



Estate, Manageritalia: â??tra guerre e dazi manager meno spensierati e propensi a disconnessioneâ??

Descrizione

(Adnkronos) â?? Lâ??estate dei manager italiani non Ã?? mai stata cosÃ? densa di significati, emozioni e connessioni. A dirlo Ã?? lâ??indagine condotta da AstraRicerche per Manageritalia, la federazione che rappresenta oltre 45.000 manager e alte professionalitÃ del terziario in Italia. Unâ??analisi condotta su oltre 1.000 manager italiani che, tra dati e tendenze, racconta unâ??estate 2025 fatta di vacanze sÃ?, ma con lo smartphone acceso, e di una crescente consapevolezza del proprio ruolo di guida per il proprio gruppo di lavoro anche sotto lâ??ombrellone. Lâ??indagine mostra come il manager del 2025 sia un professionista che non si spegne mai del tutto, ma che inizia a rivalutare il valore del tempo personale, pur restando connesso. Un equilibrio ancora fragile, ma in evoluzione. Manageritalia Ã?? da sempre attiva nel monitorare e supportare questa trasformazione, affinchÃ© il benessere personale e la performance professionale possano convivere. â??I dati confermano ciÃ² che viviamo ogni giorno: il manager moderno non puÃ² piÃ¹ ignorare lâ??importanza di un equilibrio tra vita personale e professionale. Essere sempre reperibili non Ã?? piÃ¹ un vanto, ma una sfida da gestire con consapevolezza. Le ferie diventano cosÃ? un laboratorio di equilibrio, dove il vero esercizio non Ã?? spegnersi, ma saper scegliere quando e come essere connessiâ?», commenta Marco BallarÃ?, presidente di Manageritalia. Il 94,8% dei manager ha dichiarato di aver fatto o di avere in programma una vacanza tra giugno e settembre 2025. Un dato in leggero calo rispetto al 2019 (95,6%) ma comunque altissimo. Tuttavia, solo il 12,7% si dichiara completamente disconnesso durante le ferie, in netto aumento rispetto al 7,9% del 2019 e al 4,9% del 2014. Un segnale di un lento ma significativo cambiamento culturale. Eppure, il 73,7% resta sempre raggiungibile dai collaboratori, e il 69,5% continua a leggere le mail di lavoro. Nel 2019 erano rispettivamente lâ??82,0% e il 74,5%: un calo che racconta una nuova attenzione allâ??equilibrio vita-lavoro, pur in una persistente cultura della reperibilitÃ. Il confronto tra il 2019 e il 2025 mostra un netto peggioramento delle aspettative e dello stato dâ??animo dei manager al rientro delle ferie (forse dovuto alle incertezze del mutato contesto economico e politico segnato da guerra e instabilitÃ). In forte calo lâ??ottimismo -12,9%, cala la voglia di fare -9,4% (ora al 40,3% era 49,6% nel 2019 â?? non a caso raddoppia la tristezza per la fine delle vacanze: dallâ??11,8% al 22,9%). Crescono (+8,5%) la curiositÃ e la voglia di vedere come sarÃ la ripresa lavorativa a settembre. Il periodo estivo per quasi la totalitÃ della comunitÃ dei manager italiani Ã?? vissuto come un momento per stare con la famiglia (97,5%), riposare la mente (92,8%) oltre che per leggere libri non connessi alla propria attivitÃ professionali (81,5%) o piÃ¹ semplicemente fare

quello che non si riesce a fare nell'anno a livello extra-lavorativo (79,9%). E si rilevano due attività in forte crescita: riposare il corpo (79.8%: +11.1% rispetto al 2019) e stare con amici (78.1%: +19.2): una vacanza con persone care e sempre più nel segno del benessere da trovare o ritrovare. Non mancano le riflessioni legate alla sfera professionale: il 47% utilizza le ferie per ripensare alla propria carriera, il 41,7% ne approfitta per concentrarsi su riflessioni lavorative strategiche di alto livello e poco più di un manager su quattro (26,4%) usa le ferie per fare ciò che non riesce a fare durante l'anno a livello lavorativo, infine solo il 14% pensa di usare questa pausa estiva per aggiornarsi o formarsi a livello professionale. L'Italia resta la meta preferita: il 73,2% dei manager sceglie di restare nel Bel Paese, un dato stabile rispetto al 2019. Ma cresce la voglia di Europa: il 37,6% ha scelto destinazioni europee (esclusa l'Italia), in aumento di 5 punti percentuali rispetto al 2019. In forte crescita anche l'Asia, che passa dal 3,7% all'8,1%, segno di un rinnovato interesse per mete lontane e culturalmente differenti. In calo invece le vacanze in Nord America (dal 6,4% al 3,9%) e sempre minime in Oceania (0,3%). lavorowebinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Lavoro

Tag

1. adnkronos
2. Lavoro

Data di creazione

Agosto 13, 2025

Autore

andreaperocchi_pdnrf3x8

default watermark