



Camera di Commercio  
Firenze  
*dal 1770 la casa delle imprese*



# I consumi in Toscana rilevati attraverso i pagamenti digitali

Giugno 2023

a cura dell'Ufficio Studi e statistica



## I consumi in Toscana rilevati attraverso i pagamenti digitali. Giugno 2023

L'analisi della reportistica settimanale *World Line MS Italia (in precedenza Axepta)*, riguardante le variazioni registrate per classi merceologiche rispetto allo stesso periodo del 2019, consente di arrivare a ricavare indicazioni di tendenza di medio periodo, intercettando gli orientamenti di spesa per settore<sup>1</sup>.

L'indice aggregato World Line – Axepta focalizzato sull'ultima settimana di giugno 2023 ha evidenziato una variazione del +5,2% a valori nominali, continuando a risentire dell'andamento dell'inflazione, visto che, anche se meno intensa, alcune componenti mostrano sempre una certa rigidità (inflazione core, beni alimentari e “carrello della spesa”) insieme anche alle voci che afferiscono all'indice Axepta come l'automotive, gli acquisti di prodotti alimentari e beni di arredamento; l'indice nominale si sta affievolendo passando da un +14,5% a un +5,2% con una media del mese di giugno pari a +11,1% in rallentamento rispetto a maggio (+15%).

Il rientro dell'inflazione al consumo seguendo il rallentamento delle componenti energetiche, influenza soprattutto i carburanti e le utenze domestiche; le imprese industriali dovrebbero iniziare un graduale spostamento verso il basso dei prezzi alla produzione. In generale la frenata dell'inflazione al consumo è stata piuttosto rallentata dal moto inerziale dei beni non energetici (soprattutto alimentari e relativi al “carrello della spesa”) e dei servizi (ricettivi, ristorazione e intrattenimento).

La lentezza con cui stanno rientrando i prezzi influenza, insieme ad una perdita dei salari reali tendono quindi ad erodere il potere d'acquisto; se consideriamo anche gli effetti della politica monetaria sui tassi di interesse, compreso in particolare il credito al consumo, ben si capisce come i consumi tenderanno a risentirne, con un'attenuazione della dinamica finalizzata, tuttavia, ad una stabilizzazione, senza che vi sia un vero e proprio crollo. Di fatto l'inflazione attuale non è certo alimentata dalle dinamiche retributive, che sono sì aumentate, ma non in modo tale da recuperare le recenti perdite subite, tanto che la ripresa dei margini di profitto ha più che compensato l'aumento del costo del lavoro, insieme alla compressione dei prezzi delle materie prime.

il mantenimento di una moderata intonazione positiva dei consumi sembrerebbe dipendere soprattutto da un cambiamento delle abitudini di acquisto, tanto che si parla, nei rapporti specifici sui consumi, di “prosumer”, termine coniato negli anni ottanta, per indicare il consumatore che produce nell'atto stesso in cui consuma (per esempio chi installa i pannelli fotovoltaici), ripreso recentemente con un'accezione simile, ma differente: ovvero si tratta di un consumatore maggiormente consapevole, attento ai prezzi dei prodotti e alle relative variazioni, ma anche meno fedele al marchio del distributore oltre che dei prodotti, in grado di selezionare cosa comprare e decidere come consumare, cercando di attenuare l'impatto dei forti aumenti di prezzo sul reddito familiare. Ciò ha portato anche a selezionare i canali di acquisto, dove fa da padrone il commercio elettronico, che dopo il decollo nel corso della pandemia ha acquisito carattere strutturale, insieme anche alla ripresa della domanda presso i discount segnalando una ricerca da parte delle famiglie dei formati più convenienti (considerando che sia i produttori che i distributori tradizionali stanno riducendo, in alcuni casi, i formati senza tuttavia ridurre i prezzi). Inoltre stanno diminuendo gli acquisti di impulso a favore di un approccio maggiormente strategico capace di “studiare” i prodotti e individuare le migliori offerte.

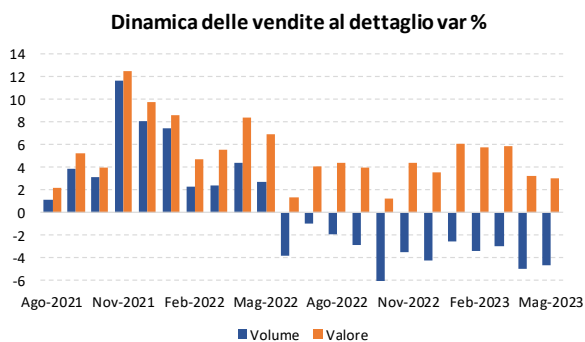
Il consumatore attuale cerca di adattarsi ai nuovi prezzi che deve fronteggiare per i beni di acquisto abituale (prevalentemente alimentari) confrontandosi con il cambio di formati dei vendita che sta interessando alcune produzioni alimentari, cercando di scegliere sempre l'offerta

---

<sup>1</sup> I dati sono disponibili facendo riferimento al territorio dell'intera Toscana.

più conveniente. Si sta profilando un indebolimento della domanda di beni di largo consumo, in cui i consumatori tendono a ricercare l'offerta migliore, andando oltre il negozio preferito, ma all'opposto cercando la migliore combinazione "negozio-prodotti necessari", in grado di offrire una valida opportunità di risparmio.

Se osserviamo le variazioni di quest'ultima settimana di giugno 2023 e la corrispondente di giugno 2022 (rispetto al 2019) emerge una dinamica aggregata, come si è detto, che tende a rallentare (da +14,5% a +5,2%) dopo un mese che è andato piuttosto bene nelle precedenti settimane (media +12,6%). L'indice settimanale Acepta-World Line pur evidenziando la tendenza a ridurre il grado di concentrazione settoriale, l'andamento dell'indice di diffusione spiega questa riduzione dell'indice aggregato con una quota di settori con dinamica positiva che passa da circa tre quarti a circa due terzi.

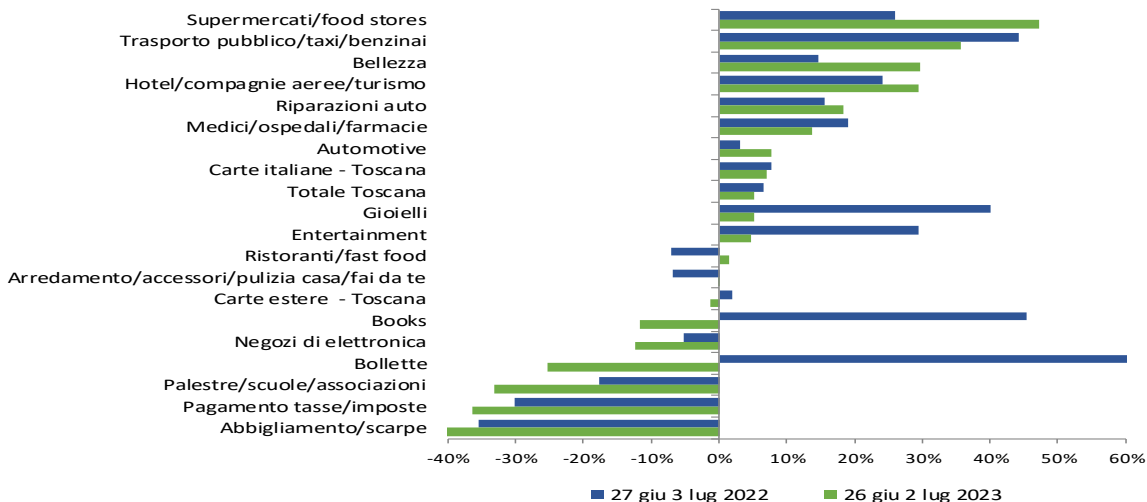


Fonte: elaborazioni su dati World Line – Acepta e Istat

L'andamento delle carte estere evidenzia un'inversione con una variazione che diviene negativa, rallentando il ritmo di espansione in quest'ultima settimana (da +12,8% a -1,3%); quelle nazionali mantengono valori moderatamente positivi (da +15% a +6,9%).

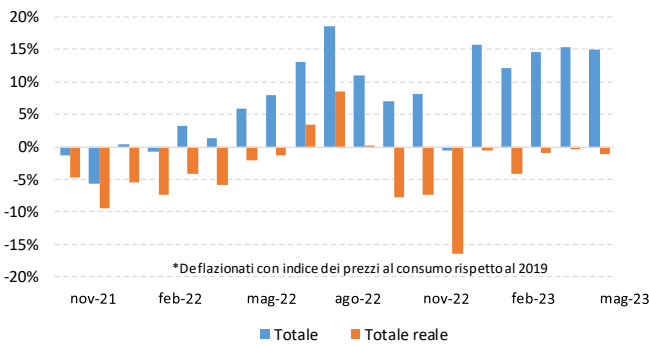
In aumento i supermercati (+47,2%), le attività relative ai trasporti (+35,7%), quelle degli istituti di bellezza (+29,7%) e anche le attività turistiche (+29,5%) che risultano anche in miglioramento, fino ad arrivare alle riparazioni auto (+18,4%) e alle attività sanitarie (+13,6%); bene anche per l'automotive (+7,8%); in forte rallentamento l'intrattenimento (da +40% a +5,1%) e le vendite di gioielli (da +40% a +5,1%); dinamica moderata per la ristorazione (+1,5%) e stazionaria per l'arredamento (-0,2%); dinamiche ampiamente negative sono state fatte osservare da libri (-11,6%), negozi di elettronica (-12,5%), pagamento bollette (-25,3%), palestre (-36,4%) e prodotti del sistema moda (-40,8%).

### Confronto variazioni ultima settimana di giugno 2022 vs giugno 2023 rispetto al 2019

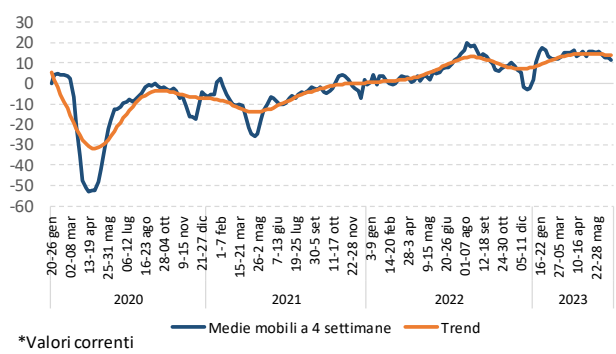


Fonte: elaborazioni su dati World Line-Acepta

**Dinamica mensile indice consumi Acepta:  
valori nominali e reali\***

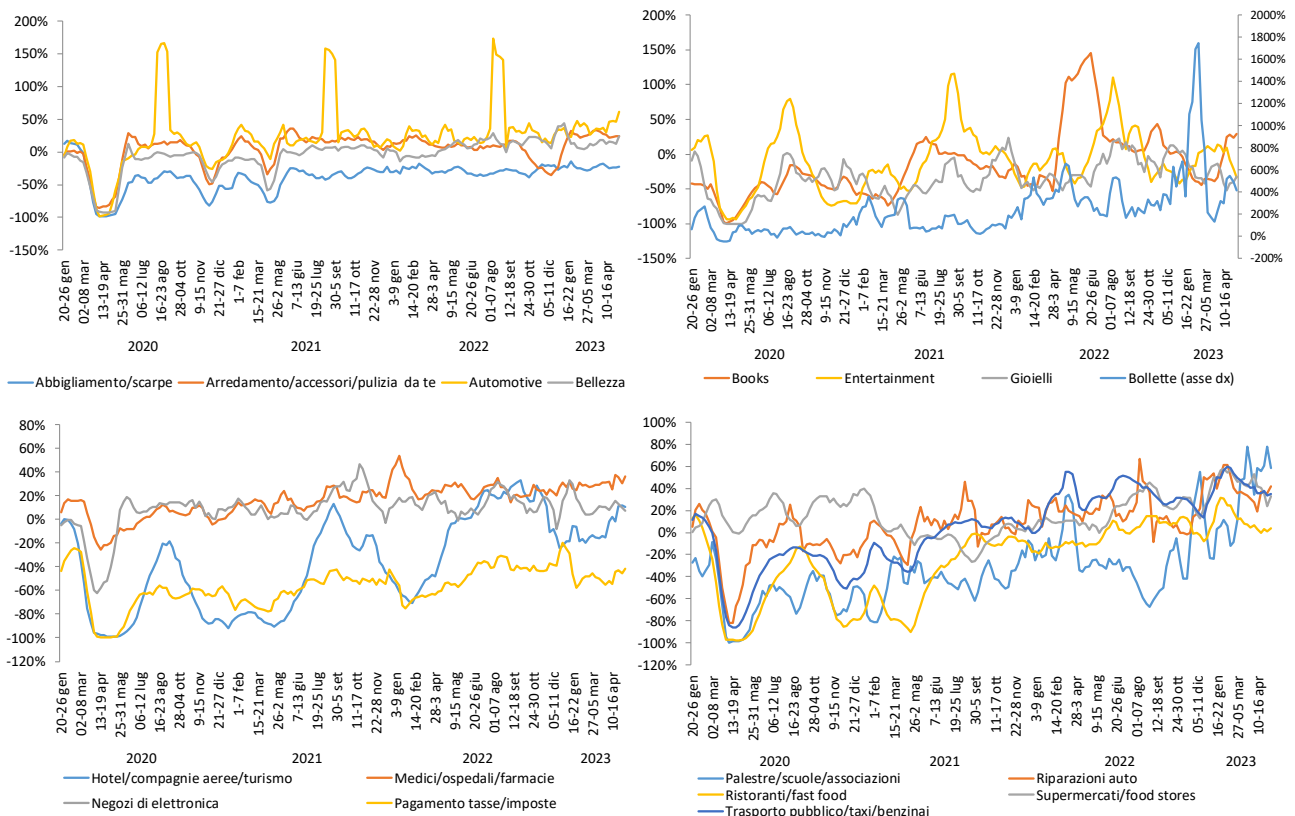


**Dinamica settimanale delle operazioni con carta di credito  
in Toscana Totale settori (variazioni rispetto al 2019)\***



Se osserviamo i dati World Line – Acepta mensilizzati possiamo notare come in termini nominali a giugno la dinamica positiva tenda a rallentare nei confronti dei mesi precedenti (da +15% di maggio a +11,1% di maggio il dato medio) ma se deflazioniamo usando l'indice dei prezzi al consumo quadriennale (2019/2023) si ottiene una contrazione del 5% apparendo in netto deterioramento nei confronti del mese precedente (-1,2%). Si tratta di un dato negativo che tende a peggiorare, risentendo sia di un'inflazione sostenuta su 4 anni (+16%) e sia di un rallentamento dell'indice World Line-Acepta legato all'indebolimento dei consumi.

**Dinamica delle operazioni con carta di credito per settore, medie mobili mensili**



Osservando la dinamica di fondo delle operazioni con carta di credito si possono vedere gli orientamenti e le tendenze di riferimento per i settori studiati.

## Dinamica delle operazioni con carta di credito per settore, trend



Fonte: elaborazioni su dati Azepto

L'analisi dei dati delle transazioni tramite i numeri indice consente di valutare ancora meglio la dinamica settoriale, confermando quanto emerso sia dalla valutazione del dato singolo che dall'analisi del trend.

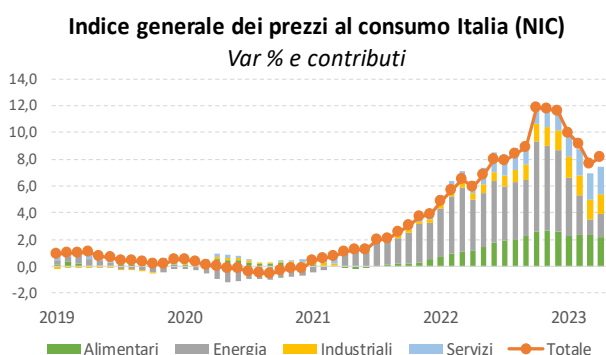
	Numeri Indice (base gen 2020=100)		
	II <sup>a</sup> sett di giu 2023	III <sup>a</sup> sett di giu 2023	IV <sup>a</sup> sett di giu 2023
Abbigliamento/scarpe	68,3	78,7	52,8
Arredamento/accessori/pulizia casa/fai da te	95,1	124,2	104,2
Automotive	133,2	140,6	115,3
Bellezza	129,2	144,8	141,3
Bollette	83,6	17,8	46,6
Books	250,8	268,0	154,0
Entertainment	128,8	125,6	98,4
Gioielli	207,1	96,1	115,9
Hotel/compagnie aeree/turismo	97,7	137,6	134,2
Medici/ospedali/farmacie	115,4	112,9	107,4
Negozi di elettronica	108,0	103,7	91,9
Pagamento tasse/imposte	138,5	110,9	112,9
Palestre/scuole/associazioni	126,8	218,1	92,3
Riparazioni auto	126,2	95,5	112,3
Ristoranti/fast food	97,1	95,1	90,0
Supermercati/food stores	156,9	148,5	146,8
Trasporto pubblico/taxi/benzinai	122,8	128,4	122,0

Fonte: elaborazioni su dati World Line-Azepto

La differenza rispetto ai livelli del 2019 per alcuni settori è già stata superata (nonostante l'impatto dell'inflazione), per altri viene coperta e ridotta in modo molto graduale (per esempio sistema moda, gioielli, intrattenimento), come possiamo vedere dalla successiva tabella in cui i numeri indice sono calcolati con base 2019=100<sup>2</sup>. Da notare il buon andamento del turismo (115,7) e la risalita di poco superiore al livello del 2019 della ristorazione (105,5).

	Numeri Indice (base mobile settimanale 2019=100)		
	III <sup>a</sup> sett di giu 2022	IV <sup>a</sup> sett di giu 2022	IV <sup>a</sup> sett di giu 2023
Abbigliamento/scarpe	78,2	59,0	75,6
Arredamento/accessori/pulizia casa/fai da te	125,6	115,6	111,2
Automotive	117,8	113,5	123,4
Bellezza	111,2	108,0	122,0
Bollette	60,0	139,0	224,5
Books	143,3	107,7	127,4
Entertainment	94,7	112,1	102,9
Gioielli	67,2	66,3	97,5
Hotel/compagnie aeree/turismo	63,0	69,4	115,7
Medici/ospedali/farmacie	108,7	111,0	120,2
Negozi di elettronica	100,0	90,4	100,9
Pagamento tasse/imposte	49,8	51,8	61,8
Palestre/scuole/associazioni	68,9	67,6	144,5
Riparazioni auto	87,3	119,9	126,2
Ristoranti/fast food	76,6	73,0	105,5
Supermercati/food stores	92,9	105,6	144,0
Trasporto pubblico/taxi/benzinai	107,4	104,7	134,3

Fonte: elaborazioni su dati Acepta



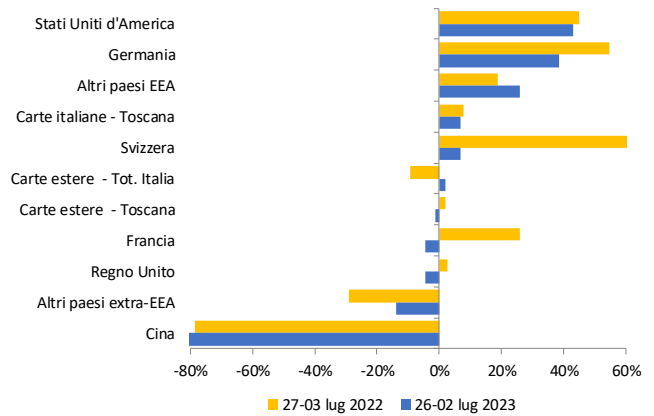
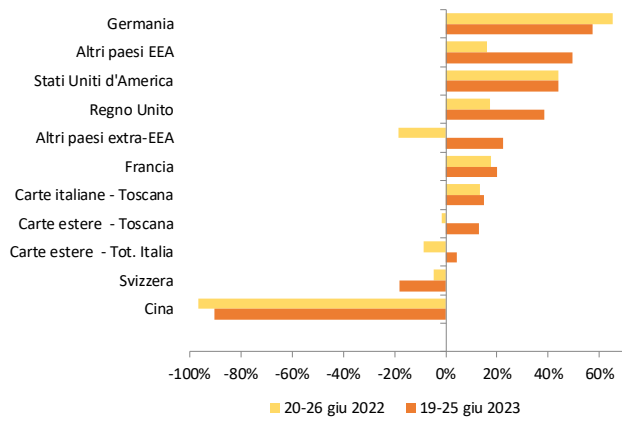
Fonte: elaborazioni su dati Istat



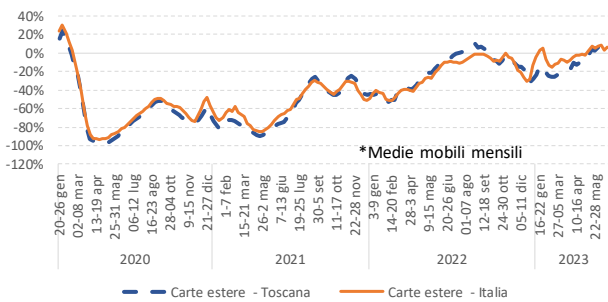
Per quanto riguarda la provenienza delle carte, le transazioni con carte estere hanno fatto osservare nella settimana dal 26 giugno al 2 di luglio una variazione moderatamente negativa (-1,3%) dopo il discreto andamento registrato nelle due precedenti settimane, ma contestualmente ad una tenuta della dinamica di quelle italiane (da 15% a +6,9%). La contenuta contrazione della componente estera dipende principalmente dalla diminuzione rilevata per Cina (-88,5%), altri paesi extra-europei (-13,9%) insieme a Francia (-4,4%) e Regno Unito (-4,5%); all'opposto risultano positive le dinamiche rilevate per Stati Uniti (+43%), Germania (+38,6%), Svizzera (+6,9%) e altri paesi europei (+26,1%).

<sup>2</sup> Riguardo al 2019 abbiamo preso come riferimento base la relativa settimana: per esempio per la seconda settimana di ottobre 2022 la base è la seconda settimana di ottobre 2019 (=100).

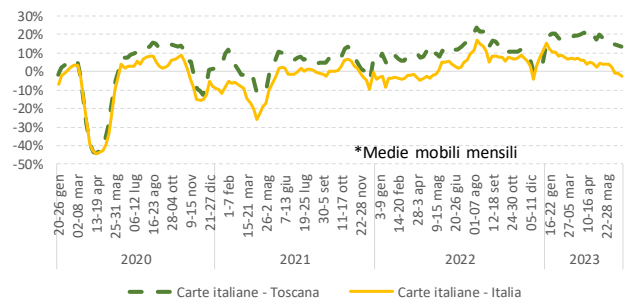
## Confronto variazioni ultime due settimane: provenienza



### Confronto dinamica carte estere\*



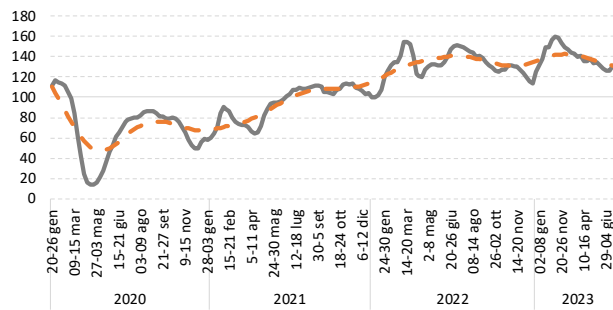
### Confronto dinamica carte italiane\*



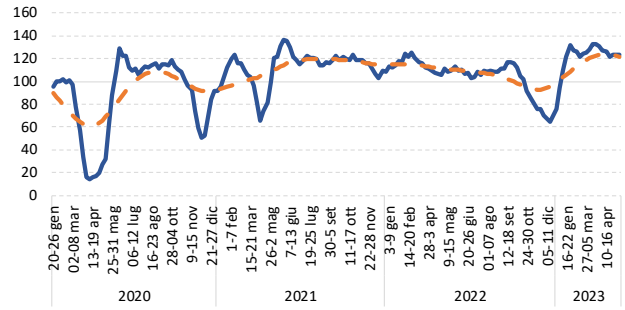
Fonte: elaborazioni su dati World Line - Axepta

## Dinamica per alcuni settori (Numeri indice a base 2019=100; medie mobili mensili e trend)

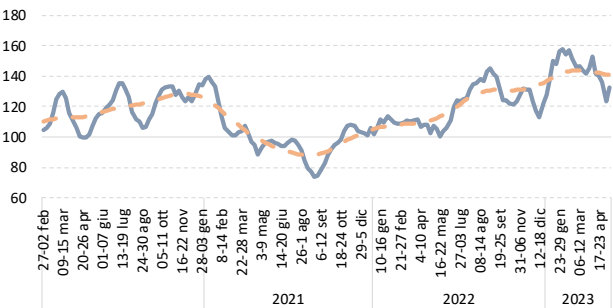
### Trasporto pubblico/taxi/benzina



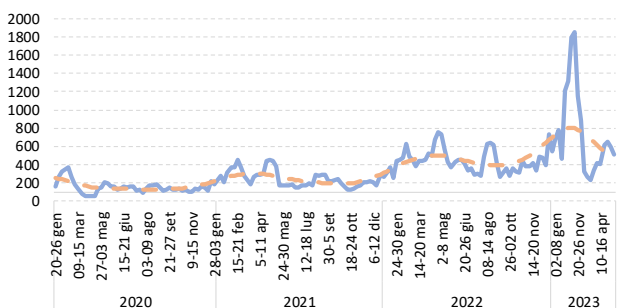
### Arredamento/accessori/pulizia casa/fai da te



### Supermercati/food stores



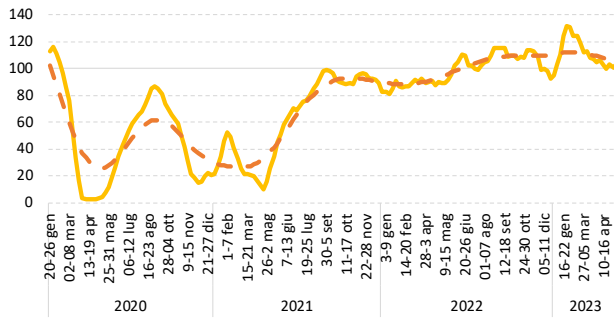
### Bollette



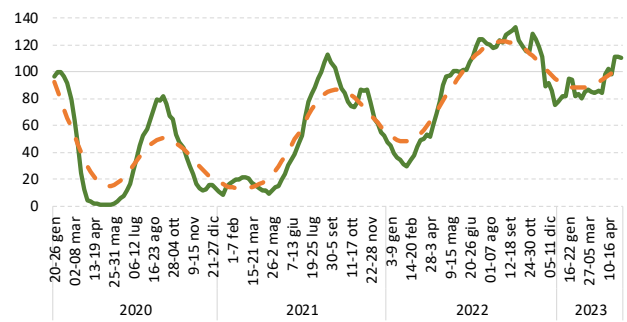


## Dinamica per alcuni settori (Numeri indice a base 2019=100; medie mobili mensili e trend)

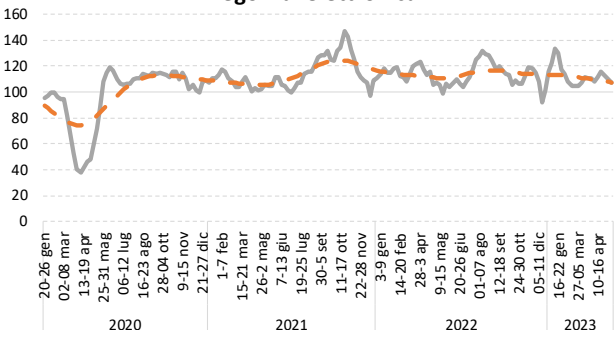
### Ristoranti/fast food



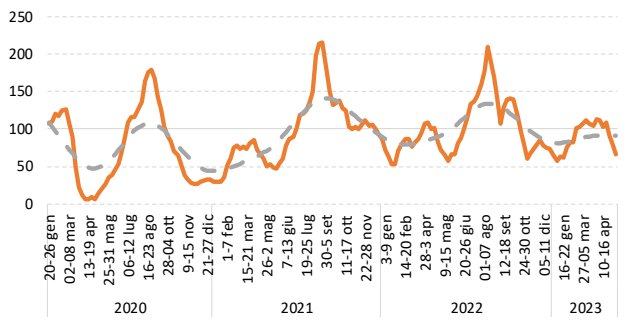
### Hotel/compagnie aeree/turismo



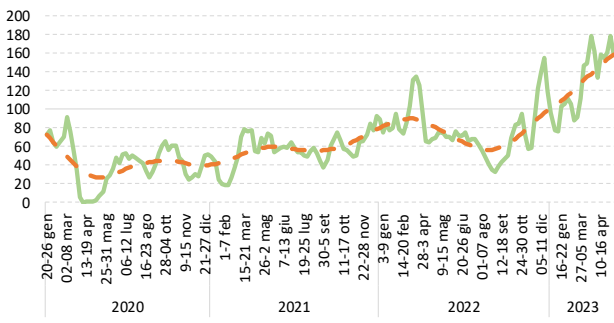
### Negozi di elettronica



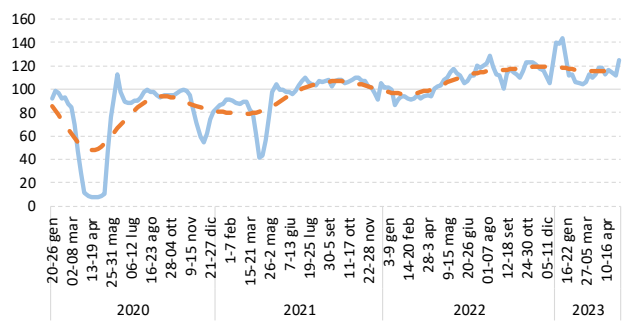
### Intrattenimento



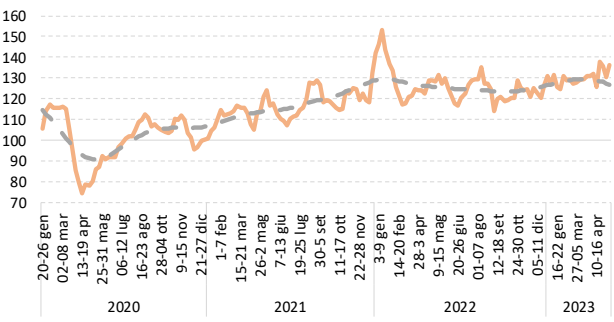
### Palestre/scuole/associazioni



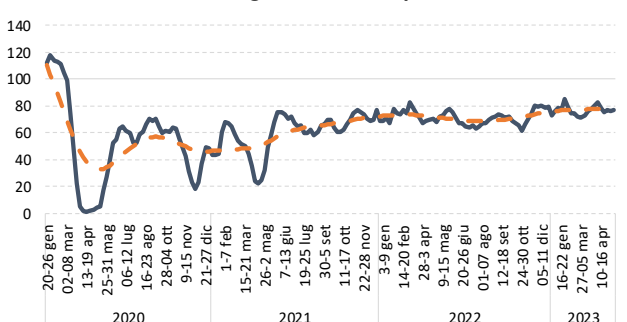
### Istituti di bellezza



### Medici/ospedali



### Abbigliamento/scarpe



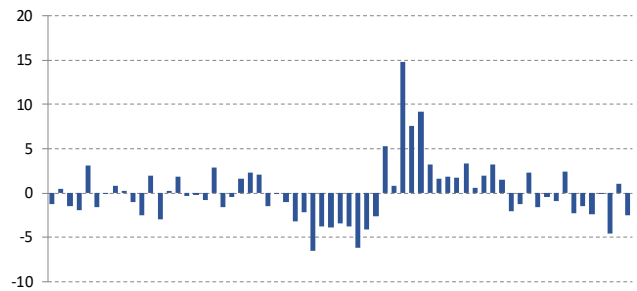


## Variazioni congiunturali principali settori (aprile 2022-giugno 2023)

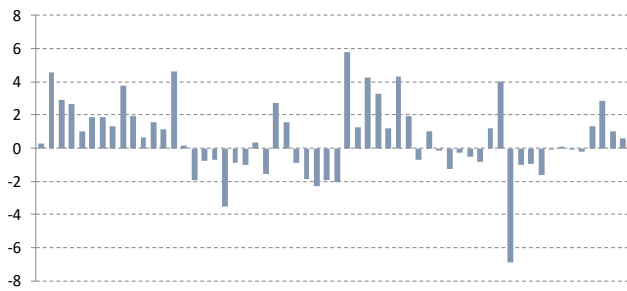
### Abbigliamento/scarpe



### Arredamento/accessori/pulizia casa/fai da te



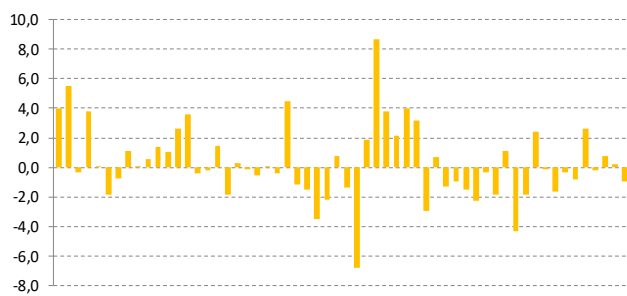
### Supermercati/food stores



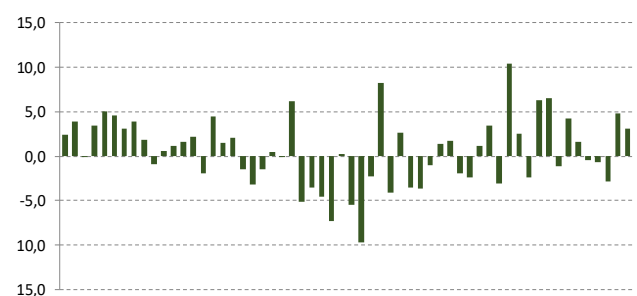
### Automotive



### Ristorazione



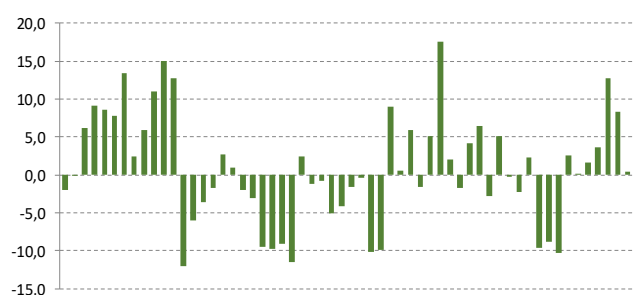
### Servizi per il turismo (compreso alloggi)



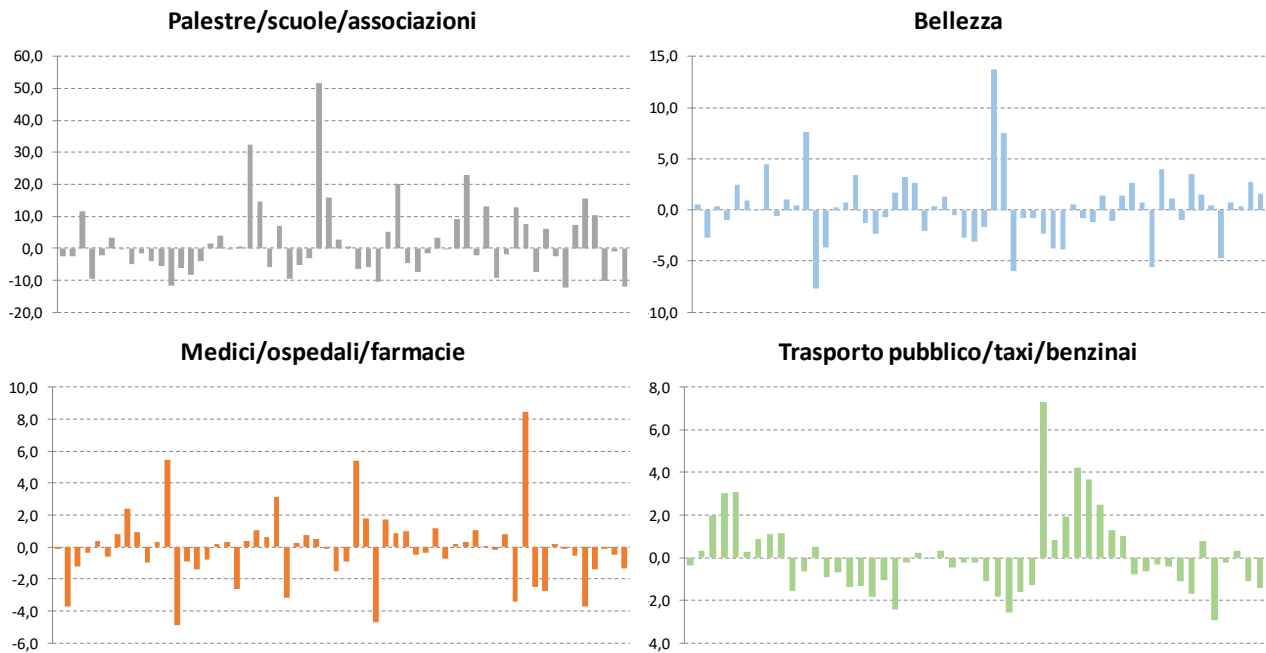
### Negozi di elettronica



### Entertainment



## Variazioni congiunturali principali settori (aprile 2022-giugno 2023)



**Nota sull'interpretazione dei dati:** le variazioni grezze riportate nel presente rapporto mettono a confronto i dati dell'ultima settimana con la stessa settimana di riferimento del 2019; per esempio dire che c'è stata una variazione dell'X% nelle attività turistiche tra la quarta settimana di settembre 2021 e la quarta di settembre 2019 fa riferimento esclusivamente al dato singolo settimanale ed è una variazione puntuale. Ciò non sta a significare, nella maniera più assoluta, che quella variazione ha riguardato i primi nove mesi del 2021 e quindi trarre conclusioni improprie e fuorvianti. L'evoluzione di un settore può essere meglio compresa dal trend di medio termine o anche dai numeri indice ricostruiti in base 2019.

I dati in questo rapporto si basano su pagamenti con carte di debito e credito effettuate su terminali e soluzioni di pagamento gestite da World Line MS Italia. I dati possono differire dalla spesa totale per molte ragioni, incluse differenze tra i modelli di spesa in contanti e con carta, differenze geografiche e demografiche tra il panel di transazioni osservate da World Line MS Italia e gli acquisti complessivi. Questo rapporto utilizza rigorosi protocolli di sicurezza per dati selezionati provenienti dalle transazioni con carte di credito e debito per garantire che tutte le informazioni siano mantenute riservate e protette. Tutti i dati selezionati sono altamente aggregati e tutte le informazioni identificabili univoche vengono rimosse dai dati prima di riceverli. Non possiamo distribuire i dati sottostanti alla base del rapporto.



**Camera di Commercio  
Firenze**

*dal 1770 la casa delle imprese*



**CAMERA DI COMMERCIO DI FIRENZE**

**Ufficio Studi e statistica**

**Piazza dei Giudici, 3**

**Tel. 055.23.92.218 – 219**

**e-mail: [statistica@fi.camcom.it](mailto:statistica@fi.camcom.it)**