

DONNE E GESTIONE DEL DENARO: IN EQUILIBRIO TRA CAROVITA E RINUNCE, AUMENTO DELLE ENTRATE E RISPARMI DIMEZZATI

La ricerca della banca online N26 traccia i cambiamenti delle abitudini di spesa e di risparmio in Italia e in Europa, nel confronto tra il primo e il secondo semestre del 2022 e gennaio 2023

- *Le donne italiane prime in Europa nei tagli alle spese per intrattenimento e tempo libero (quasi -10% rispetto al primo semestre del 2022).*
- *Intatto il desiderio di socialità e di vita all'aria aperta: aumentano infatti la spesa per lo shopping (+16%), per bar e ristoranti (+12%).*
- *Aumento a livello nazionale della spesa media per auto e trasporti nel secondo semestre: +10%, superiore al dato registrato per gli uomini (+7%). Trend confermato per le donne di Palermo, Milano e Roma.*
- *Crescono le entrate medie mensili: le donne italiane in testa assieme alle francesi (+4% rispetto al primo semestre 2022), seguite da Germania e Austria (+2%)*
- *Diminuisce la capacità di risparmio: dimezzata per le italiane, che nel secondo semestre del 2022 riescono a mettere da parte solo l'1% delle loro entrate. Record negativo delle torinesi, solo a Milano le donne passano dal 2 al 3%.*

8 marzo 2023 – La [banca online N26](#), in vista della Giornata internazionale dedicata alle donne, analizza **l'andamento delle abitudini di spesa e di risparmio** al femminile nei principali mercati europei dove opera.

La ricerca* ha coinvolto 5 paesi europei quali **Italia, Austria, Francia, Germania e Spagna**, analizzando e confrontando i dati relativi a consumi e risparmi nell'utilizzo dei conti correnti da parte dei propri clienti, da gennaio 2022 a gennaio 2023, con un focus ulteriore su Milano, Bologna, Torino, Roma, Napoli e Palermo.

Le abitudini di spesa delle donne italiane: qualcosa è cambiato

In risposta al carovita, dal confronto tra il primo e il secondo semestre del 2022 risulta un parziale cambiamento nelle abitudini di spesa delle donne italiane.

In particolare, **le italiane hanno tagliato le spese per il tempo libero e l'intrattenimento (-9.50%)** registrando **il calo più accentuato** in questa categoria merceologica tra i paesi coinvolti nello studio, seguite dalla Spagna (-7%) e dai mercati che invece hanno visto crescere gli acquisti in questo comparto (Austria +5%, Francia +3%, Germania +2%). Taglio confermato anche nel confronto tra gennaio 2022 e gennaio 2023, dove si registra -30% della spesa media in questa categoria.

Il calo delle spese in questa categoria è confermato anche a livello locale, con qualche eccezione. Sono le **donne napoletane** a registrare il dato più significativo, con un calo di **oltre il -30%** della spesa media destinata al tempo libero e all'intrattenimento nel secondo semestre del 2022, rispetto al primo semestre dello stesso anno - dato confermato anche dal confronto tra gennaio 2022 e gennaio 2023, secondo il quale la spesa media delle donne di Napoli in questa categoria si è **ridotta del di quasi il -60%** nel primo mese del nuovo anno. A seguire, le donne di Torino (-15% nel secondo semestre), Bologna (-11%) e Roma (-9%). **Non rinunciano a spendere in questa categoria invece le donne di Milano e di**

N26

Palermo, che registrano un leggero aumento della spesa media in questa categoria nel secondo semestre, rispettivamente +1% e +1.70%.

L'aumento dei prezzi però non corrisponde sempre ad una rinuncia per le donne italiane: alcuni settori non hanno subito alcuna flessione ma anzi hanno sperimentato una forte crescita, trainata in parte dalla stagionalità ma anche dalla **voglia di mantenere uno spazio sicuro per la vita sociale e la cura di sé**, come dimostrato dall' aumento della spesa media delle italiane nelle categorie Bar & Ristoranti (+12%) e Shopping (+16%), categoria alla quale le donne del nostro paese hanno destinato oltre il 20% della media delle loro entrate nel secondo semestre dello scorso anno.

Interessante notare come l'incremento dei prezzi abbia prevedibilmente inciso sulle **spese degli italiani relative alla gestione e manutenzione dell'auto**, impattate dall'aumento dei costi della benzina, e sulle spese destinate ai trasporti e che in particolare la percentuale più alta sia stata registrata dalle donne che hanno visto **aumentare di quasi il 10% la spesa media** nel secondo semestre in questa categoria (**rispetto agli uomini che hanno registrato +7%** nello stesso periodo).

Trend confermato anche localmente in alcune delle principali città italiane: a Palermo le donne hanno speso in media nel secondo semestre +18% rispetto al primo, aumento nella spesa decisivo soprattutto se confrontato con il +2% registrato dagli uomini. Seguono quasi a pari merito le donne a Milano e a Roma, che hanno visto aumentare la loro spesa media in auto e trasporti nel secondo semestre del +15%.

Anche **riempire il carrello del supermercato è diventato più costoso** nel corso del 2022, ma **l'impatto sulle abitudini di consumo delle donne italiane è minimo**: nel secondo semestre dell'anno, infatti, la spesa media dedicata alla categoria alimentare è cresciuta solo del 3% per le donne, la metà dell'aumento della spesa media degli uomini nello stesso periodo (+6%). Nel confronto della spesa media tra gennaio 2022 e gennaio 2023, invece, la spesa media delle donne italiane in questa categoria si è ridotta del -13% nel primo mese del nuovo anno, abbastanza in linea con la diminuzione registrata dagli uomini, pari al -12%.

Dati locali: alcune curiosità

Dai dati locali sulle città italiane prese in considerazione dall'analisi, emergono alcune curiosità e differenze in fatto di trend di spesa.

Napoli registra un generale aumento delle spese medie mensili femminili, in riferimento a numerose categorie e in particolare per **lo shopping** che, nel secondo semestre 2022, segna **un +22%**.

A **Milano** le donne **non rinunciano al piacere di una cena fuori (+9%) e aumentano sensibilmente le loro spese per gli acquisti nel comparto media ed elettronica (+ 11,20% nel secondo semestre 2022)**. Un comparto dove tornano a spendere di più anche le donne di **Torino**, registrando un +15% della spesa media nel secondo semestre del 2022.

In un contesto di aumento generale della spesa media destinata alla **categoria viaggi e vacanze**, sono le donne di **Roma e di Palermo** a stabilire i primati più interessanti nel confronto tra la spesa media di gennaio 2022 e gennaio 2023 nella categoria, registrando un aumento pari al 30% in più e +250% rispettivamente nel primo mese del nuovo anno. Se confrontiamo il primo e il secondo semestre del 2022, invece, il primato per l'aumento della spesa media in questo ambito va alle donne di Torino, che da luglio in poi hanno registrato un incremento del +26%, molto superiore anche all'aumento registrato dagli uomini (+3%)

N26

In merito alle abitudini di spesa delle **donne bolognesi** il comparto dove si registra **l'aumento più rilevante nella spesa media nel secondo semestre del 2022** è quello **dei bar & ristoranti, con +11,70%**.

Risparmio: il trend europeo e il primato delle donne italiane

Ma quanto hanno risparmiato le donne? E qual è stato l'impatto dell'aumento dei costi e delle nuove abitudini di consumo? L'analisi dell'andamento del risparmio medio mensile nel primo e nel secondo semestre del 2022 e il confronto con l'andamento medio delle entrate nello stesso periodo non lascia dubbi: a fronte di un **generale aumento delle entrate medie mensili, le donne oggi in Italia risparmiano con più difficoltà**.

In generale, infatti, tra i paesi europei presi in considerazione dall'analisi (Italia, Francia, Spagna, Austria e Germania), si nota un **trend comune che vede una crescita nel secondo semestre del 2022 nelle entrate medie mensili per le donne** rispetto al primo semestre dello stesso: **l'Italia è in testa a questa classifica assieme alla Francia (+4%)**, seguite da Germania e Austria (+2%) mentre in Spagna la media mensile delle entrate rimane stabile per le donne, senza scostamenti tra i due semestri.

Una buona notizia, soprattutto per le donne italiane, che però **non si riflette sulla capacità di risparmio**: mentre tra gennaio e giugno 2022 le donne italiane sono riuscite a mettere da parte il 2% delle loro entrate, nel secondo semestre questa percentuale si dimezza, arrivando al solo 1%.

Un trend comune a tutte le donne europee: su quasi tutti i mercati, infatti, il confronto tra la media mensile risparmiata dalle donne nel secondo semestre rispetto al primo, vede una diminuzione a doppia cifra, dai quasi 15 euro in meno delle donne italiane sino agli oltre 45 euro in meno delle donne austriache. Unica eccezione, la Francia dove le donne nel secondo semestre sono riuscite ad aumentare la cifra mensile risparmiata di ben 5 euro.

N26 registra un trend simile nella relazione tra aumento delle entrate e capacità di risparmio anche per gli uomini in Italia, con un aumento medio delle entrate pari al +3% rispetto al primo semestre, e una capacità di risparmio vicina allo 0%. Percentuali simili a quelle delle donne, che però non indicano la risoluzione di un divario nelle entrate tra uomo e donna che permane: se guardiamo al secondo semestre del 2022, infatti, la media delle entrate mensili delle donne è inferiore a quella registrata dagli uomini del 23%.

Il commento dell'esperta

In media quindi le donne hanno meno reddito disponibile a disposizione. Allo stesso tempo, però, riescono a risparmiare più degli uomini. **Leila Maria Kehl, Group Strategy Manager di N26** commenta questo fenomeno: *“Alla base di questa diversità di comportamento ci sono in primo luogo ragioni biologiche. Infatti, alcune ricerche¹ mostrano come la regione del cervello femminile deputata al controllo sia più grande rispetto a quella maschile: questo consentirebbe alle donne di riuscire a ritardare la ricerca di gratificazione e a resistere meglio agli impulsi e alle tentazioni, evitando acquisti spontanei e favorendo il*

¹ Studio: [“Investigating Gender Differences under Time Pressure in Financial Risk Taking”](#) Xie Z, Page L, Hardy B., Dicembre 2017

risparmio. Ma è importante sottolineare soprattutto sulle motivazioni socioeconomiche. Infatti, a livello globale, le donne si occupano al 75% del lavoro di cura - ben 4 ore e 25 minuti al giorno in media e più di tre volte rispetto agli uomini². Una tipologia di lavoro che comporta spesso la necessità di risparmiare a favore delle persone che si accudiscono, come anziani e bambini.

Spesso inoltre le donne hanno una percezione del rischio finanziario più elevata rispetto agli uomini, che riducono attraverso il risparmio. Contribuiscono a questa percezione la presenza di situazioni come la cosiddetta motherhood penalty³ (lo svantaggio economico vissuto dalle madri lavoratrici), le disuguaglianze nella distribuzione della ricchezza (le donne detengono il 32% dell'intera ricchezza globale, hanno l'80% di probabilità in più di impoverirsi dai 65 anni in su, solo il 2% dei fondi Venture Capital in Europa va alle startup tutte al femminile) e il lavoro di cura non retribuito. ”.

Dati locali: le donne torinesi aumentano le loro entrate medie mensili, ma sono le milanesi a risparmiare di più

I dati locali sul risparmio e sull'andamento delle entrate mensili medie sono coerenti al trend nazionale ed europeo, con alcune interessanti eccezioni.

In generale, infatti, le **donne di Napoli, Roma e Palermo hanno visto dimezzarsi la capacità di risparmio** nel secondo semestre del 2022, riuscendo a mettere da parte rispettivamente il 2% (vs 4% del primo semestre), l'1% (vs 3%) e il 2% (vs 5%) delle entrate medie mensili. **Picco negativo con Torino**, dove si registra il dato peggiore tra le città analizzate con un risparmio medio mensile che passa dal 4% nel primo semestre allo 0% nel secondo. Solide con il loro 2% medio mensile, **le donne di Bologna mantengono la stessa percentuale** in entrambi i semestri presi in considerazione, mentre **solo le donne meneghine hanno visto aumentare la loro capacità di risparmio medio mensile**, passando dal 2 al 3% delle entrate medie mensili.

Se analizziamo l'**andamento delle entrate medie mensili per le donne**, invece, Torino e Palermo sono rispettivamente la prima e l'ultima in classifica nel confronto dei dati tra il primo e il secondo semestre del 2022.

Le **donne di Torino, infatti, nel secondo semestre hanno registrato un aumento medio mensile nelle loro entrate pari addirittura al +17%** (dato che diventa negativo nel confronto con la media nazionale, con una differenza tra i due del -25%). Fenomeno opposto invece per le **donne di Palermo, che con un calo del -6%** nelle entrate nel secondo semestre aumentano anche il divario con le media delle entrate mensili degli uomini, che arriva al -18%.

Circa le altre città prese in considerazione, le donne **bolognesi** nel secondo semestre del 2022 hanno registrato un aumento medio mensile nelle loro entrate pari al 9%, il 2% in più rispetto alla media nazionale ma con un divario pari al -25% tra le entrate medie mensili delle donne e degli uomini.

A **Milano**, le donne da luglio a dicembre 2022 hanno avuto una **crescita delle loro entrate medie mensili a doppia cifra: +11%** rispetto al primo semestre, oltre il 50% in più rispetto alla media nazionale. Numeri che riducono il divario tra le entrate medie di uomini e donne nel capoluogo meneghino al -15%.

² <https://www.actionaid.org.uk/our-work/womens-economic-rights/unpaid-care-and-domestic-work>

³ <https://n26.com/en-eu/blog/the-motherhood-penalty>

N26

Aumenti nelle entrate medie mensili anche per le donne di Napoli, che con il **+7% registrato nel secondo semestre superano la media nazionale del 4%**. Il divario invece con le entrate medie mensili si attesta, come per Milano, a -15%.

Nonostante l'**aumento del 6% nelle entrate medie mensili** nel secondo semestre per le **donne della Capitale**, il confronto con la media nazionale si attesta negativo con -15% di differenza.

[Qui](#) il press kit di N26 che include alcune immagini.

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 oltre 8 milioni di clienti in 24 mercati. N26 ha un team di 1.500 persone di 80 nazionalità basate in tutto il mondo. La banca ha team dislocati in 10 sedi: Amsterdam, Berlino, Barcellona, Belgrado, Madrid, Milano, Parigi, Vienna, New York e San Paolo. Dotata di licenza bancaria tedesca, con una tecnologia all'avanguardia e nessuna rete di filiali fisiche, 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 9 miliardi di dollari, N26 ha raccolto quasi 1.8 miliardi di dollari dai più importanti investitori del mondo, tra cui Third Point Ventures, Coatue Management LLC, Dragoneer Investment Group, Insight Venture Partners, GIC, Horizons Ventures di Li Ka-Shing, Earlybird Venture Capital, Greyhound Capital, 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 e Svizzera.

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

Contatti stampa N26

Giulia Gabriele
e-mail: giulia.gabriele@n26.com

bcw | burson cohn & wolfe

Gennaro Nastri
e-mail: gennaro.nastri.ce@bcw-global.com
Stefania Colò
e-mail: stefania.colo@bcw-global.com

* Informazioni sulla ricerca

La ricerca si basa sull'analisi dei dati aggregati e resi anonimi relativi alla spesa e al risparmio di oltre 100.000 clienti N26 in Austria, oltre 950.000 in Germania, oltre 350.000 in Spagna, oltre 850.000 in Francia e oltre 450.000 in Italia, nel periodo compreso tra gennaio 2022 e gennaio 2023. Per "entrate" si intendono tutti i bonifici effettuati sul conto corrente principale dei partecipanti all'indagine. Per "spese" si intendono i trasferimenti di denaro in uscita dal conto bancario principale dei clienti. N26 classifica questi trasferimenti in uscita in base al tipo di fornitore, per consentire ai clienti di tenere traccia delle loro spese e del loro budget con N26 Insights. Per questa analisi, N26 ha preso in considerazione il volume mensile di spesa nelle diverse categorie di N26 Insights per analizzare i comportamenti di spesa. Per "risparmio" si intende la differenza tra "entrate" e "spese".

Leila Maria Kehl

Leila Maria Kehl è Group Strategy Manager in N26, dove si occupa di pianificazione, esecuzione e reporting degli obiettivi strategici dell'azienda (OKR). Dopo essersi laureata in Innovation Management and Entrepreneurship nel 2018, Leila ha lavorato in una società big tech della Silicon Valley prima di entrare a far parte del Plug and Play Tech Center come Associate e successivamente Manager di GOAL, un programma di accelerazione per imprenditori internazionali.

Nel 2021, Leila è stata uno dei membri fondatori di N26 women+ ERG, un gruppo interno alla banca che ha l'obiettivo di creare il percorso per supportare la crescita, la rappresentazione identitaria e la carriera delle donne. Oggi, Leila è una delle leader del gruppo ERG, che vanta più di 185 membri e tre sottogruppi.