale nel mondo del lavoro, dove convivono segnali di convergenza e resistenze profonde; nella vita familiare, dove la distribuzione dei compiti resta sbilanciata; e soprattutto nella sfera emotiva, che continua a rappresentare l'area di maggiore asimmetria. Eppure, proprio qui emerge un dato di apertura: gli uomini esprimono il desiderio di una maggiore libertà emotiva, segnale di un bisogno di cambiamento che attraversa entrambi i generi.

Nel loro insieme, questi risultati raccontano un immaginario di genere attraversato da

dinamiche di cambiamento e di continuità. Un immaginario non immobile, ma nemmeno completamente ridefinito. In questo scenario, le generazioni più giovani rappresentano un elemento di discontinuità particolarmente rilevante. **Donne e uomini più giovani sembrano muoversi verso modelli meno rigidi, rifiutando l'idea che ciascun genere debba "coprire tutto" o rispondere a un ideale onnipotente. La parità, in questa prospettiva, non passa più dal fare di più, ma dal fare diversamente: redistribuire responsabilità, negoziare i confini, ridefinire ciò che viene considerato normale e legittimo per ciascuno.**

È qui che la costruzione di alleanze assume un significato concreto e strategico. La ricerca mostra infatti che l'alleanza non può essere data per acquisita, ma va coltivata

nel tempo. Richiede continuità, legittimazione e contesti che la rendano praticabile. In questo processo, aziende, istituzioni e associazioni possono giocare un ruolo decisivo come attori sociali. Attraverso politiche, narrazioni e pratiche quotidiane, hanno la possibilità (e la responsabilità) di ampliare gli immaginari di femminilità e maschilità, rendendo visibili e legittimi modelli più inclusivi e realistici.

Il futuro dell'uguaglianza passa da qui: dalla capacità di costruire contesti in cui ogni persona possa esprimersi con maggiore libertà, compiere scelte autentiche e condividere responsabilità. Investire nell'alleanza tra generi non è solo una scelta etica, ma una leva concreta per migliorare la qualità della vita e rendere più sostenibili, resilienti e umani i modelli organizzativi e sociali del futuro.