

Comunicato stampa

Osservatorio Look to the Future

Le differenze di genere, età e area geografica della ricerca di Athora Italia sul rapporto degli italiani con il risparmio e gli investimenti.

Per l'82% delle donne risparmiare è difficile

Sulla capacità di risparmio degli italiani pesano soprattutto l'aumento del costo della vita, la crescita dei consumi e le spese impreviste.

Tra i risparmiatori che non investono, gli uomini e la fascia 35-54 anni sono quelli che mostrano la maggiore propensione a farlo nei prossimi dodici mesi.

I residenti al Sud e nelle Isole (52%) sono i più interessati alle polizze vita a contenuto finanziario.

Milano, 7 luglio 2026 – Per l'82% delle donne italiane risparmiare è stato difficile negli ultimi 12 mesi e il 51% del campione femminile afferma di non riuscire ad accantonare risorse perché le spese assorbono interamente, o addirittura superano, le entrate disponibili.

Parallelamente, emerge un progressivo indebolimento della capacità di risparmio delle famiglie italiane. Negli ultimi tre anni, tra le principali cause indicate dagli intervistati figurano **l'aumento del costo della vita, la crescita dei consumi, le spese impreviste e la contrazione dei redditi familiari**, che hanno progressivamente eroso la possibilità di mettere da parte risorse. Un fenomeno che raggiunge livelli particolarmente elevati tra gli over 55 (95%) e tra i residenti al Sud e nelle Isole (94%).

Chi dichiara di mantenere una sostanziale capacità di risparmio, di contro, sono soprattutto gli uomini (54%), i residenti al Nord Italia (55%) e gli under 35 (60%).

Lo rileva la seconda wave dell'**Osservatorio Look to the Future 2026**⁽¹⁾ di **Athora Italia**, Compagnia assicurativa vita del Gruppo Athora. L'indagine, realizzata in collaborazione con **Nomisma**, evidenzia l'impatto di genere, età e residenza geografica nel determinare l'approccio degli italiani verso il risparmio e gli investimenti.

L'80% degli italiani giudica **la propria condizione economica** almeno sufficiente, in particolare i residenti al Nord (**82%**). Ma la metà degli italiani ritiene che la liquidità disponibile sia inadeguata rispetto alle proprie esigenze, soprattutto per chi ha un'età compresa tra i 35 e i 54 anni (52%) e tra chi risiede al Sud e nelle Isole (55%).

¹ 1.200 interviste complete e validate, popolazione 18-75 anni, periodo di rilevazione aprile 2026

Tra i **driver di risparmio** indicati come prioritari dagli intervistati, la tutela contro gli imprevisti rappresenta la motivazione principale soprattutto per le donne (25%), i residenti al Sud e nelle Isole (27%) e gli over 55 (25%). La ricerca di una tranquillità economica è indicata in particolare tra le persone più giovani, con età compresa tra i 18 e i 34 anni (25%) e dalle persone che risiedono al Nord Italia (25%).

Significative le differenze che emergono negli **obiettivi di risparmio**. Tra coloro che accantonano per sostenere spese programmate o realizzare progetti, la spesa per viaggi rappresenta la scelta preferita tra le donne (53%) e gli over 55 (48%). E questo obiettivo supera anche l'istruzione dei figli, che si colloca solo al quinto posto, in particolare al Sud e nelle Isole (27%) e tra uomini e donne di età compresa tra i 35 e i 54 anni (24%).

Emerge inoltre come la propensione a **lasciare i propri risparmi in forma liquida** (conto corrente o contanti) sia particolarmente accentuata tra le donne (64%) e tra i residenti al Sud e nelle Isole (68%), segnalando una spiccata preferenza per una sicurezza "immediata". La percezione di complessità continua a rappresentare una barriera all'investimento tra coloro che accantonano risorse ma non investono: **il 28% delle donne e il 29% degli under 35 considera i prodotti di investimento troppo difficili da comprendere**, un elemento che ne limita l'accesso e ne frena l'adozione.

Tra i risparmiatori che investono, prevale un **approccio graduale**, con una preferenza per i PAC (piani di accumulo) che risultano diffusi soprattutto tra gli under 35 (46%) e gli abitanti del Centro (42%). In particolare, tra coloro che conoscono le polizze vita a contenuto finanziario, le persone tra i 35 e i 54 anni (52%) e i residenti al Sud e nelle Isole (52%) sono quelli che guardano con maggiore **interesse alle polizze vita a contenuto finanziario**, manifestando interesse all'acquisto di soluzioni arricchite da garanzie e servizi accessori, come le coperture nel caso di perdita di autosufficienza.

Sono poi i giovani (59%) quelli che più hanno considerato l'**idea di investire** almeno una volta negli ultimi 3-4 anni, il più senza raccogliere informazioni. Hanno dunque mostrato interesse, così come autonomia nel processo decisionale.

Quanto alle **intenzioni future**, sono gli uomini e le persone di età compresa tra i 35 e i 54 anni le categorie che mostrano le maggiori probabilità di investire nei prossimi dodici mesi.

L'**analisi per genere, età e residenza geografica** della seconda wave dell'Osservatorio Look to the Future 2026 fa emergere quindi un mercato potenziale ancora ampio, ma caratterizzato da bisogni specifici. Persone e famiglie orientano le proprie scelte di investimento non solo in relazione alla performance, ma soprattutto alla protezione e alla sicurezza, privilegiando strumenti che consentano gradualità, controllo e flessibilità.

Athora Italia, Compagnia assicurativa vita del Gruppo Athora, è specializzata nell'offerta di prodotti assicurativi vita, con forti ambizioni di crescita nel mercato assicurativo italiano, con solide radici ed una consolidata esperienza nella bancassicurazione grazie ad una storia iniziata oltre 50 anni fa. Offriamo un'ampia gamma di soluzioni assicurative per soddisfare, in modo completo e innovativo, i bisogni di risparmio assicurativo, previdenza e protezione dei nostri clienti che serviamo attraverso un'ampia rete di partner distributivi composta da sportelli bancari, reti di consulenza finanziaria e private banking, broker, agenzie e piattaforme di comparazione.

Per informazioni: www.athora.it;

LinkedIn: www.linkedin.com/company/athora-italia

Per ulteriori informazioni:

Athora Italia, Media Contact:

Close to Media: +39 02 70006237

Davide di Battista - davide.dibattista@closetomedia.it

Elisa Gioia – elisa.gioia@closetomedia.it

Marco Gabrieli – marco.gabrieli@closetomedia.it