



Manageritalia: i manager hanno imparato a “staccare”, l’estate 2026 premia l’Italia, la famiglia e la disconnessione

Descrizione

(Adnkronos) “

L’estate 2026 segna una svolta nel modo in cui i manager italiani vivono le vacanze. Dopo anni in cui ferie significavano anche telefonate, videocall e pianificazione del rientro, oggi emerge una nuova priorità: recuperare tempo per sé e per i propri affetti, limitando al minimo il lavoro. “ quanto emerge dalla nuova ricerca realizzata da AstraRicerche per Manageritalia, la Federazione nazionale dei dirigenti, quadri ed executive professional del commercio, trasporti, turismo, servizi e terziario avanzato, su un campione di oltre 1.000 manager italiani.

Il primo dato “ netto: quasi nove manager su dieci, l’86,8%, hanno già fatto o faranno una vacanza tra metà giugno e metà settembre. Ma “ soprattutto il modo in cui la vivranno a raccontare il cambiamento. L’Italia torna protagonista. Oltre otto manager su dieci, l’82,8%, scelgono di trascorrere le ferie nel nostro Paese, mentre arretrano quasi tutte le principali destinazioni internazionali, dall’Europa agli Stati Uniti e Africa. Una scelta che riflette il desiderio di contenere i costi senza rinunciare alla qualità della vacanza, ma anche una maggiore prudenza verso uno scenario internazionale segnato da tensioni geopolitiche e incertezze economiche.

Cambia anche il significato stesso della vacanza. Per quasi la totalità degli intervistati, il 97,8%, ferie significa soprattutto dedicare tempo al partner, alla famiglia e il 76,6% agli amici. Per l’88% rappresenta invece l’occasione per recuperare interessi e attività che durante l’anno lavorativo restano inevitabilmente in secondo piano. Sempre meno, quindi, la vacanza viene vissuta come momento di pianificazione professionale o di preparazione al rientro.

Anche sul fronte della connessione emerge una novità significativa: oltre la metà dei manager, il 53%, dichiara che durante le ferie sarà completamente disconnessa o reperibile soltanto per reali emergenze. Sorprende il dato generazionale: sono proprio i manager under 45 a risultare i meno reperibili 63%, mentre la fascia tra i 46 e i 50 anni “ quella che mantiene il livello di connessione più elevato (60%). Solo un manager su cinque continuerà invece a lavorare con una reperibilità simile a

quella ordinaria.

Per Marco Ballarín, Presidente di Manageritalia sottolinea che «I manager hanno compreso che il benessere non è in contrapposizione con i risultati, ma anzi ne è una condizione. Saper staccare, recuperare energie e dedicare tempo alle relazioni personali significa tornare al lavoro con maggiore lucidità, motivazione e capacità decisionale. L'equilibrio tra vita e lavoro è oggi una vera competenza manageriale necessaria a garantire anche a tutti i collaboratori una adeguata work life balance».

La disconnessione, tuttavia, non significa un completo abbandono degli strumenti digitali. Lo smartphone continua infatti ad accompagnare molti manager anche durante le ferie: due su cinque vi si dedicano ogni giorno tra i 30 minuti e un'ora per motivi di lavoro, mentre il 30,1% supera l'ora quotidiana e, tra questi, il 7,5% arriva a utilizzarlo per oltre due ore al giorno. Più contenuta la quota di chi riesce a limitarne davvero l'uso: il 29,7% si ferma sotto la mezz'ora al giorno e soltanto il 2% dichiara di non utilizzare affatto lo smartphone per ragioni professionali. Un segnale che racconta come il desiderio di staccare sia sempre più diffuso, ma che il legame con il lavoro, anche in vacanza, resti per molti difficile da interrompere completamente.

In fine se posti di fronte a un trade-off esplicito tra retribuzione e disconnessione totale, i manager italiani mostrano una disponibilità contenuta: solo il 20,8% (5,1% è certamente sì e 15,7% probabilmente sì) rinuncerebbe a una parte dello stipendio in cambio della garanzia di uno stacco completo durante le ferie, mentre quasi quattro su cinque (79,2%) non sarebbero disposti a farlo, con una componente di rifiuto netto (è certamente no) che da sola vale il 31,8%. Le donne si mostrano leggermente più disponibili al trade-off (22,8% contro 20,1% degli uomini); sul piano anagrafico spicca la fascia 51-55 anni, con il 25,4% di disponibilità, ben più della fascia 46-50 anni (16,0%).

Anche il rientro al lavoro racconta un equilibrio tra entusiasmo e fatica. La voglia di fare resta il sentimento prevalente e coinvolge il 44,7% dei manager, in crescita di 4,4 punti percentuali rispetto al 2025. Seguono la ricerca di nuove sfide (40,4%) e la curiosità verso la ripresa lavorativa (34,6%), entrambe però in calo rispetto allo scorso anno. Allo stesso tempo, emerge con maggiore forza la componente emotiva più critica del ritorno alla quotidianità: la tristezza per la fine delle vacanze sale dal 22,9% al 31,8%, registrando l'aumento più significativo dell'indagine, mentre crescono anche il disagio per le dinamiche aziendali (16,2%) e la percezione di fatica e stress (14,2%). Diminuisce invece l'ottimismo puro, che passa dal 29,1% al 24,5%. Un quadro che evidenzia come i manager affrontino il rientro con energia e spirito propositivo, ma anche con una crescente consapevolezza dell'importanza di preservare il benessere e l'equilibrio tra vita professionale e personale conquistato durante la pausa estiva.

»

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Luglio 30, 2026

Autore

redazione

default watermark