

**soldo**

Liberate finance.  
Accomplish more.

# Soldo Spend Index

Primavera 2026

Report su sondaggio



# Executive summary

Il Soldo Spend Index – Primavera 2026 analizza i dati di spesa di oltre 25.000 clienti in sette mercati europei, dal primo trimestre 2024 al quarto trimestre 2025. Questo report mostra dove la spesa sta crescendo, dove si sta spostando e dove si sta stabilizzando, per aiutarti a pianificare il 2026 con una visione in prospettiva su ciò che sta cambiando e su ciò che rimane invariato.

Nel 2025 molte aziende non hanno solo adottato misure per la riduzione dei costi, ma si sono concentrate sull'ottimizzazione della spesa, con un conseguente cambiamento del ruolo dei team e dei responsabili Finance. Con una spesa distribuita in modo più ampio tra ruoli, team e sedi, le aspettative in termini di controllo, velocità e reporting continuano a crescere.

Guardando al futuro, i vantaggi più significativi per le aziende deriveranno da una leadership orientata al futuro, operazioni più solide in condizioni di mercato imprevedibili, investimenti costanti, sia nelle persone sia nella tecnologia.

## Key findings:



Le spese di trasferta e rappresentanza (T&E) sono aumentate del **20% su base annua**, con un **incremento di 26 milioni di euro** nella spesa totale.



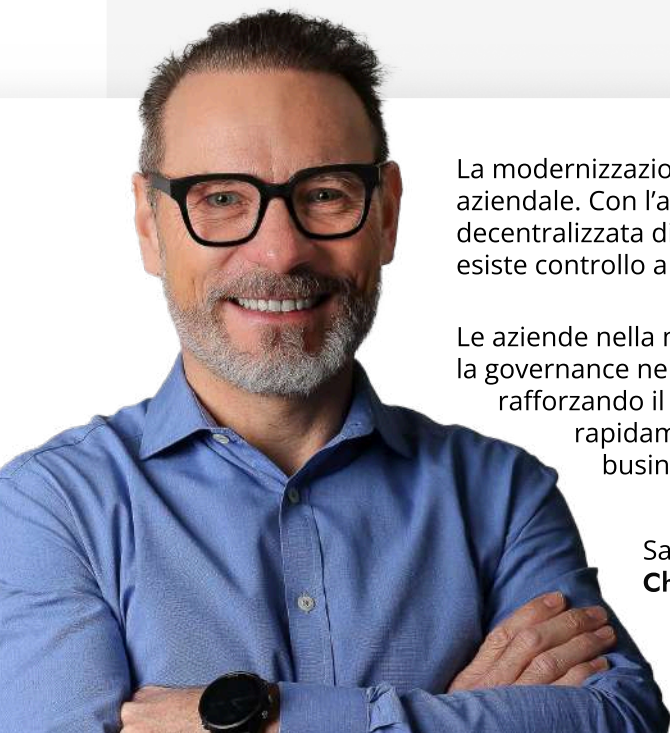
La spesa per l'AI è aumentata del **77%**, raggiungendo **2.128 €** per azienda nel 2025. Nel complesso, l'AI ha registrato un **aumento del 175%** della spesa totale, arrivando a **2,5 milioni di euro**.



La spesa dipartimentale e ricorrente è **aumentata in media del 22%**, con le piccole aziende (1-49 dipendenti) in testa.



La spesa quotidiana (o spesa operativa) costituisce ancora la maggioranza delle transazioni (**63%**), per un **totale di 876 milioni di euro**.



La modernizzazione del business sta cambiando la struttura della spesa aziendale. Con l'aumento dei viaggi e della tecnologia e una spesa decentralizzata distribuita tra team e dipendenti, il messaggio è chiaro: non esiste controllo a posteriori.

Le aziende nella migliore posizione per affrontare il 2026 stanno integrando la governance nei sistemi di spesa dei dipendenti, migliorando la visibilità e rafforzando il controllo. Con gli strumenti giusti, i team possono muoversi rapidamente senza perdere in supervisione, anche in condizioni di business difficili.

Sacha Herrmann  
Chief Financial Officer, Soldo

# Le spese T&E continuano a crescere

I viaggi di lavoro in Europa stanno aumentando. Entro il 2026, la spesa totale è prevista raggiungere i **389 miliardi di euro**, con un aumento dell'8% rispetto al 2025. L'88% di questo valore si concentra nella sola Europa occidentale.

I sei principali mercati europei per i viaggi di lavoro per paese di origine (Regno Unito, Italia, Germania, Francia, Spagna e Paesi Bassi) hanno rappresentato **241 miliardi di euro** di spesa totale nel 2025, pari al **62%**. Le principali motivazioni di viaggio includono seminari, conferenze e riunioni interne, a conferma del ritorno delle interazioni in presenza.

Questa dinamica è emersa chiaramente anche nelle spese di trasferta e rappresentanza. Nel 2025, **la spesa media in T&E è aumentata del 20%**, aggiungendo **26 milioni di euro** alla spesa totale. L'Italia ha superato la media di mercato con un aumento del **26%**, mentre il Regno Unito ha registrato una crescita più contenuta del **12%**.

Le differenze contano. La spesa per i viaggi varia in modo significativo in base al mercato, al ruolo e alle esigenze aziendali, e i dati sulle spese T&E riflettono questa diversità. Per le aziende, adottare un approccio standardizzato "taglia unica" rischia di creare attriti che riducono la produttività.

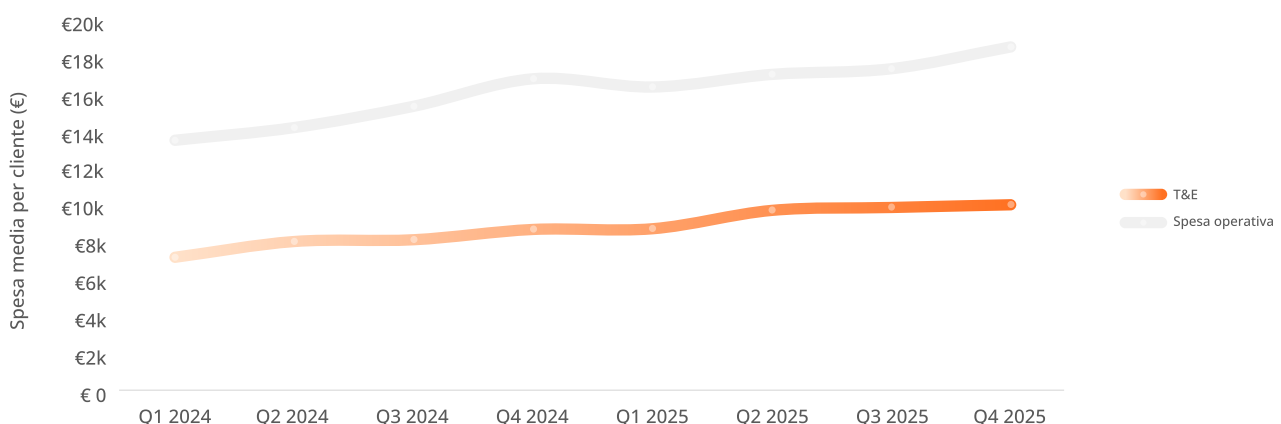
Per gestire efficacemente le spese di T&E, le aziende hanno bisogno di una governance chiara e flessibile in base al ruolo e alla sede. Limiti e regole dovrebbero riflettere il modo in cui le persone lavorano, tenendo conto delle fluttuazioni stagionali prevedibili. Quando le policy sono progettate in base alle prassi, è possibile supportare la conformità senza ostacolare l'operatività.

## In viaggio: quanto conta il tipo di azienda?

Con l'ingresso nel 2026, i viaggi di lavoro si inseriscono in un contesto complesso caratterizzato da inflazione in aumento, incertezza dell'offerta, tensioni geopolitiche e cambiamento nelle aspettative dei viaggiatori. Secondo una ricerca di [Morgan Stanley](#), quest'anno le **tariffe aeree aumenteranno del 3,7%** e i **prezzi delle camere d'albergo del 3,9%**.

Le piccole aziende (1-49 dipendenti) sono state il principale motore dell'aumento medio delle spese di trasferta, con una **crescita complessiva del 19%**. In Italia, le piccole imprese hanno registrato un aumento del 24%, mentre nel Regno Unito l'incremento è stato più contenuto ma comunque solido, pari all'8%. Le grandi aziende hanno mostrato un quadro più eterogeneo: in Italia le imprese con oltre 250 dipendenti hanno registrato una lieve contrazione dello 0,3%, mentre nel Regno Unito hanno segnato un balzo del 17%.

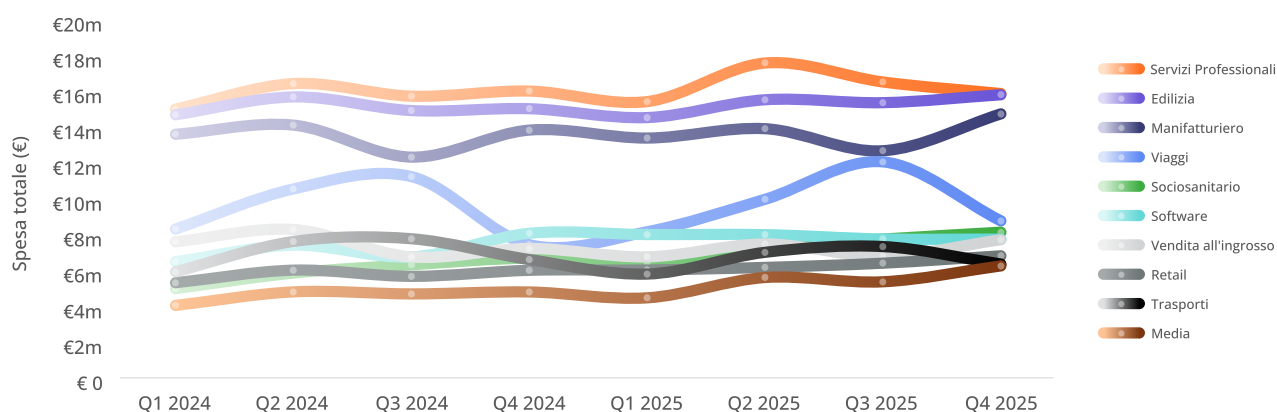
Spesa media per viaggi e rappresentanza (T&E), Q1 2024 - Q4 2025



Anche il settore aziendale ha un ruolo rilevante. I dati Soldo mostrano che i settori che registrano una spesa T&E totale più elevata, sono quelli con maggiore attività sul campo, come i servizi professionali, con i consulenti in trasferta tra i clienti, e il settore edilizio, dove gli ingegneri operano su più cantieri.

All'interno del settore viaggi la spesa ha mostrato forti oscillazioni, con picchi nel terzo trimestre sia del 2024 sia del 2025. Questo andamento riflette fattori stagionali, il pricing dinamico delle strutture, un aumento degli eventi a settembre e i cicli di pianificazioni di fine anno, che tutti insieme rendono questo periodo il più costoso per viaggiare. Nel 2025, il gruppo alberghiero IHG ha riportato un aumento dei ricavi delle camere nel terzo trimestre, confermando l'impatto legato all'alta stagione.

### Spesa totale in viaggi e rappresentanza (T&E) per settore, Q1 2024 - Q4 2025



Per le aziende che operano affidandosi alle trasferte, queste dinamiche fanno aumentare costi e rischi. Regole di viaggio chiare e una supervisione dei pagamenti diventano sempre più importanti, soprattutto in un contesto di aumento delle frodi e di inasprimento delle normative. In Italia la Legge di Bilancio 2025 ha accelerato questo cambiamento, richiedendo che tutte le spese T&E siano gestite digitalmente con registrazioni tracciabili.

## L'AI diventa la normalità



**77%**

I modelli e gli strumenti di AI sono passati da **€1.205** a **€2.128** per azienda, con un aumento del **77%**.



**175%**

La spesa totale per i primi dieci strumenti è aumentata del **175%**, pari a **2,5 milioni di euro** rispetto al 2024.

Negli ultimi anni l'intelligenza artificiale è passata da strumento sperimentale a parte integrante delle operazioni quotidiane.

Nel 2025, la spesa media per i dieci modelli e strumenti di AI più utilizzati è passata **da 1.205 a 2.128 euro per azienda**, con un **aumento del 77%** su base annua. La spesa totale sui primi dieci strumenti è cresciuta del **175%**, **pari a 2,5 milioni di euro**, rispetto al 2024.

Con altre categorie discrezionali, come la pubblicità, sotto pressione nel 2025, l'aumento della spesa per l'AI suggerisce che alcune aziende stiano riallocando i budget verso strumenti che **promettono produttività, rendendo ancora più critici la governance e il ritorno sull'investimento**.

Tuttavia, gli strumenti da soli non bastano. Le persone sono il vero motore.

Una ricerca di McKinsey mostra che il 48% dei dipendenti considera la formazione uno dei fattori più importanti per l'adozione dell'AI, eppure quasi la metà ritiene di ricevere un supporto "moderato o minimo". In questo contesto, spetta ai manager riconoscere il proprio ruolo nel guidare la modernizzazione del business.



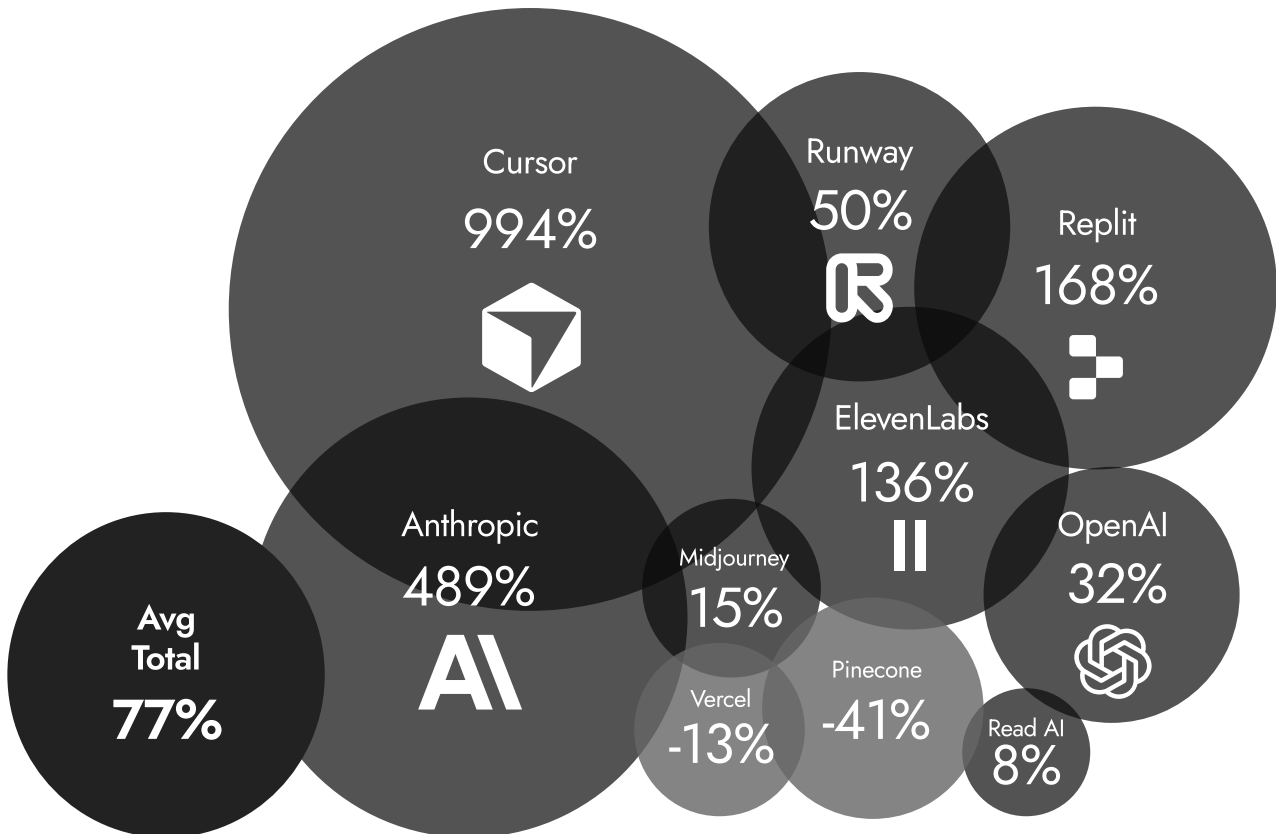
Questo gap formativo emerge anche altrove.

Lo studio [Workplace Training Report](#) del 2025 ha rilevato che solo il 14% dei dipendenti considera la formazione interna sull'AI "altamente efficace". Inoltre, nonostante il 74% dei dipendenti più giovani utilizzi regolarmente l'AI, solo il 52% ha ricevuto una formazione formale.

Questa dualità evidenzia una carenza di upskilling e una difficoltà a tenere il passo, che impediscono ai dipendenti di utilizzare l'AI in modo responsabile e intelligente nel lavoro quotidiano.

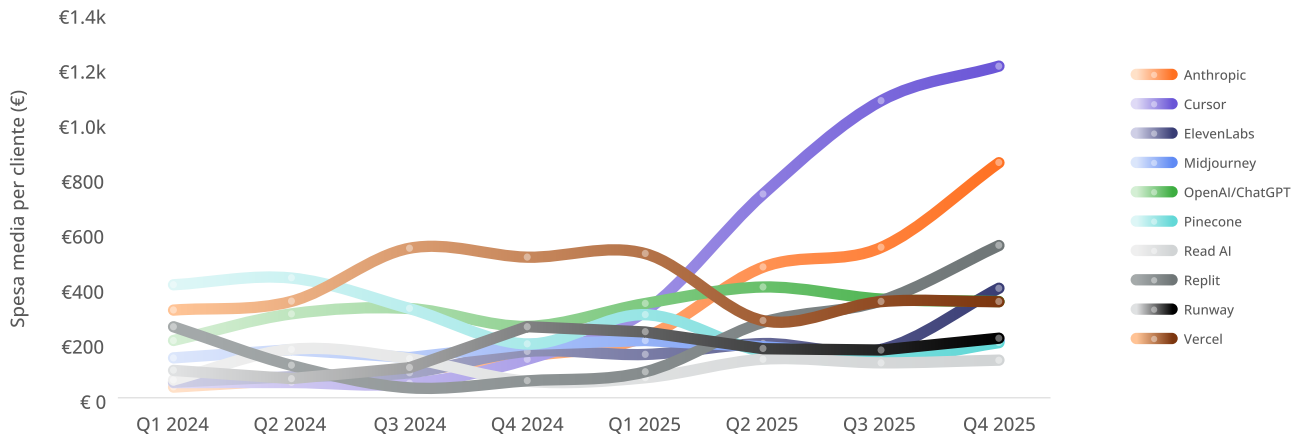
## Spesa per modelli e strumenti di AI

L'inizio del 2025 ha segnato un chiaro cambiamento nella destinazione dei budget per l'AI. La spesa media per Cursor, un editor di codice AI, è **aumentata del 994%**, seguita da Anthropic, azienda di ricerca e sicurezza AI dietro Claude, che ha registrato un **incremento del 489%**.



Gli aumenti più significativi hanno riguardato servizi specializzati che utilizzano agentic coding e piattaforme di sviluppo di app basate su AI, mentre la spesa per gli LLM generalisti ha rallentato su base annua. La spesa media per OpenAI e Midjourney è aumentata, ma a un ritmo molto più contenuto, con il primo trimestre 2025 che riflette una maggiore diversificazione di modelli e casi d'uso.

## Spesa media per applicazioni di intelligenza artificiale (AI), Q1 2024 – Q4 2025



I trend di adozione variano in base al mercato. In Italia, il terzo trimestre del 2025 ha registrato un forte aumento nell'uso di diversi modelli di AI, mentre nel Regno Unito questa crescita è stata meno marcata. In base alla dimensione aziendale, le grandi aziende (250+ dipendenti) e le medie aziende (50–249 dipendenti) hanno registrato gli aumenti più elevati della spesa media, rispettivamente del **129%** e del **108%**.


## I protagonisti dell'AI


Il cambiamento più rilevante nella spesa totale per l'AI è arrivato dai settori tradizionali, con l'aumento del 2025 che riflette un recupero da parte delle aziende che erano state più lente nell'adozione iniziale.

La crescita più rapida della spesa totale per l'AI si è registrata in:


  
**441%**  
 Servizi finanziari

  
**437%**  
 Servizi del settore pubblico

  
**418%**  
 Manifatturiero

  
**225%**  
 Edilizia

  
**201%**  
 Energia e utilities

  
**187%**  
 Farmaceutico

Questo andamento suggerisce che l'adozione dell'AI sta andando oltre gli early adopter, coinvolgendo anche settori in cui regolamentazione e complessità operativa aumentano la posta in gioco. Con l'ampliarsi dell'adozione, la sfida per i responsabili Finance va oltre l'AI in sé.

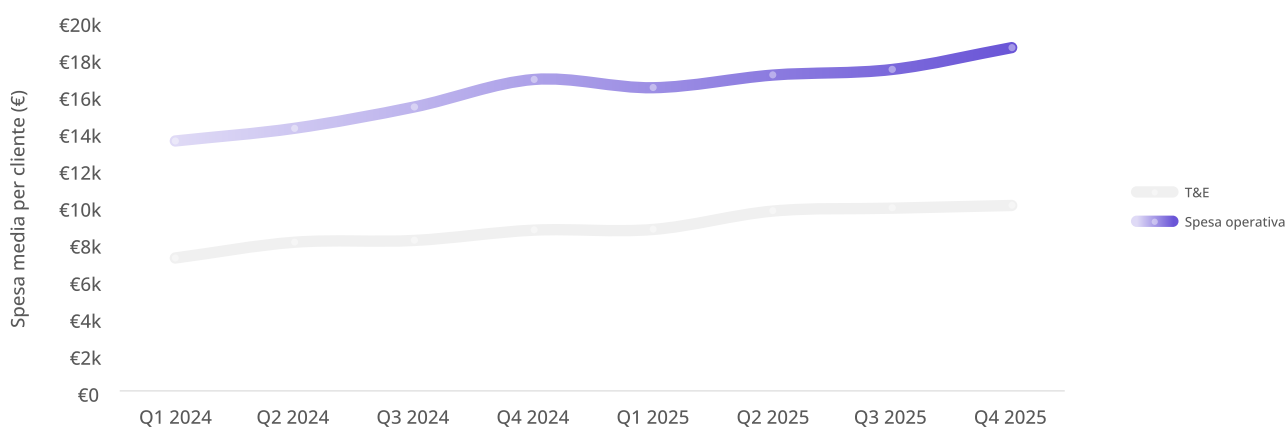
Scalare tecnologia e business senza aumentare complessità, attività amministrative, rischio o fragilità in audit richiede che controllo e trasparenza siano integrati direttamente nel sistema di gestione delle spese, anziché aggiunti tramite strumenti disconnessi o controlli manuali.

# Spese operative: la routine

La spesa operativa è facile da sottovalutare. Si tratta di acquisti piccoli e frequenti che mantengono viva l'operatività delle aziende e su cui il Finance avverte spesso per primo il carico amministrativo. Distribuita tra team e reparti, può passare inosservata fino alla chiusura del mese.

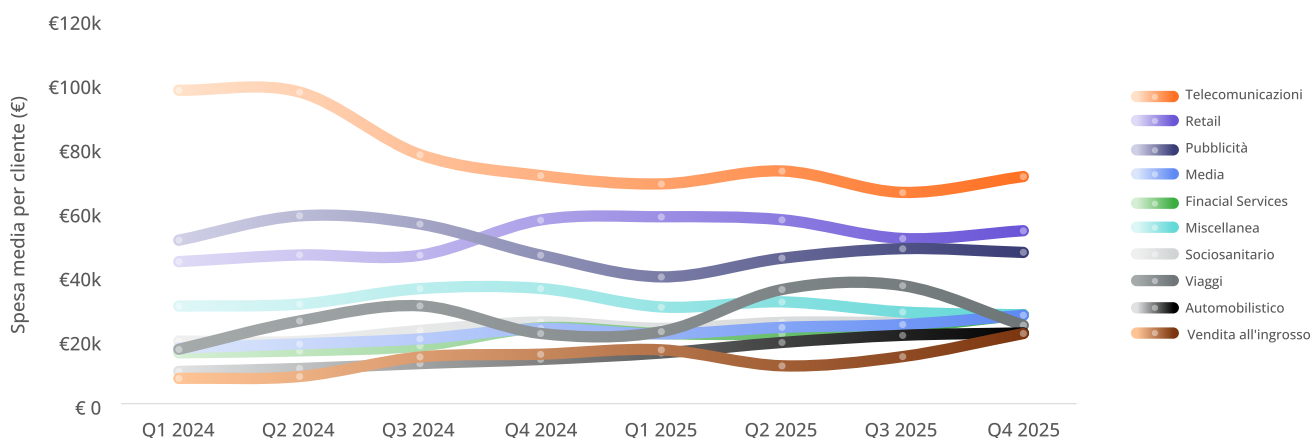
Nel 2025, la spesa operativa ha rappresentato quasi due terzi (**63%**) della spesa totale, raggiungendo **876 milioni di euro**. Rispetto al 2024, questo dato segna un **aumento del 16% su base annua**, riflettendo una maggiore capacità di spesa per i beni essenziali e l'aumento dei costi e dei tassi di interesse.

## Spesa operativa media vs. spesa media per viaggi e rappresentanza (T&E), Q1 2024 - Q4 2025



La crescita varia per settore. Nel 2025, la spesa operativa media è aumentata del **65% per il manifatturiero**, del **41% per il commercio all'ingrosso** e del **26% per il settore viaggi**. Al contrario, le telecomunicazioni hanno ridotto la spesa operativa del 19%, mentre la pubblicità ha ridotto la spesa del 15%.

## Spesa operativa media per settore, Q1 2024 - Q4 2025

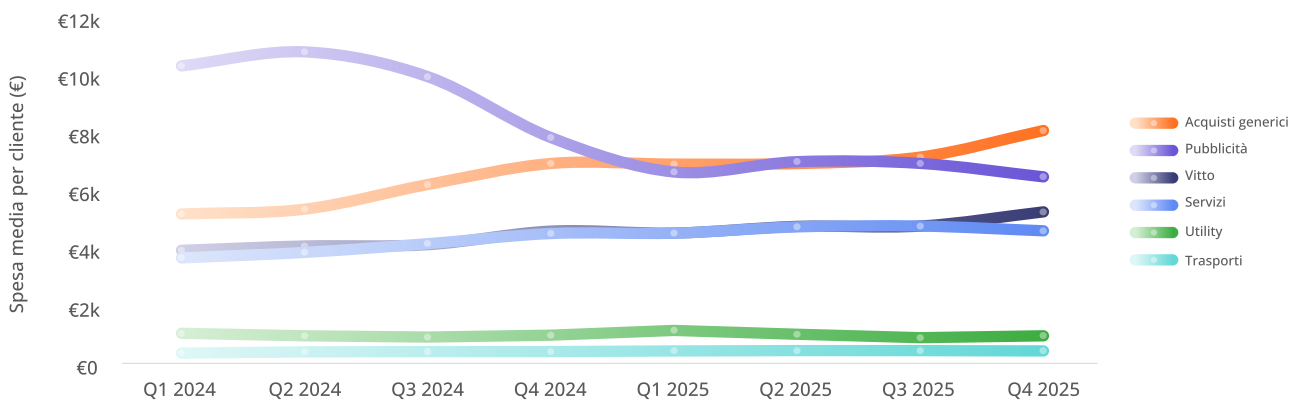


Analizzando più nel dettaglio le voci di spesa, la spesa media per **la pubblicità è diminuita del 31%** nel 2025, con le medie aziende (50–249 dipendenti) e le grandi aziende (250+ dipendenti) in prima linea in questa contrazione. Per mercato, **l'Italia ha registrato una riduzione del 21%**, mentre il Regno Unito del 28%. Al contrario, le piccole aziende hanno seguito una direzione opposta, avendo incrementato la spesa pubblicitaria del 22%.

Questa contrazione riflette un rallentamento degli investimenti nei media principali, nelle ricerche di mercato e nel marketing, con [IPA Bellwether](#) che ha riportato un saldo netto di **riduzione dei budget del -4,8%** all'inizio del 2025, a conferma di questa tendenza.

Allo stesso tempo, **la spesa per beni essenziali è aumentata in tutti i settori**. Gli acquisti sono cresciuti del 23% complessivamente (**41% in Italia** / 24% nel Regno Unito), il cibo del 16% (30% nel Regno Unito), i servizi del 15% e i trasporti del 12%. Questo riflette una riallocazione dei budget verso categorie che coinvolgono più reparti, mentre altre aree si sono stabilizzate.

### Spesa operativa media per tipologia di spesa, Q1 2024 - Q4 2025



Quando le spese sono rapide e frequenti, il controllo è la principale preoccupazione. Le approvazioni caso per caso rischiano di rallentare le operazioni. Le aziende devono passare da processi reattivi a un controllo proattivo che migliori la visibilità senza creare ostacoli.

Guardando avanti, i leader Finance continueranno a dare priorità al controllo dei costi e alla produttività. [PwC](#) riporta che quasi due terzi (**58%**) dei Chief Finance Officer prevedono di aumentare l'attenzione sulle previsioni di cassa e di liquidità, per gestire meglio il contesto volatile attuale.



**La spesa operativa è ripetitiva ed è una delle aree più semplici da modernizzare. L'obiettivo dovrebbe essere l'ottimizzazione dei costi, non il taglio reattivo a posteriori.**

Per i team Finance, i progressi concreti iniziano con alcuni interventi mirati:



**Implementare approvazioni basate sulle policy:** definire e applicare regole ai pagamenti a priori, in modo da poter spendere entro limiti certi senza controllo costante.



**Personalizzare i budget:** con limiti di spesa per ruolo, reparto e sede.



**Automatizzare per risparmiare tempo:** semplificare le operazioni di cattura delle ricevute o gestione delle eccezioni.



**Rafforzare il controllo:** sui fornitori e sui servizi ricorrenti



**Potenziare i processi di audit:** creare una traccia digitale collegando automaticamente i pagamenti agli esercenti.

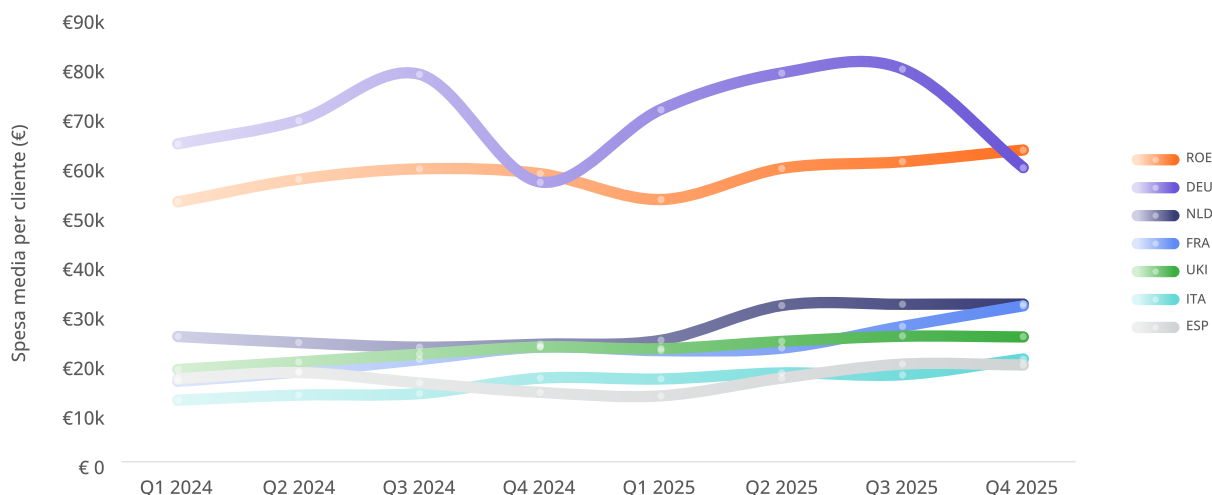
## Spesa dipartimentale e ricorrente

ChatGPT Enterprise? Spesa ricorrente. Il freelance di fiducia? Spesa dipartimentale. Lo stand alla prossima fiera B2B? Sempre spesa dipartimentale. Questa categoria comprende acquisti specifici dei reparti, oltre che abbonamenti, strumenti e servizi esterni, spesso effettuati al di fuori dell'Ufficio Acquisti centrale.

Nel 2025 la spesa media dipartimentale specifica per il marketing è **umentata del 22%**, con incrementi rilevanti in Francia (**33%**), Italia (**29%**), Paesi Bassi (**24%**) e Regno Unito (**17%**). Complessivamente, ciò ha aggiunto **48 milioni di euro** di spesa nel 2025.

Una volta integrati nel lavoro quotidiano, questi strumenti e servizi sono difficili da dismettere. I budget possono variare, ma gli abbonamenti tendono a rimanere, perché i team vi fanno affidamento per le attività quotidiane.

Spesa media dipartimentale marketing per mercato, Q1 2024 - Q4 2025





Nelle aziende più grandi (250+ dipendenti) la spesa media per il marketing è aumentata del **105% in Francia** e del **22% nel Regno Unito**, mentre la **Spagna** ha registrato una **diminuzione del 39%**. Tra le piccole aziende, tutti i mercati hanno visto un aumento della spesa marketing, guidato da:



35%



31%



12%

La spesa dipartimentale e ricorrente continuerà a mettere alla prova l'equilibrio tra produttività e controllo dei costi. I team continueranno ad acquistare strumenti e servizi per lavorare più velocemente, mentre il Finance sarà chiamato a migliorare prevedibilità e supervisione per ridurre i costi inattesi.

Questa tensione rappresenta una grande opportunità di modernizzazione, poiché permette alle aziende di scalare strumenti e servizi senza scalare il lavoro manuale, proteggendo i budget.

# Spotlight: Ufficio Acquisti

Negli ultimi anni, il Procurement ha affrontato sfide significative, tra cui le interruzioni delle supply chain e l'aumento dei costi. Il risultato è stata una maggiore attenzione ad agilità e riduzione del rischio.

Nel 2026 i responsabili degli Uffici Acquisti dovranno ripensare il funzionamento della spesa decentralizzata, ovvero di tutti gli acquisti quotidiani effettuati dai team al di fuori del Procurement centrale (spesso definiti "tail spend" o "maverick spend").

In questo approfondimento analizziamo dove la spesa è in aumento, cosa significa in termini di priorità e come l'Ufficio Acquisti può migliorare visibilità e controllo.

Il 2025 mostra gli Uffici Acquisti impegnati a bilanciare velocità e controllo della spesa decentralizzata. In tutti i settori, dalla manifattura all'assistenza socio-sanitaria, i responsabili stanno adottando un approccio progressivo alla spesa senza perdere di vista conformità, valore e relazioni con i fornitori.

I numeri parlano chiaro.

## Gli investimenti in AI sono aumentati del 175%

Questo incremento riflette un cambiamento a livello aziendale volto a integrare l'AI nel quotidiano. Ciò significa che questi strumenti compariranno sempre più spesso nei requisiti di sourcing, nelle offerte dei fornitori e nei termini contrattuali, ambiti in cui il Procurement svolge un ruolo cruciale.

I responsabili degli Uffici Acquisti sono chiamati a selezionare fornitori di AI e a valutare gli strumenti in termini di compliance e valore nel lungo periodo. Questo offre l'opportunità di guidare il cambiamento, collaborando con i team data e analytics per garantire un utilizzo dell'AI ambizioso ma responsabile.





## La spesa dipartimentale e ricorrente è cresciuta in media del 22%

Le aziende investono in strumenti che permettono di lavorare più velocemente e collaborare meglio. Tuttavia, se l'acquisto di software è distribuito tra diversi team, possono emergere duplicazioni di licenze, rinnovi mancati e sovrapposizione di tool simili.

L'Ufficio Acquisti dovrebbe avere visibilità su tutti i contratti in un unico ambiente, è più semplice tenere sotto controllo i costi, ridurre i rischi e garantire che gli strumenti scelti offrano valore.

## I servizi professionali sono aumentati in media del 27%

Le aziende ricorrono sempre più spesso a specialisti esterni, dall'ESG reporting alla compliance, dalla consulenza legale ai progetti tecnici. Il procurement spesso gestisce i rapporti contrattuali: ciò implica definire aspettative chiare attraverso solidi framework, creare checkpoint di governance regolari e perseguire il consolidamento dei fornitori per rafforzare il potere d'acquisto e ridurre i rischi.

“

**Solo fare l'onboarding di un fornitore può richiedere mesi. Delegando gli acquisti minori e automatizzando parte del processo, liberiamo il tempo dell'Ufficio Acquisti per dedicarsi alle relazioni strategiche con i fornitori.**”

Jitesh Patel, Group AP Manager di Soldo

# Le spese T&E sono aumentate del 20%, con un incremento di 26 milioni di euro

I viaggi di lavoro e le relative spese sono in crescita e spesso determinati da incontri commerciali, consegna di progetti e partecipazione a eventi.

Senza un piano o un framework, i costi possono aumentare rapidamente e le opportunità di negoziare condizioni migliori con i fornitori rischiano di andare perse. Esiste inoltre un tema di compliance: senza controlli adeguati, possono passare richieste non conformi alle policy interne, da ricevute false a spese fuori policy.

L'Ufficio Acquisti può essere di supporto indirizzando le prenotazioni verso fornitori affidabili e garantendo che vengano acquisiti i dati di ogni singolo viaggio. Queste informazioni aiutano le negoziazioni future e assicurano la conformità.

## La spesa operativa è aumentata del 20%

Spesso si tratta di acquisti di basso valore ma ad alto volume effettuati dai vari reparti; singolarmente possono sembrare insignificanti, ma nel complesso rappresentano una quota rilevante del budget. Senza supervisione, celano inefficienze e costi superflui.

L'Ufficio Acquisti può affrontarle con piattaforme per le spese decentralizzate con controlli integrati. I dipendenti possono acquistare rapidamente, mentre l'Ufficio Acquisti mantiene visibilità su cosa viene speso e dove.

L'analisi dei pattern di spesa consente inoltre di individuare opportunità di consolidamento, mentre le restrizioni per categoria o merchant aiutano a mantenere la spesa all'interno delle policy.



## Cosa significa tutto questo per il Procurement?

La prima metà del 2025 mostra l'Ufficio Acquisti come facilitatore e garante della spesa decentralizzata. La sfida è facilitare i dipendenti e i team a spendere nel rispetto delle policy, utilizzando i dati generati da queste transazioni per migliorare la strategia con i fornitori e le operazioni aziendali.

Che si tratti di stare al passo con l'AI, supervisionare i roll-out di software, gestire rapporti con fornitori di servizi specialistici o applicare i controlli sulle spese marginali, l'Ufficio Acquisti è nella posizione migliore per guidare il cambiamento.

# La soluzione di Soldo



**Wallet dedicati:** assegna wallet a dipendenti, team o progetti, ciascuno con regole e limiti propri. Così sai chi spende e come spende.



**Permessi basati sui ruoli:** decidi chi può spendere, approvare o gestire i budget. Conservi il controllo ma deleghi alle persone giuste.



**Classificazione automatica delle spese:** Soldo etichetta automaticamente le transazioni usando i dati del merchant. Meno errori, più velocità nella riconciliazione e report più accurati.



**Carte aziendali:** crea e assegna carte virtuali o fisiche in pochi secondi. Zero attese o lunghe procedure.



**Limiti di spesa regolabili:** aggiorna i limiti delle carte in tempo reale. Cambiano le priorità? Regola tutto con un clic.



**Integrazioni seamless con i software di contabilità:** sincronizza i dati di spesa con strumenti come Xero, NetSuite e altri. Stop al doppio lavoro e al data entry manuale.



**Workflow di approvazione personalizzati:** imposta regole semplici per l'approvazione delle spese, mantenendo visibilità su ogni transazione.

## Metodologia

L'analisi si basa sui dati aggregati e anonimi di oltre 25.000 clienti Soldo e si riferiscono al periodo tra H1 2024 e H2 2025 nei seguenti mercati: Regno Unito e Irlanda, Italia, Francia, Spagna, Germania, Paesi Bassi e ROE (rest of Europe). Dimensioni aziendali: Piccole imprese (1-49), Medie Imprese (50-249), Grandi imprese (250+)

# Prenota una demo e scopri come Soldo può aiutarti.

Prenota una demo

Visita [www.soldo.com](http://www.soldo.com) per maggiori informazioni.

Soldo® 2026. Tutti i diritti riservati.

