

Finanza al femminile: come investono oggi le donne italiane

Una ricerca condotta da N26 in Italia traccia i comportamenti delle donne investitrici e non: potenziale in aumento, curiosità verso le nuove forme di investimento e il ruolo fondamentale dell'educazione finanziaria

Principali evidenze:

- Il 72% di chi già investe afferma che nel 2022 prevede di aumentare la propria somma mensile;
- Il 60% delle donne tra 35 e 44 anni che non hanno mai investito ha già valutato la possibilità di iniziare;
- Il 40% delle donne che investono lo fa per massimizzare la propria disponibilità economica e per raggiungere una maggiore solidità;
- Il 30% delle donne investitrici sceglie principalmente le nuove forme di investimento, quali le criptovalute;
- Real Estate al secondo posto tra i comparti indicati dalle donne non investitrici per i loro futuri investimenti (29%);
- Una formazione adeguata e conversazioni più aperte sui temi finanziari come incentivi all'investimento per il 51% delle donne non investitrici;
- Le professioni influenzano gli strumenti preferiti per l'investimento: prodotti bancari per PA, sanità e professioni mediche; prodotti assicurativi per commercio, artigianato e legal; criptovalute per il Tech

8 marzo, Milano – Da Wall Street alle conversazioni di tutti i giorni: gli investimenti finanziari sono sempre più un argomento di tendenza per un numero sempre maggiore di consumatori. Permangono tuttavia ancora molte differenze tra uomini e donne quando si parla di opportunità di investimento.

Quali sfide devono (ancora) affrontare le donne quando decidono di investire i propri risparmi? E quali sono le motivazioni e le preferenze che guidano le loro scelte in questo campo? Che percentuale del reddito mensile riservano ai loro investimenti finanziari e in che modo fattori come la professione influenzano i loro comportamenti?

[N26](#), la banca 100% digitale, ha commissionato una ricerca¹ condotta nel mese di febbraio 2022 su un campione di 1.483 donne residenti in Italia, analizzando le abitudini e le propensioni di chi investe regolarmente e di chi, invece, non si è mai dedicata a questa attività, e confrontandole con i

¹L'indagine è stata condotta su un campione di un totale di 16.030 individui tra donne e uomini in Austria (2.006 partecipanti da Burgenland, Kärnten, Niederösterreich, Oberösterreich, Salzburg, Steiermark, Tirol, Vorarlberg, Wien), Francia (4.006 partecipanti da Bassin parisien, Centre-est, Départements d'outre-mer, Est, Île de France, Méditerranée, Nord - pas-de-calais, Ouest, Sud-ouest), Germania (4.008 partecipanti provenienti da Baden-Württemberg, Bayern, Berlino, Brandeburgo, Assia-Turingia, Meclemburgo-Pomerania Anteriore, Bassa Sassonia-Brema, Renania settentrionale-Vestfalia, Renania-Palatinato-Saarland, Sassonia-Sachsen-Anhalt, Schleswig-Holstein-Amburgo), Italia (3.005 partecipanti dall'Italia centrale, nord-orientale, nord-occidentale, Sud e Isole) e Spagna (3.005 partecipanti da A.M Barcelona, A.M Madrid, Centro (Centro), Levante (Centro Est), Nordeste (Nord Est), Noroeste (Nord Ovest), Nord Centro (Nord-Centro), Sur (Sud)), con una presenza equilibrata tra chi investe e chi non investe. In questo sondaggio il termine "investire" comprende opzioni come azioni, prodotti bancari, immobili, fondi negoziati in borsa (ETF) ecc. e "investire" si riferisce ai partecipanti che investono i soldi di loro proprietà e non come parte della loro professione. Le interviste sono state condotte dall'Istituto di ricerca Sapio per conto di N26 a febbraio 2022, utilizzando un invito via email e un questionario online. Le domande poste miravano a scoprire le preferenze, i bisogni, i desideri e i punti deboli dei partecipanti nelle occasioni in cui si investe o si considera di investire. L'indagine definisce "donne" e "uomini" tutte le persone che si identificano come tali. Le persone identificate come "non binarie" non sono state incluse nell'analisi poiché la dimensione del campione non era rappresentativa. Si prega di notare che N26 non fornisce consulenza sugli investimenti e che l'investimento comporta un rischio finanziario fino alla perdita dei fondi investiti. Questa ricerca non ha valore scientifico.

comportamenti e la propensione agli investimenti finanziari di un campione maschile di pari entità (1.492).

Ne è emerso un quadro aggiornato sul binomio donne e finanza, che traccia comportamenti e attitudini di donne investitrici e non.

Investimenti al femminile: è solo l'inizio

Più della metà (56%) delle donne che non hanno ancora investito afferma di aver valutato questa opportunità in passato. Alla domanda su cosa le spingerebbe a provare, vengono espresse motivazioni simili a quelle delle donne che stanno già investendo: accrescere i propri risparmi a lungo termine (41%), costruire sicurezza finanziaria per la famiglia o i figli (40%) e aumentare il rapidamente il proprio capitale (29%). Particolarmente aperte a investire nel futuro sono le **donne tra i 35 e i 44 anni: il 60% ha già valutato la possibilità di iniziare a farlo.**

La percentuale più alta di donne che non investe afferma che molto probabilmente prenderebbe in considerazione il settore immobiliare (29%), seguito da criptovalute (26%) e prodotti bancari (23%).

Appare infatti significativo il **potenziale delle nuove investitrici in Italia: ben il 72% di chi già investe afferma che nel 2022 prevede di aumentare la propria somma mensile.** Le **donne investitrici di età compresa tra 35 e 44 anni stanno pianificando di raddoppiare** la cifra destinata a cogliere nuove opportunità di investimento rispetto al passato **(+111%)**.

Gli ostacoli agli investimenti e il ruolo fondamentale dell'educazione finanziaria

Sia le donne che già investono che quelle che stanno pensando di farlo indicano **la mancanza di reddito disponibile** come motivazione principale che limita ulteriori investimenti o che impedisce di iniziare (rispettivamente il 42% e il 52%). Un terzo delle donne investitrici (33%) cita anche una certa **incertezza sulla propria stabilità finanziaria futura (29%)**.

Per le donne che non investono ancora la **scarsa conoscenza (32%)** e la **mancanza di fiducia nei prodotti di investimento (15%)** rappresentano barriere significative. Alla domanda su **cosa le incoraggerebbe a iniziare a investire**, oltre un quarto del campione femminile (28%) ha messo al primo posto un' **adeguata formazione sul tema**, mentre il 23% desidera **conversazioni più aperte e semplici sui vantaggi e sui rischi legati all'investimento**. Due donne su cinque (40%), infatti, dichiarano di non avere occasione di affrontare l'argomento con nessuno. Un altro aspetto utile, secondo le donne che non investono, sarebbe il supporto di consulenti professionisti che potrebbero aiutare le donne che intendono investire (22%).

Sebbene la mancanza di conoscenza non sia un ostacolo per le donne italiane che già investono e la stragrande maggioranza (76%) si senta sicura nel prendere decisioni in questo ambito, **poco più della metà (55%) dichiara di essere adeguatamente informata sugli strumenti finanziari.** Il **basso livello di informazione finanziaria** è particolarmente visibile tra le più giovani (fascia di età compresa tra i 18 e i 24 anni), infatti l'81% si dichiara sicura, ma solo il 48% si sente informata.

Paula Mariani, Director of User Experience a N26, ha commentato: *“La ricerca dimostra chiaramente come nell'ambito degli investimenti finanziari ci siano tante opportunità per le donne. È molto positivo infatti che anche le donne stiano cominciando a prendere in considerazione e valutare gli strumenti migliori per far crescere il proprio patrimonio. Per N26 è prioritario contribuire proattivamente a questo processo, facilitando il dialogo con le nostre clienti e creando strumenti per la gestione del risparmio e degli investimenti che siano sempre più inclusivi. La nostra ricerca, ad esempio, rivela come la percentuale di donne che detiene Bitcoin sia triplicata negli ultimi tre anni e che, tuttavia, la percentuale*

di uomini sia ancora sei volte più grande. C'è ancora molto da fare e non vediamo l'ora di contribuire a costruire un settore degli investimenti accessibile a tutti".

I prodotti bancari sono lo strumento finanziario più apprezzato dalle donne

Quasi 2 donne su 5 (38%) che investono considerano i prodotti bancari, come ad esempio i conti di risparmio, quale strumento finanziario preferito, seguiti dai prodotti assicurativi (es. assicurazioni sulla vita e pensioni), preferiti dal 34% delle intervistate e dalla compravendita di criptovalute (30%).

Il risparmio a lungo termine prevale rispetto alla sostenibilità: perché le donne investono

Quando si prendono in esame le motivazioni che spingono le donne italiane a investire, emerge prima di tutto il **desiderio di massimizzare la propria capacità finanziaria** con una prospettiva a lungo termine (49%), motivazione che è anche al primo posto tra gli uomini (44%). Per la maggior parte delle donne investitrici, anche la **costruzione di una sicurezza finanziaria per la famiglia e i figli** (40%) e l'accumulo di **risparmio per la pensione** (30%) sono tra le ragioni principali alla base delle loro attività di investimento.

Anche se "diversificazione" è un termine spesso citato nel gergo finanziario, è solo il settimo tra i fattori ritenuti importanti dalle donne quando investono.

Inoltre, si riscontra con una certa sorpresa che, nonostante l'attenzione globale verso l'emergenza climatica sia cresciuta significativamente lo scorso anno, **la sostenibilità non gioca un ruolo molto importante nella scelta d'investimento per le donne italiane**. Solo il **22%** lo cita tra i primi 3 aspetti della loro strategia di investimento.

Quale sono le altre motivazioni prevalenti? Ridurre al minimo i rischi (38%), il rapporto qualità-prezzo (34%) e i rendimenti a lungo termine (28%).

La professione delle intervistate influenza anche la considerazione delle tendenze di mercato quando si decide di investire. Per le donne impiegate nell'industria dell'intrattenimento, ad esempio, i trend di mercato sono il fattore più importante da considerare, assieme al rapporto qualità-prezzo (entrambi 35%). Un fattore che invece slitta al terzo posto (17%) per le donne che lavorano in ambito tecnologico, dietro alla minimizzazione dei rischi (40%) e alla comprensione del prodotto (29%). Stesso posto anche per le intervistate che lavorano nella pubblica amministrazione (29%), che prendono in considerazione i trend di mercato solo dopo la minimizzazione dei rischi (46%) e il rapporto qualità-prezzo (34%).

Per maggiori informazioni sui risultati della ricerca relativi all'Europa e all'Italia, visitate il [sito dedicato](#).

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 24 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 e Svizzera.

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