



Benessere, italiani non inseguono più la performance, 85% decide seguendo l'umore del momento

Descrizione

(Adnkronos) ???

In collaborazione con Huawei

default watermark

Per anni il benessere è stato raccontato come una questione di controllo: calorie da tracciare, routine da ottimizzare, obiettivi da raggiungere. Oggi qualcosa è cambiato. Secondo la ricerca The Wellbeing Flow, realizzata da Ipsos Doxa in occasione del lancio della nuova HUAWEI WATCH FIT 5 Series, l'85% degli italiani prende decisioni legate al proprio benessere seguendo l'umore del momento. Un dato che fotografa una trasformazione molto più profonda del wellness trend: gli italiani non stanno più cercando la performance perfetta, ma un modo sostenibile per gestire la propria energia mentale.

Non a caso, il 61% dichiara di voler mantenere abitudini sane senza diventare ossessivo, mentre l'approccio ultra-performativo basato sul tracking estremo sopravvive ormai solo in una nicchia (7%). La wellness culture si sta allontanando dall'idea di ottimizzazione continua per avvicinarsi a un nuovo bisogno collettivo: il 28% si riconosce invece nella cosiddetta "soft life", un approccio che privilegia il sentirsi più leggeri, più presenti e meno sotto pressione.

La ricerca mostra come il linguaggio stesso del wellbeing sia cambiato. Oggi non si parla più solo di passi, calorie o allenamenti, ma di "social battery", "brain fog", "wellness snacking" e "bed rot". Segnali di una società che sta trasformando il benessere in una questione emotiva prima ancora che fisica. Gli italiani vogliono capire quando sono mentalmente scarichi, quando hanno bisogno di staccare, quando la mente è in overload e quando invece riescono finalmente a sentirsi lucidi e presenti. Tra gli indicatori che gli italiani desiderano monitorare di più riguardano la sfera mentale ed energetica: il 41% vorrebbe comprendere meglio la propria stabilità emotiva, il 39% monitorare la reale energia fisica e il 31% migliorare la qualità del recupero e del sonno.

In questo scenario emerge una distanza culturale molto netta tra Millennials e Gen Z. I Millennials sembrano vivere il wellbeing come una forma di equilibrio pragmatico: cercano pianificazione flessibile (58%), desiderano una tecnologia capace di guidarli senza essere invasiva (28%) e sono la generazione più attenta alla propria "social battery", cioè alla gestione dell'energia sociale e relazionale. Vogliono proteggere concentrazione, stabilità mentale ed equilibrio quotidiano.

La Gen Z, invece, vive il benessere come un pendolo emotivo. È la generazione che alterna estremi apparentemente opposti: da una parte il "bed rot", ovvero il rifugiarsi a letto senza fare nulla per recuperare energie (15%), dall'altra workout ad alta intensità (14%), utilizzati come valvola di sfogo mentale. Non è contraddizione: è un nuovo modo di regolare le proprie energie. Per la Gen Z il benessere non è più una routine stabile, ma una continua oscillazione tra spegnersi e riaccendersi e infatti il 37% si aspetta dalla tecnologia un approccio più empatico, capace di adattarsi a queste esigenze quotidiane anziché imporre schemi fissi.

Anche il modo di ricaricarsi racconta questa trasformazione. I Millennials cercano soprattutto natura (42%), pratiche di riequilibrio mentale come yoga, meditazione e respirazione profonda (20%) e rituali più strutturati. La Gen Z preferisce invece esperienze brevi, immediate e leggere: piccoli momenti di "wellness snacking" (34%), attività playful e ludiche capaci di offrire sollievo emotivo immediato (33%). Il benessere diventa qualcosa da consumare a piccole dosi durante la giornata, più vicino a una pausa mentale che a una disciplina rigida.

Questo cambiamento culturale sta ridefinendo anche il ruolo della tecnologia. Se i primi wearable servivano principalmente a misurare, oggi le persone (37%) chiedono dispositivi capaci di comprendere stress, recupero, energia e stati emotivi. Non basta più contare i passi: serve una tecnologia che sappia interpretare il modo in cui ci sentiamo.

È in questo contesto che Huawei propone un ecosistema ampio di dispositivi pensati per intercettare bisogni e stili di vita diversi e HUAWEI WATCH FIT 5 Series rappresenta il punto di incontro tra due mondi solo apparentemente distanti: quello dei Millennials, che cercano controllo flessibile e strumenti di supporto alla gestione della propria energia, e quello della Gen Z, che vive il benessere in modo più istintivo, emotivo e frammentato.

Con il concept di lancio "Spark Your Vibes", Huawei interpreta proprio questa nuova idea di wellbeing: non è più una performance continua da inseguire, ma la capacità di ascoltare i propri ritmi, comprendere la propria energia mentale e trovare un equilibrio più autentico e sostenibile nella quotidianità.

Il dispositivo si inserisce perfettamente in questa "danza tra regole e libertà", offrendo da un lato funzionalità avanzate di monitoraggio del benessere come il tracking del sonno, della frequenza cardiaca e dei livelli di stress, e dall'altro strumenti più intuitivi e immediati come i mini-workout guidati e il monitoraggio degli stati emotivi, pensati per accompagnare la quotidianità senza rigidità. Elemento chiave di questa nuova generazione di wearable è anche la batteria a lunga durata, progettata per sostenere ritmi di vita sempre più fluidi e imprevedibili, riducendo la necessità di ricariche frequenti e rendendo il dispositivo un compagno continuo, affidabile e sempre presente.

•In questo senso -si sottolinea in una nota- HUAWEI WATCH FIT 5 Series non è solo uno smartwatch, ma il punto di convergenza tra due approcci al benessere: quello più strutturato e quello più istintivo, trasformando la tecnologia in un alleato capace di adattarsi alle persone, e non il contrario. Perché oggi stare bene non significa essere impeccabili. Significa sentirsi abbastanza leggeri da avere di nuovo voglia di fare, creare, muoversi e respirare senza la sensazione di dover essere sempre performanti.

??

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Maggio 27, 2026

Autore

redazione

default watermark