

## **Inflation et pouvoir d'achat : Comment les femmes font-elles face à l'augmentation du coût de la vie ?**

**Paris, le 6 mars 2023** – [N26](#) a analysé les comportements anonymisés de dépense de près de 850 000 clientes N26 en France entre janvier 2022 et 2023<sup>1</sup>. Quel impact la forte inflation actuelle a-t-elle sur leur pouvoir d'achat ? Les femmes sont-elles plus pénalisées que les hommes et peuvent-elles encore mettre de l'argent de côté avec un coût de la vie toujours plus cher ? Leader de la banque en ligne en Europe, N26 a analysé les mêmes données pour les marchés allemands, italiens et espagnols afin de comparer l'impact de l'inflation sur les femmes des principaux pays de l'Europe de l'Ouest.

### **Dépenser plus, sur un salaire constant**

En Europe, une tendance commune se dessine chez les femmes : du premier au second semestre 2022, leur salaire mensuel moyen a très peu augmenté (+4 % en Italie et en France, +2 % en Allemagne et +1 en Espagne), et bien moins que les taux d'inflation dans ces différents pays. Ainsi les femmes voient leur revenus disponibles se réduire alors que la pression du coût de la vie n'a jamais été aussi forte.

### **Quels impacts sur la consommation au quotidien ?**

Si l'on compare les comportements d'achats des 850 000 clientes N26 en France entre les premier et second semestres 2022, on constate qu'elles ont utilisé leur épargne disponible pour augmenter leur capacités de dépenses sur tous les secteurs et ainsi faire face à la forte hausse du coût de la vie :

- **Alimentation et dépenses de la maison** : C'est un budget qui reste stable sur cette catégorie représentant environ 12 % de leur budget mensuel global, comme au premier semestre. En revanche, ce poste de dépenses est plus élevé pour les femmes puisque chez les hommes, il ne dépasse pas les 9% de leur budget mensuel.
- **Numérique et médias**: Les dépenses dans cette catégorie ont augmenté de 10 % entre le premier et le second semestre pour représenter sur la fin d'année plus de 8 % des budgets mensuels pour le panel de consommatrices étudié.
- **Divertissement et Culture** : Sur cette catégorie, les dépenses sont restées assez stables avec une faible augmentation aux alentours de 2% pour les femmes, à l'instar de leur homologues masculins.
- **Shopping (enfants, cadeaux...)** : C'est le poste budgétaire qui a connu la plus forte croissance entre les deux semestres 2022 pour les consommatrices avec une hausse de plus de 12 % pour représenter presque un quart du budget mensuel alors que celui-ci était égal à 22 % sur le premier semestre.

---

<sup>1</sup> *Méthodologie de l'étude des données N26 : L'étude est basée sur l'analyse par N26 des données anonymisées de dépense et d'épargne de plus de 100.000 clients N26 en Autriche, plus de 950.000 en Allemagne, plus de 350.000 en Espagne, plus de 850.000 en France et plus de 450.000 en Italie, sur la période de janvier 2022 à janvier 2023. Les « dépenses » sont définies comme les transactions sortantes du compte bancaire principal des clients N26 des participants à l'enquête. N26 catégorise ces transferts sortants en fonction des types de marchands respectifs, pour permettre aux clients de suivre leurs dépenses et leur budget avec N26 Insights.*

# N26

Retrouvez le dossier de presse N26 lifestyle [ici](#).

## **À propos de N26**

N26 construit la première banque globale que le monde aime utiliser. Lancée en 2015, elle a été fondée par Valentin Stalf et Maximilian Tayenthal. N26 compte aujourd'hui plus de 8 millions de clients, dans 24 marchés, dont plus de 2 500 000 en France. Plus de 1 500 employés travaillent ensemble depuis 10 villes : Amsterdam, Belgrade, Berlin, Barcelone, Madrid, Milan, Paris, Vienne, New York et São Paulo pour réinventer l'expérience bancaire afin de l'adapter aux modes de vie de plus en plus connectés des utilisateurs. Les services de N26 sont disponibles sur Android, iOS et depuis son application web. L'objectif : repenser la banque du 21ème siècle pour la rendre simple, rapide et moderne. Grâce à une licence bancaire allemande applicable sur les marchés européens et à des technologies de pointe et à l'absence de succursales bancaires, N26 façonne dès aujourd'hui la banque de demain. N26 a levé près de 900 millions de dollars auprès d'investisseurs reconnus comme Third Point Ventures, Coatue Management LLC, Dragoneer Investment Group, Insight Venture Partners, GIC, Li Ka-Shing's Horizons Ventures, Earlybird Venture Capital, Greyhound Capital, Battery Ventures, mais aussi auprès des membres de l'équipe de management de Zalando et Redalpine Ventures. N26 est actuellement présente dans les pays suivants : Allemagne, Autriche, Belgique, Danemark, Espagne, Estonie, Finlande, France, Grèce, Islande, Irlande, Italie, Lettonie, Liechtenstein, Lituanie, Luxembourg, Norvège, Pays-Bas, Pologne, Portugal, Slovaquie, Slovénie, Suède, Suisse. Site web : [n26.com](https://n26.com) | Twitter : [@n26](https://twitter.com/n26) | Facebook : [facebook.com/n26](https://facebook.com/n26)

## **Contact presse**

Timothée Lenoir - Tél : 07 49 39 69 68 - [press\\_france@n26.com](mailto:press_france@n26.com)

Agence Wellcom: Céline Cattoen / Mathilde Ezechiel - Tél : 01 46 34 60 60 - [n26@wellcom.fr](mailto:n26@wellcom.fr)