

Una ricerca N26 sulle attitudini al risparmio e alla spesa degli italiani e i fattori che influenzano la gestione del denaro

- *Gli Italiani come risparmiatori si posizionano a metà classifica a livello europeo*
- *I romani risparmiano più dei milanesi e dei napoletani*
- *Gli uomini guadagnano di più, le donne risparmiano di più*

Milano, 18 gennaio 2022 – N26 ha inoltre analizzato le abitudini di spesa e di risparmio di oltre 20.000 clienti della digital bank in Italia e di 1,7 milioni di consumatori a livello globale, ricavando interessanti e preziose indicazioni.¹

Le abitudini di risparmio e di spesa degli italiani

Nel corso del 2021 i clienti italiani di N26 hanno risparmiato una media di 164,58 € al mese, pari al 16% del proprio reddito mensile. Questo pone i consumatori italiani all'incirca a metà della classifica secondo i dati della ricerca: risparmiano quasi il triplo del loro reddito rispetto ai francesi (6 %) ma sono relativamente lontani dalla Spagna (23 %) e dalla Germania (18 %). Guardando ai confronti regionali, gli abitanti delle tre maggiori città italiane mettono da parte una percentuale minore del proprio reddito mensile rispetto alla media nazionale: **I romani risparmiano il 14%, i milanesi il 13% e i napoletani l'11%**. Questo è particolarmente interessante se si considera che i residenti a Roma e Milano hanno mezzi finanziari superiori alla media nazionale (+215 % a Milano, +145 % a Roma). L'italiano medio spende di più durante le vacanze (+17 % a dicembre). In particolare, i milanesi e i romani preferiscono concentrare le spese a luglio, mese in cui spendono il 17 % e il 26 % in più rispetto al resto dell'anno.

Gli uomini guadagnano di più, le donne risparmiano di più

I dati globali dei clienti di N26 mostrano anche interessanti differenze nelle attitudini al risparmio tra gli utenti classificati come uomini e donne. Nonostante la ricerca confermi che gli uomini abbiano in media un reddito mensile superiore del 30%, le donne sono le migliori risparmiatrici sia in termini assoluti che per quanto riguarda la percentuale di reddito che riescono a mettere da parte. Mentre gli uomini risparmiano solo il 16% del proprio reddito mensile, le donne raggiungono il 22%. In totale, la donna in media risparmia il 4% in più nonostante abbia entrate significativamente inferiori.

Il "gap di risparmio" è particolarmente visibile nei gruppi di età 18-34. Le donne nella fascia di età 18-19 anni risparmiano 52,16 € (50%) più degli uomini, pur avendo più o meno lo stesso reddito. Nella fascia 20-24 le donne mettono da parte 40,38 € (50%) più degli uomini, con 155,20 € (20%) di reddito mensile in meno. Infine, le donne tra i 30 e i 34 anni

¹ La ricerca si basa sull'analisi di N26 dei dati di spesa e di risparmio anonimizzati di oltre 60.000 clienti N26 in Germania, 40.000 clienti N26 in Francia, 10.000 clienti N26 in Spagna, 20.000 clienti N26 in Italia e 1,7 milioni di clienti N26 globali nel periodo tra gennaio a dicembre 2021. Per "dati di spesa" si intendono i trasferimenti di denaro in uscita dai conti bancari principali dei partecipanti all'indagine, mentre per "dati di risparmio" si intendono le somme risparmiate negli Spaces e nei conti principali dei partecipanti all'indagine.

risultano aver risparmiato in media 75,96 € (32 %) più dei loro omologhi maschi, con un reddito mensile inferiore di 368,42 € (26 %).²

L'approccio della neuroscienza

Per affrontare il tema della gestione del denaro da una **prospettiva scientifica**, N26 ha consultato una esperta del settore: la **Professoressa Mira Fauth-Bühler, neuroscienziata e docente di neuroeconomia e psicologia economica all'Università di Economia e Management FOM di Stoccarda, in Germania**. L'esperta condivide spiegazioni e suggerimenti su come possiamo "riprogrammare" il nostro cervello per preferire effettivamente il risparmio alla spesa e perché il denaro e le carte di credito causano una scarica di dopamina.

Perché gli esseri umani non sono fatti per risparmiare, ma lo fanno comunque

Mentre il discorso su risparmio e investimenti non è nuovo e attualmente sembra più rilevante che mai, la professoressa Mira Fauth-Bühler sottolinea che originariamente *"il cervello umano non è fatto per [...] risparmiare e investire" o "prendere decisioni finanziarie intelligenti"*. Ma per ragioni evolutive, ci siamo allenati a questo comportamento e il nostro cervello si è sviluppato di conseguenza. Il risultato è una regione relativamente recente posta dietro la nostra fronte chiamata "proencefalo" che funziona come il nostro "sistema di controllo". Secondo l'esperta, il "sistema di controllo" – la professoressa lo paragona a un amministratore delegato – ci permette di raggiungere obiettivi a lungo termine e superare gli impulsi provenienti da un'altra parte del cervello, il "sistema di ricompensa". Questa regione del nostro cervello ci spinge a cercare di ottenere incentivi piacevoli (ricompense) a breve termine e scatena forti impulsi che guidano il nostro comportamento.

Soldi, carte di credito e le ondate di dopamina

In origine, il "sistema di ricompensa" del cervello era collegato al soddisfacimento dei bisogni umani primari come trovare cibo e partner sessuali o evitare il pericolo e il dolore. Oggi, siamo così condizionati ad associare il denaro e le carte di credito con un risultato piacevole che, come spiega il professore, sono diventati essi stessi premi desiderabili per noi – trasformando denaro e carte di credito in quello che gli psicologi chiamano un "rinforzatore secondario".

In pratica questo significa che le ondate di dopamina (la dopamina è la molecola della "ricompensa" del cervello, che ci fa sentire felici) non sono più causate solo dal raggiungimento dello stimolo desiderato, ma anche dal ricevere denaro o dal possedere una carta di credito senza limiti di spesa.

La carta di credito si trasforma in uno stimolo condizionato che siamo così abituati ad associare ad un acquisto piacevole, che la carta stessa ci induce a voler acquistare qualcosa.

I fattori che influenzano le attitudini al risparmio

Se ci atteniamo a un piano di risparmio stabilito in precedenza o cediamo all'impulso di fare un acquisto fuori budget dipende da quale sistema vince la battaglia.

Come spiega Fauth-Bühler, questo è influenzato da diversi fattori: dato che il **nostro cervello è programmato per cercare una ricompensa, la gratificazione istantanea è più coerente con la nostra natura rispetto all'attesa**.

Tuttavia, se il valore dell'incentivo aumenta nel tempo o è accessibile solo in futuro pur essendo molto desiderabile, potrebbe coprire il costo dell'attesa.

Fauth-Bühler sottolinea: *"Più l'incentivo è tangibile e concreto, più è facile per noi permettere al nostro "sistema di controllo" di prendere il sopravvento e ritardare la gratificazione."*

Inoltre, anche **le influenze genetiche e l'età giocano un ruolo. Più invecchiamo, più ascoltiamo il nostro "sistema di controllo"**. Neurologicamente, questo è dovuto al fatto che

² N26 si propone di condurre ulteriori ricerche che prescindano dal genere.

il "sistema di controllo" non è ancora completamente sviluppato fino a quando non abbiamo più di vent'anni.

Infine, fattori ambientali come il comportamento salvifico della propria cerchia sociale o la disciplina che ci è stata insegnata negli anni della crescita influenzano la forza del nostro "sistema di controllo" e le decisioni connesse. Il bello: la ricerca paragona l'autocontrollo a un muscolo che può essere allenato e rafforzato, anche se la genetica può non lavorare a nostro favore.³

Perché le donne sono più brave a gestire i soldi

Secondo Fauth-Bühler, **il genere potrebbe anche influenzare la facilità con cui raggiungiamo gli obiettivi di risparmio.** La ricerca ha scoperto che gli esseri umani che hanno un maggior numero di cromosoma x (descritto come il cromosoma femminile) prendono meno rischi quando investono e spendono denaro. Le ragioni di questo comportamento potrebbero essere legate a condizioni neurologiche. Infatti, secondo Fauth-Bühler, si è riscontrato che gli **individui di sesso femminile sono caratterizzati dalla presenza di una "regione di controllo" più grande** nel proprio cervello e questo le rende migliori nel ritardare la gratificazione e resistere alla tentazione. Tuttavia, come aggiunge il professore, ogni comportamento è sempre il risultato della genetica così come delle influenze sociali ed esterne, il che significa che i ruoli di genere e il comportamento condizionato continuano ad evolversi e potenzialmente anche a dissolversi.

Informazioni su N26

N26 sta costruendo la prima Mobile Bank globale che il mondo ama usare. Valentin Stalf e Maximilian Tayenthal hanno fondato N26 nel 2013 e hanno lanciato il primo prodotto della società all'inizio del 2015. Attualmente, N26 ha 7 milioni di clienti in 25 mercati. N26 ha un team di 1.500 persone di 80 nazionalità basate in tutto il mondo. La banca ha 10 uffici dislocati a Amsterdam, Berlino, Barcellona, Belgrado, Madrid, Milano, Parigi, Vienna, New York e San Paolo. Con una licenza bancaria europea completa, una tecnologia all'avanguardia e nessuna rete di filiali, N26 ha ridisegnato il settore dei servizi bancari per il 21° secolo ed è disponibile per Android, iOS e desktop. Con una valutazione che supera i US\$9 miliardi, N26 ha raccolto quasi US\$1.8 miliardi dai più importanti investitori del mondo, tra cui Third Point Ventures, Coatue Management LLC, Dragoneer Investment Group, Insight Venture Partners, GIC, Tencent, Allianz X, Valar Ventures di Peter Thiel, Horizons Ventures di Li Ka-Shing, Earlybird Ventures, Battery Ventures, oltre ai membri del management board di Zalando e Redalpine Ventures. Attualmente, N26 opera in Austria, Belgio, Danimarca, Estonia, Finlandia, Francia, Germania, Grecia, Irlanda, Islanda, Italia, Lettonia, Liechtenstein, Lituania, Lussemburgo, Norvegia, Paesi Bassi, Polonia, Portogallo, Slovacchia, Slovenia, Spagna, Svezia, Svizzera e Stati Uniti, dove opera attraverso la sua controllata N26 Inc., basata a New York. I servizi bancari negli Stati Uniti sono offerti da N26 Inc.

Website: n26.com | Twitter: [@n26](https://twitter.com/n26) | Facebook: facebook.com/n26 | YouTube: youtube.com/n26bank

Contatti stampa N26

bcw | burson cohn & wolfe

Gennaro Nastri

e-mail: gennaro.nastri.ce@bcw-global.com

Stefania Colò

e-mail: stefania.colo@bcw-global.com

³["Self-regulation and depletion of limited resources: does self-control resemble a muscle?"](#) Muraven M, Baumeister RF, ricercar pubblicata a marzo 2000