



I consumi in Toscana rilevati attraverso i pagamenti digitali

Settimana dal 13 al 19.12.2021

a cura dell'Ufficio Studi e statistica



I consumi in Toscana rilevati nella settimana dal 13 al 19 dicembre 2021 attraverso i pagamenti digitali

Le variazioni settimanali registrate per classi merceologiche permettono di ricavare indicazioni di tendenza di medio periodo, intercettando gli orientamenti di spesa per settore; la fase attuale di surriscaldamento dei prezzi al consumo sembrerebbe destinata a incidere, almeno nel corso dei prossimi mesi, sul paniere di spesa medio delle famiglie a partire dagli eccessi di domanda, ma non solo, che sono emersi, nella fase di riapertura, sui vari mercati. Il periodo invernale dopo una fase di buon recupero della domanda ha evidenziato un rallentamento livello congiunturale stiamo, tuttavia, assistendo, come vedremo, ad una generale perdita di tonicità dei consumi (relativi sia a beni ma a anche a servizi), considerando cambiamenti nella struttura della domanda, che potrebbero non esser reversibili, i quali hanno indotto asincronie e strozzature produttive con criticità relative all'offerta in alcuni segmenti delle catene del valore su scala globale. Le conseguenze sono rappresentate dall'allungamento dei tempi di consegna e da incrementi repentini dei prezzi (oltre agli effetti della componente energetica): l'inevitabile ritocco verso l'alto dei prezzi di beni e servizi potrebbe riflettersi sia sulle decisioni di spesa di imprese e famiglie che sulle politiche monetarie (queste ultime in fase di stallo allo stato attuale)¹. I dati di fine anno consentiranno di render conto dell'impatto dell'inflazione sul potere d'acquisto reale dei consumatori da parte della maggiore inflazione, considerando che in un contesto di dinamica salariale contenuta come quello italiano il mix inflazione/ripresa dei contagi legati alla variante Omicron potrebbero seriamente limitare il recupero della domanda.

I colli di bottiglia riguardanti l'offerta e le tensioni sui prezzi delle materie prime e dei prodotti intermedi si trascinano ormai da diversi mesi, derivando da una certa instabilità della domanda causata da repentini cambiamenti nei mercati, cogliendo di sorpresa i produttori: nel periodo pandemico vi è stato un eccesso di produzione, cui ha fatto seguito una rapida ripresa, con un recupero della domanda oltre le attese e livelli produttivi bassi. Le materie prime hanno quindi evidenziato prezzi in forte crescita, a partire da quelle energetiche (trainate dal gas e quindi dai petroliferi), cui hanno fatto seguito quelle industriali e quindi le alimentari. E' importante precisare che ciò nel breve medio termine andrebbe a generare significativi effetti sull'inflazione al consumo sia in termini diretti con l'aumento dei prezzi degli energetici, che indiretti tramite il trasferimento delle tensioni a monte del processo distributivo, originate in prevalenza all'estero, con un ricarico dei maggiori costi di produzione derivanti dall'aumento delle materie prime (chiamati effetti di *second round*).

La dinamica dei prezzi sarà un fattore da tenere in debita considerazione rispetto all'andamento congiunturale dei consumi, quindi, insieme alla persistente incertezza sulle prospettive economiche che potrebbe influire su una certa prudenza riguardante i comportamenti di consumo. L'attenuazione della domanda interna non implica il rischio deterioramento delle condizioni economiche, perché il momento ciclico è molto favorevole con un rapido recupero dei livelli produttivi in cui anche l'attività industriale sta confermando un'ottima performance e in parte l'aumento dei prezzi è spiegato anche dalla fase di ripresa e nel corso del prossimo anno dovrebbe riportarsi intorno al trend di lungo termine; il problema è valutare quando questo potrà avvenire.

Val la pena precisare che nel medio termine lo sviluppo della dinamica inflazionistica dipenderà molto dalle aspettative di famiglie e imprese, insieme all'orientamento delle banche centrali, ai mercati valutari (le oscillazioni del cambio dell'Euro rispetto al Dollaro generano effetti sull'inflazione importata), la reazione dei mercati finanziari (forte volatilità associata a valori

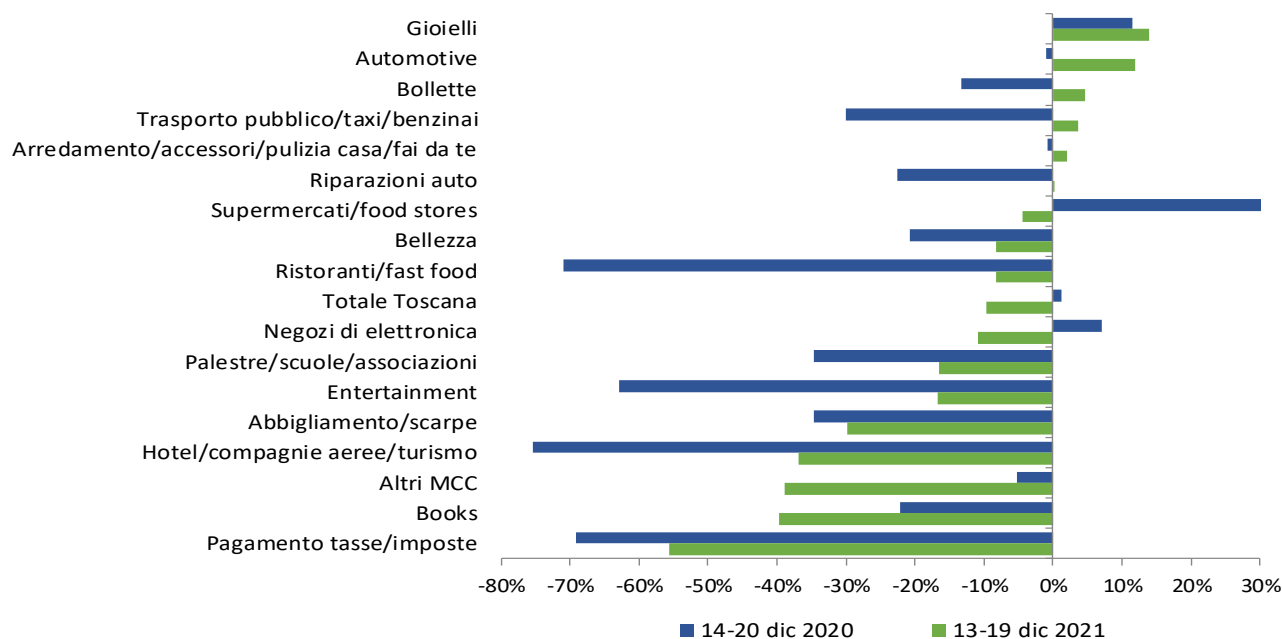
¹ I dati sono disponibili facendo riferimento al territorio dell'intera Toscana.

elevati delle quotazioni) e infine i fattori reali come le criticità caratterizzanti le catene del valore internazionali.

I comportamenti e gli stili di vita dei consumatori sono stati strutturalmente influenzati da cambiamenti come la stabilità dello *smart working*, indipendentemente dal ritorno in presenza del pubblico impiego e dall'aumento delle vendite on line: gli effetti sulle abitudini e gli standard di consumo sono stati piuttosto pervasivi e potrebbe esservi un abbassamento strutturale dei livelli di spesa per alcune categorie merceologiche come per esempio i prodotti del sistema moda. Così come non è affatto ovvio che il tasso di risparmio delle famiglie possa scendere e tornare rapidamente ai livelli pre-crisi, considerando che alcuni cambiamenti non sono reversibili (vendite on line e *smart working*), tanto che il livello di risparmio potrebbe mantenersi ancora su valori al di sopra della media pre-crisi con comportamenti di spesa guidati dall'inerzia, oltre che dalla prudenza. Questi cambiamenti hanno influito comunque sulle modifiche strutturali della composizione della domanda, dal momento che in alcuni settori ci si sta incamminando verso il pieno recupero dei valori pre-crisi, in altri si andrà oltre questo livello, ma per altre attività il rischio è che si arrivi ad un recupero sol parziale, con un livello di domanda strutturalmente inferiore a quanto risultava prima della crisi, che rischierebbe di rappresentare la nuova normalità. L'effetto delle campagne vaccinali ha avuto un ruolo importante nel ripristino del clima di fiducia per famiglie e imprese, tuttavia le aspettative dei consumatori potrebbero esser state modificate dalla pandemia con un aumento del peso della componente legata all'incertezza. È proprio il ruolo delle vaccinazioni (terza dose ed estensione alla fascia 5 – 11 anni) a riuscire a contenere gli effetti della variante Omicron (con sintomi più lievi in caso di contagio), ampiamente pervasiva, sull'economia come sembrerebbe mostrare la tenuta delle borse. Cionondimeno se la persistenza di questa quarta ondata andasse oltre le attese, potrebbero essere introdotte nuove misure restrittive dell'attività tali da generare un serio ridimensionamento della dinamica economica limitando fortemente il recupero della domanda interna (oltre agli effetti dell'inflazione): secondo la Nota di Aggiornamento del DEF 2021 l'impatto di nuove misure di contenimento a seguito della recrudescenza della pandemia potrebbe essere di 1,4 punti percentuali sulla crescita del prodotto rispetto al quadro economico tendenziale (con un tasso di crescita del PIL che nel quadro programmatico passerebbe da +4,7% a +3,3%).

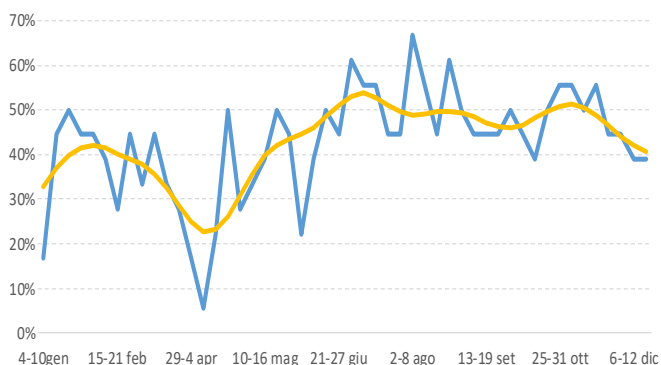
Se osserviamo le variazioni di questa settimana di dicembre 2021 e la corrispondente di novembre 2020 (rispetto al 2019) emerge come vi siano diversi settori che tendono a cambiare il segno della variazione, tanto che rispetto alle quattro settimane precedenti la quota dei settori con variazione positiva cala, passando dal 55,6% al 38,9%. In termini aggregati si osserva il proseguimento di una variazione che appare deteriorata proprio da quattro settimane (-9,7% considerando che era -4,3% la settimana precedente e +2,7% la terza settimana di novembre).

Confronto variazioni terza settimana di novembre 2020 vs novembre 2021 rispetto al 2019

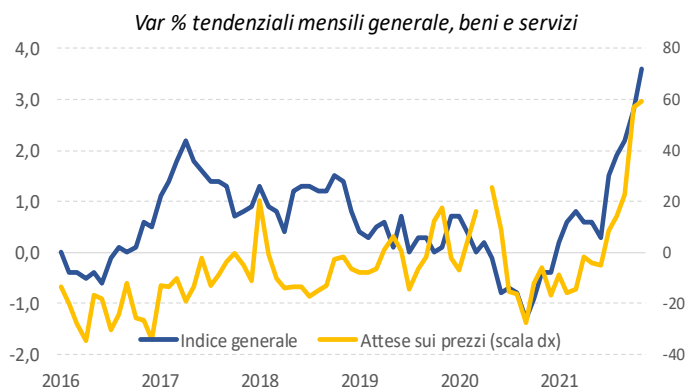


Fonte: elaborazioni su dati Acepta

Quota % settori Acepta in aumento nel 2021



Inflazione Firenze



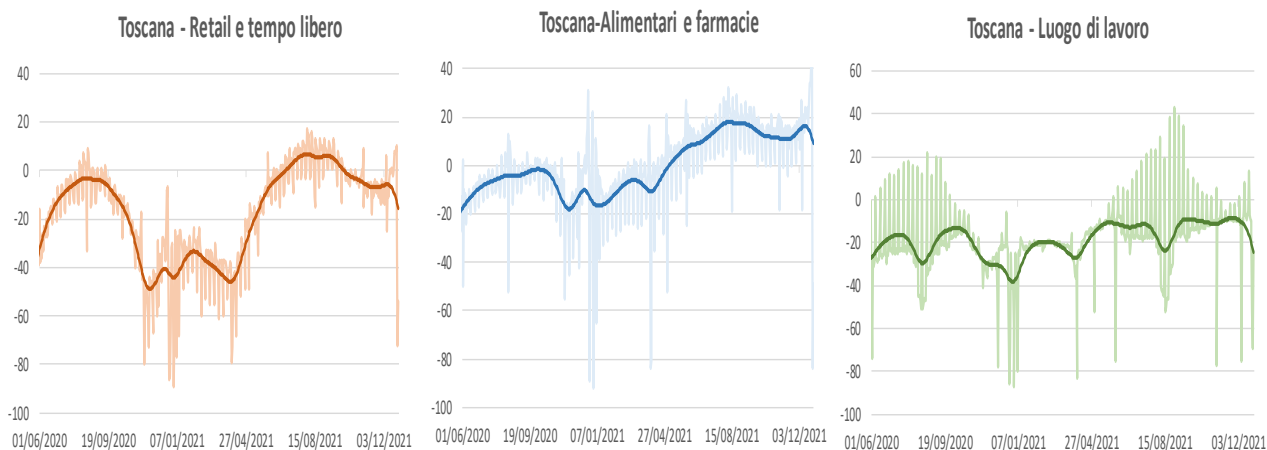
Fonte: elaborazioni su dati Acepta e Istat

In questa settimana i seguenti settori evidenziano una dinamica marcatamente positiva nei confronti del 2019: medici/farmacie (+18,8%), gioielli (+14%), automotive (+11,9%), bollette (+4,7%), trasporti (+3,6%), arredamento/accessori (+2,4%); in stallo le riparazioni auto (+0,2%); diminuzione meno intensa per supermercati (-4,3%), centri estetici (-8,2%) e ristoranti (-8,3%). In calo sostenuto i negozi di elettronica (-10,8%), le palestre (-16,5%), l'intrattenimento (-16,7%) e i prodotti del sistema moda (-30%). Pesante contrazione per le attività turistiche (-36,8%) e i libri (-39,7%). L'inversione registrata per prodotti e /o servizi che fino ad ora erano andati bene o avevano tenuto come per esempio l'intrattenimento non fa che riflettere gli effetti immediati dell'attuale fase di recrudescenza dei contagi legati alla quarta ondata e quanto ciò si stia riflettendo sugli acquisti che riguardano proprio il periodo natalizio.

Il *Google mobility index* mostra le variazioni, rispetto al giorno di riferimento nelle otto settimane antecedenti la data del rapporto, della mobilità verso i luoghi del *retail* e degli acquisti di alimentari e farmacie, insieme al luogo di lavoro. Per *retail*, tempo libero, alimentari/farmacie e luoghi di lavoro la mobilità tende a caratterizzarsi per un'intonazione decrescente nelle ultime settimane; per gli spostamenti verso il luogo di lavoro in particolare l'intonazione è risultata moderata negli ultimi mesi (nonostante il

ritorno in presenza del pubblico impiego) con un netto cedimento nelle ultime due settimane, considerando che nei posti di lavoro privati lo *smart working* è ancora una modalità concorrente al ritorno in presenza.

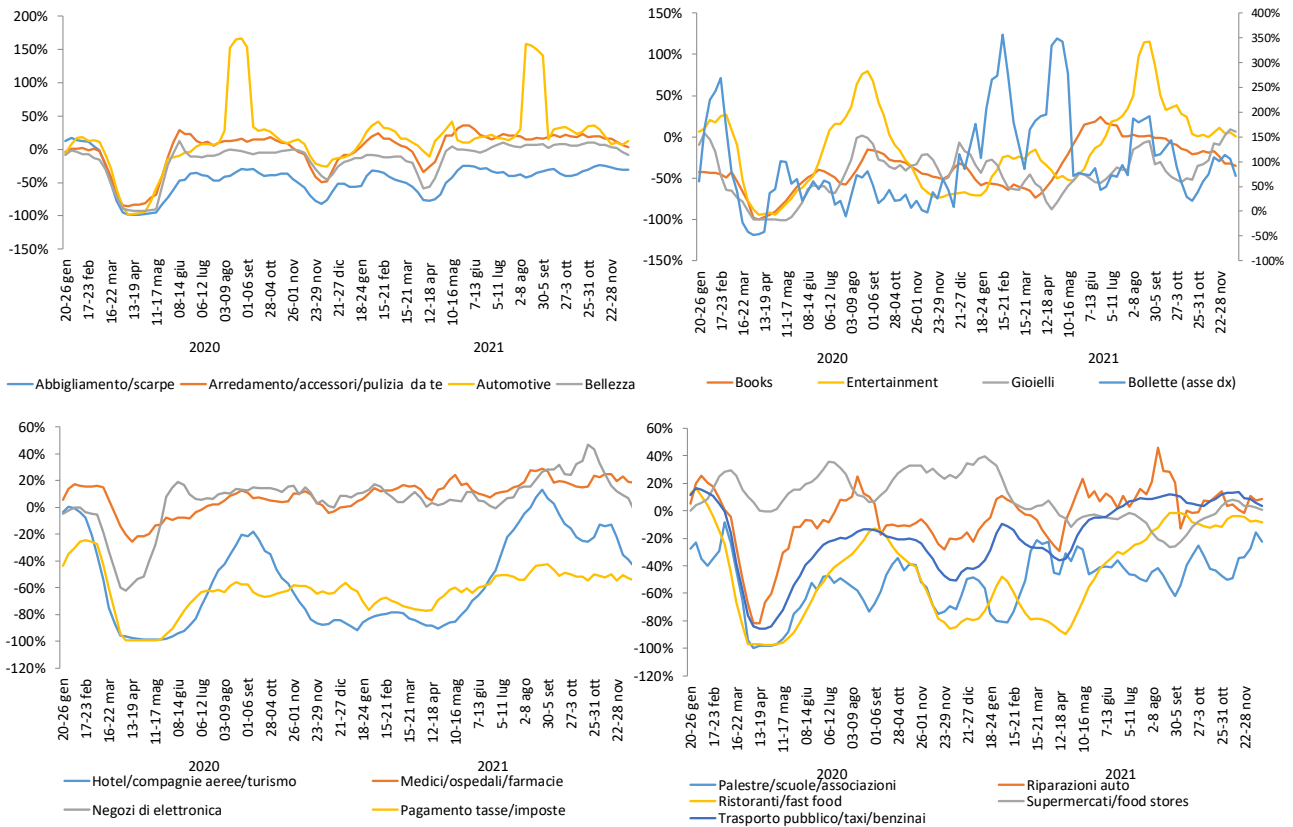
Google mobility index – var% rispetto ai valori pre-crisi, dati giornalieri (trend e dati grezzi)



I grafici successivi mostrano il procedere dell'evoluzione settoriale, mostrando il consolidamento di attività come arredamento e servizi sanitari; l'aumento del settore dei trasporti; la tenuta per l'*automotive*. Emerge su tutti l'intonazione negativa di settori che avevano recuperato con le riaperture estive come ristorazione e turismo, insieme all'intrattenimento; in parallelo alla conferma del mancato recupero degli acquisti dei prodotti del sistema moda. La persistenza di cambiamenti legati al consolidamento dello *smart working*, del commercio on line e ad una ulteriore attenuazione dei livelli di mobilità indotta dalla ripresa dei contagi con la variante omicron non fanno che confermare una ripresa parziale delle voci di domanda rendendo difficile una dinamica positiva che coinvolga direttamente, in queste ultime settimane, i settori a maggior intensità relazionale.

In un periodo in cui il potere d'acquisto presenterà limitate possibilità di recupero, considerando la risalita dell'inflazione (intorno al 3,6% a novembre secondo Istat per l'Italia il FOI e +3,7% l'indice NIC) tutt'altro che transitoria per ora, i consumi potranno essere alimentati dalla riduzione del livello di risparmio, ma non è affatto scontato che quest'ultimo ritorni ai livelli pre-crisi considerando la persistenza dell'incertezza di fondo, la cautela delle famiglie e la stabilizzazione di alcune tendenze (*smart working* e commercio on line).

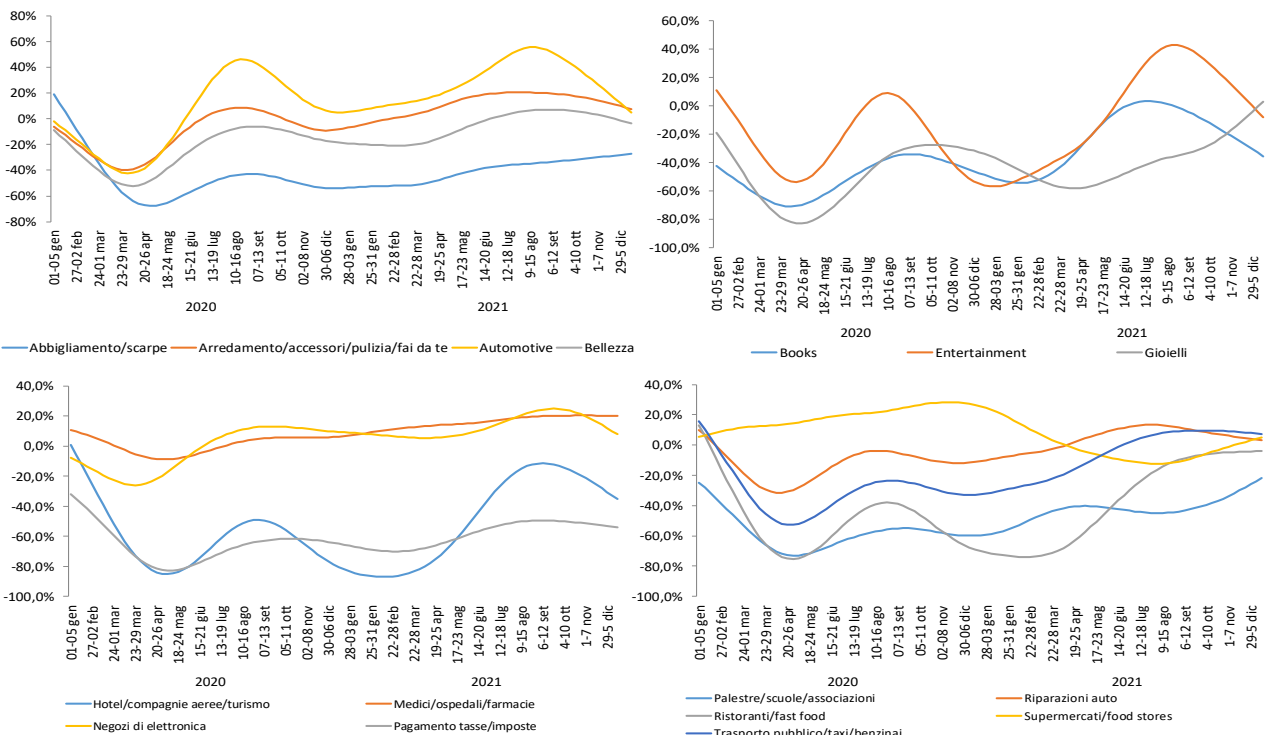
Dinamica delle operazioni con carta di credito per settore, medie mobili mensili



Fonte: elaborazioni su dati Axepta

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, che consentono di osservare come si stia gradualmente verificando un processo di ricomposizione della struttura della domanda.

Dinamica delle operazioni con carta di credito per settore, trend



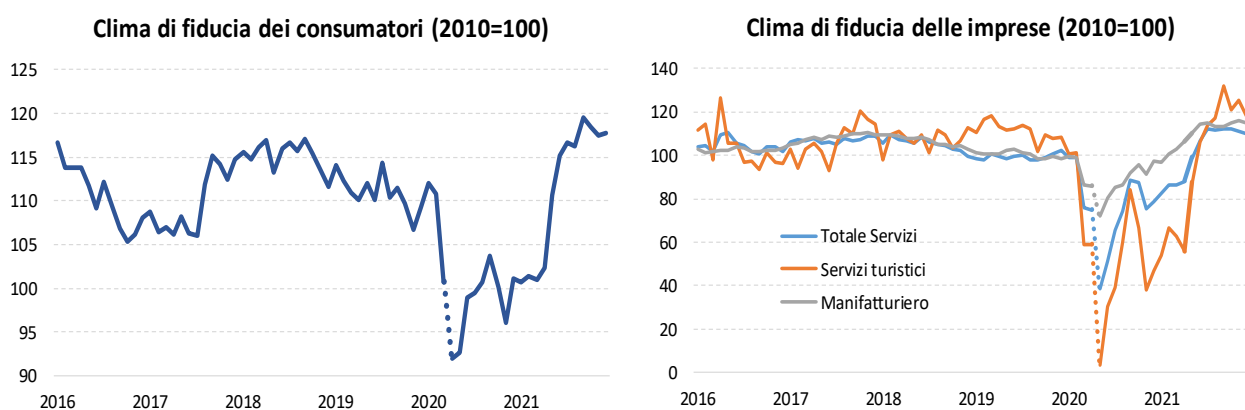
Fonte: elaborazioni su dati Axepta

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. I numeri indice, ricostruiti con base gennaio 2020, mostrano come, rispetto al pavimento toccato con le misure di *lockdown* nello stesso periodo dell'anno precedente, nel 2021 ci troviamo ben oltre il livello di riferimento, con crescite che potrebbero risultare anche sostenute in alcuni casi, nonostante si confronti il 2021 con la media del mese di gennaio 2020 e quindi in una fase in realtà pre-pandemia.

	Numeri Indice (base gen 2020=100)		
	I ^a sett di dic 2021	II ^a sett di dic 2021	III ^a sett di dic 2021
Abbigliamento/scarpe	63,9	67,6	62,5
Arredamento/accessori/pulizia casa/fai da te	103,0	112,3	106,6
Automotive	129,7	97,4	119,7
Bellezza	101,3	89,0	100,0
Bollette	151,1	89,0	65,2
Books	105,1	130,6	105,1
Entertainment	83,6	84,6	78,2
Gioielli	140,4	106,7	125,7
Hotel/compagnie aeree/turismo	57,1	55,1	65,5
Medici/ospedali/farmacie	115,1	106,0	112,4
Negozi di elettronica	108,6	110,5	93,6
Pagamento tasse/imposte	102,5	62,3	78,6
Palestre/scuole/associazioni	87,0	150,3	115,3
Riparazioni auto	123,8	85,6	95,0
Ristoranti/fast food	82,7	88,7	81,3
Supermercati/food stores	106,1	99,2	95,4
Trasporto pubblico/taxi/benzinai	96,2	92,3	93,2

Fonte: elaborazioni su dati Azeptta

La differenza rispetto ai livelli del 2019 per alcuni settori è già stata superata, per altri viene coperta e ridotta in modo molto graduale, come possiamo vedere dalla successiva tabella in cui i numeri indice sono calcolati con base 2019=100; tuttavia con l'avvento della quarta ondata per alcuni comparti (come per esempio intrattenimento e turismo) si è arrestato il percorso di ripristino².



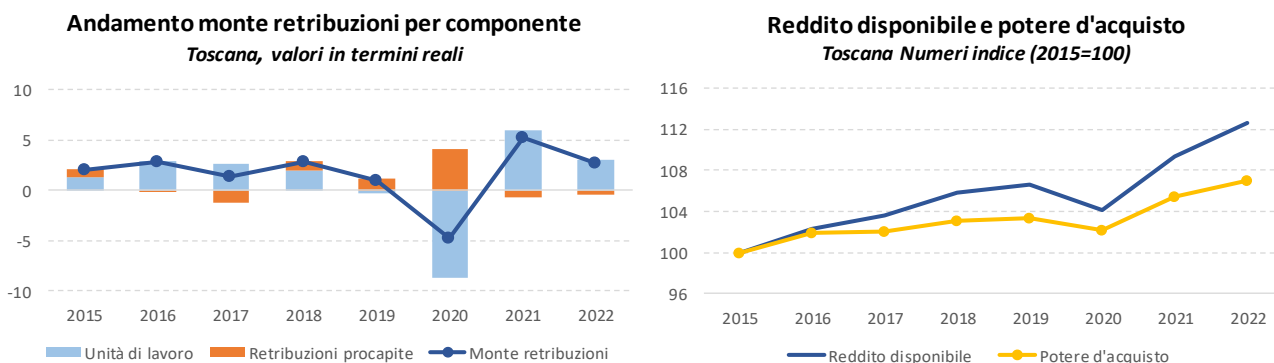
Fonte: elaborazioni su dati Istat

² Riguardo al 2019 abbiamo preso come riferimento base la relativa settimana: per esempio per la seconda settimana di novembre 2021 la base è la seconda settimana di novembre 2019 (=100).

	Numeri Indice (base mobile settimanale 2019=100)		
	II ^a sett di dic 2020	III ^a sett di dic 2020	III ^a sett di dic 2021
Abbigliamento/scarpe	58,2	65,3	70,1
Arredamento/accessori/pulizia casa/fai da te	94,0	99,3	102,1
Automotive	72,5	98,9	111,9
Bellezza	71,4	79,3	91,8
Bollette	41,4	86,7	104,7
Books	77,3	77,9	60,3
Entertainment	34,4	37,1	83,3
Gioielli	64,3	111,4	114,0
Hotel/compagnie aeree/turismo	18,3	24,6	63,2
Medici/ospedali/farmacie	92,4	103,2	118,8
Negozi di elettronica	109,5	107,2	89,2
Pagamento tasse/imposte	33,2	30,8	44,3
Palestre/scuole/associazioni	18,9	65,4	83,5
Riparazioni auto	63,0	77,5	100,2
Ristoranti/fast food	20,3	29,0	91,7
Supermercati/food stores	130,0	137,9	95,7
Trasporto pubblico/taxi/benzinai	55,3	70,1	103,6

Fonte: elaborazioni su dati Acepta

I cambiamenti del quadro macroeconomico hanno avuto un certo ruolo, anche se sul cambio dei comportamenti e delle abitudini di spesa per consumi sembrerebbe che abbia influito maggiormente l'avvicendamento delle varie misure di restrizione introdotte dal Governo. Tuttavia contestualmente ai miglioramenti congiunturali della domanda si è riaffacciata anche l'inflazione (da +2,8% a +3,6% per Firenze nel mese di novembre) per effetto della componente legata ai beni (considerando anche l'impatto delle materie prime, in particolare quelle energetiche, e soprattutto dell'ampio volume di domanda di prodotti e componenti digitali come CPU e schede video) insieme anche agli aumenti caratterizzanti i prodotti intermedi, i costi di fornitura e di trasporto; in parte i rincari sono spiegati anche dagli effetti base rispetto al pavimento toccato nel corso del lockdown. Ciò potrebbe erodere nel tempo il clima di fiducia (tendente al ristagno per i consumatori nel mese di dicembre) e il potere d'acquisto delle famiglie che era risultato in aumento, almeno fino al secondo trimestre del 2021, considerando anche le misure governative di sostegno. La persistenza dell'inflazione nei prossimi mesi potrebbe avere effetti sulla dinamica delle retribuzioni, anche se si tratta prevalentemente di inflazione importata, con un effetto parziale sulla contrattazione, considerando anche che nonostante le difficoltà di reperimento di manodopera specializzata, non vi sono pressioni salariali allo stato attuale sull'inflazione. Tuttavia per avere una domanda interna, legata ai consumi, che riesca a tenere e a non indietreggiare davanti all'accelerazione di un'inflazione di questo tipo (in prevalenza importata) sarebbe opportuno che la politica economica cerchi di "assorbirla" sia sostenendo i salari, ma anche favorendo investimenti fondamentali dal punto di vista digitale e ambientale, contemperando le differenze sociali e di genere e favorendo una reale ripresa della produttività del lavoro.



Fonte: elaborazioni su dati INPS e Prometeia

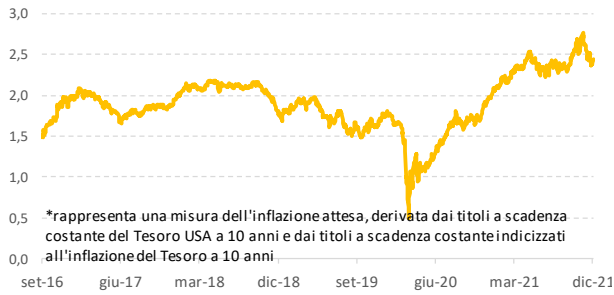
Il rischio è che cambino le aspettative d'inflazione³, come di fatto sta già accadendo, e che le abitudini d'acquisto delle famiglie potrebbero avvertirne direttamente gli effetti, considerando che la maggior parte degli incrementi stanno riguardando proprio i cosiddetti consumi obbligati (spese per l'abitazione ed energetici in particolare). Le stime Prometeia evidenzerebbero una attenuazione della dinamica del potere d'acquisto nel corso del 2022; Istat precisa anche che l'inflazione acquisita per il 2021, ovvero ipotizzando un'invarianza dell'indice, rimanendo al livello dell'ultimo mese (quindi novembre) nel mese rimasto, è arrivata all'1,9% a novembre valore elevato rispetto alla media degli ultimi cinque anni. Secondo alcuni previsori l'inflazione in Italia dovrebbe iniziare a rallentare entro i primi sei mesi del 2022 e riportarsi gradualmente su valori accettabili: molto dipenderà dal comportamento della componente energetica nel corso del prossimo anno. L'inflazione di fondo sta iniziando a muoversi anche se evidenzia una dinamica inferiore a quella generale (da +0,6% di agosto a +1,1% di ottobre fino a +1,3% di novembre). Quest'ultima ha comunque risentito dei rincari delle componenti non energetiche; da segnalare come gli aumenti nelle componenti energetiche che ci si aspetta a gennaio potrebbero portare l'inflazione generale anche oltre il 4% rallentando la domanda nelle componenti di acquisto a minor frequenza e che non riguardano i bisogni primari⁴. In generale occorrerà osservare l'evoluzione dei prezzi delle materie prime (energetiche e non solo) per comprendere quanto l'effetto dei principali canali di trasmissione possa estendersi nel tempo, evitando conseguenze ben più serie legate a un perdurare dei livelli elevati delle quotazioni delle principali *commodity*⁵.

³ Le aspettative possono essere realmente rischiose, in quanto se le imprese si aspettano che i prezzi dei beni intermedi e semilavorati necessari alla produzione possano crescere nel prossimo breve termine, aumenteranno le scorte nel presente, facendo aumentare la domanda per beni intermedi e semilavorati con il rischio di far aumentare i prezzi non solo dei beni intermedi ma anche dei beni finali di consumo.

⁴ Cfr. Ufficio Studi Confcommercio, *Congiuntura Confcommercio*, n. 8 settembre 2021, n. 9 ottobre 2021 e n.11 dicembre 2021.

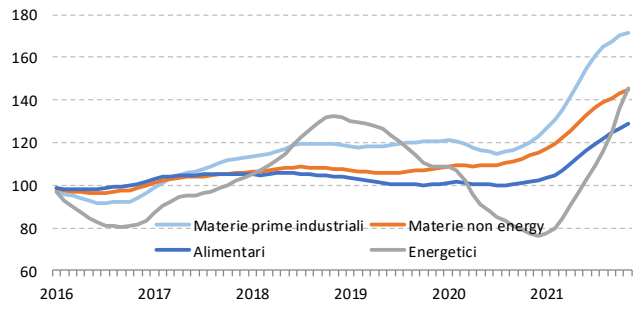
⁵ Per una interessante analisi dei possibili scenari evolutivi dell'inflazione globale e dei suoi effetti su PIL e inflazione si veda Ufficio Parlamentare di Bilancio, *Nota sulla congiuntura*, ottobre 2021, riquadro a pag. 23.

Tasso di inflazione di pareggio (breakeven inflation rate)*

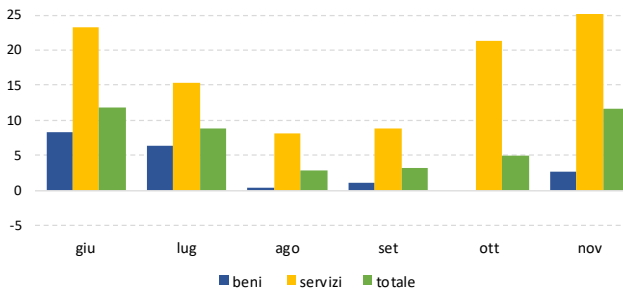


Fonte: DB FRED; FMI

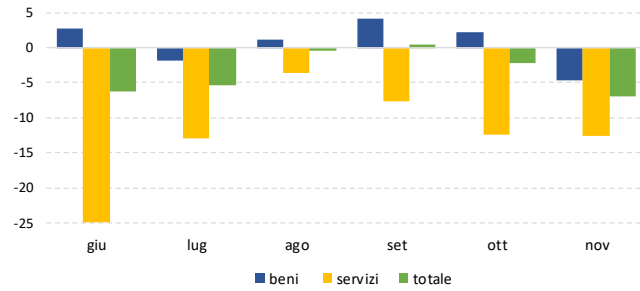
Indici internazionali dei prezzi delle materie prime Numeri indice mensili 2015=100



Indicatore dei consumi Confcommercio var % mensili rispetto al 2020



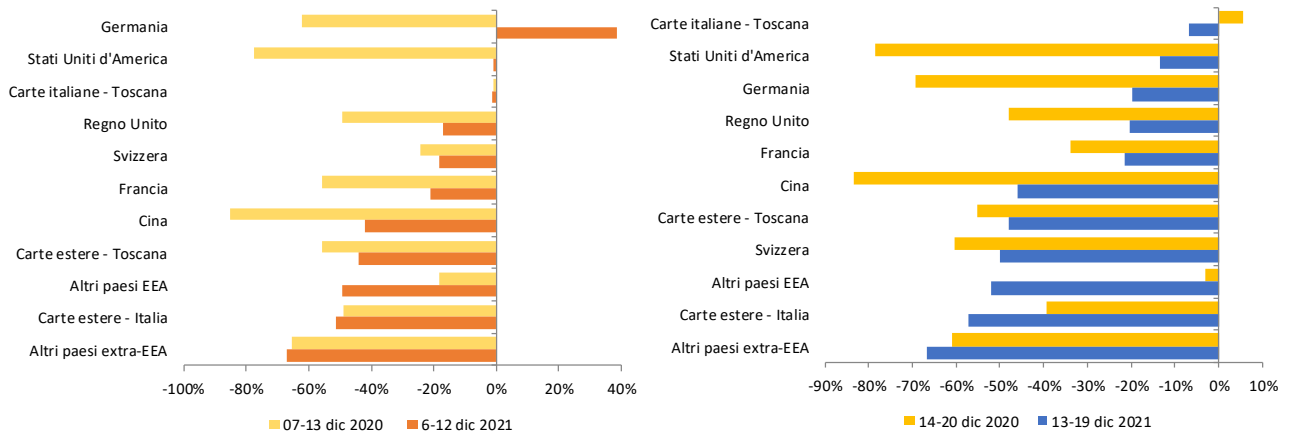
Indicatore dei consumi Confcommercio var % mensili rispetto al 2019



Fonte: Confcommercio, note sulla congiuntura

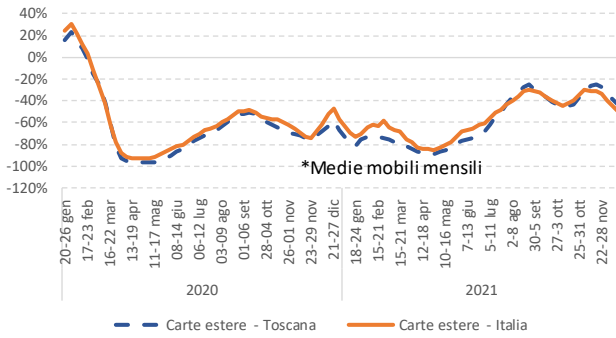
Riguardo alla provenienza delle carte, le transazioni con carte estere hanno fatto osservare nella settimana dal 12 al 19 di dicembre una contrazione del 48% segnalando un andamento più intenso di quello della stessa settimana del mese precedente (-27,3%); rispetto ad una dinamica che diviene negativa, anche se in misura meno intensa, per quelle italiane (da +5,9% a -6,8%). Si segnalano dinamiche negative per le varie nazionalità rilevate a partire da contrazioni meno intense registrate per Stati Uniti (-13,5%) e Germania (-19,7%) fino ad arrivare ad un maggior deterioramento riguardante Svizzera (-50%) e Cina (-46%).

Confronto variazioni seconda e terza settimana di dicembre 2021: provenienza

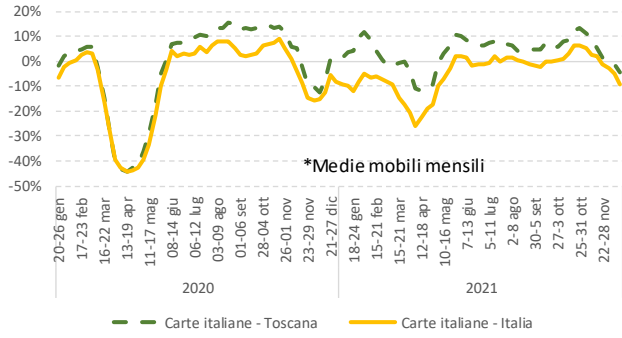


Fonte: elaborazioni su dati Acepta

Confronto dinamica carte estere*



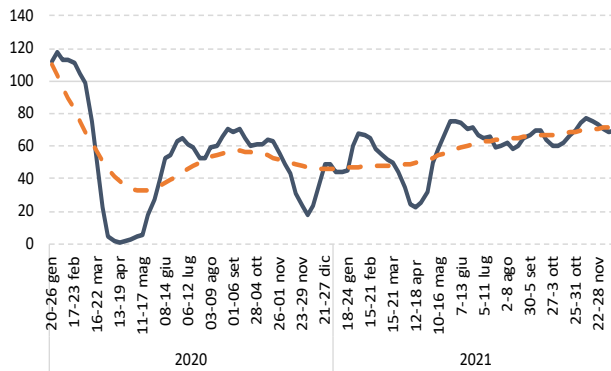
Confronto dinamica carte italiane*



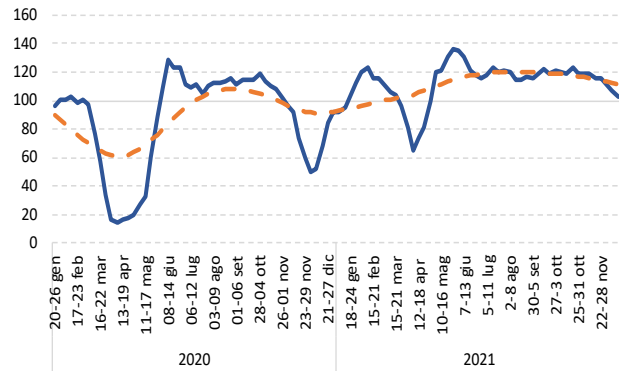
Si segnala il proseguimento del recupero congiunturale per alcuni settori, mentre per altri comparti di attività i grafici successivi danno conto dell'attuale momento di temporanea difficoltà.

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

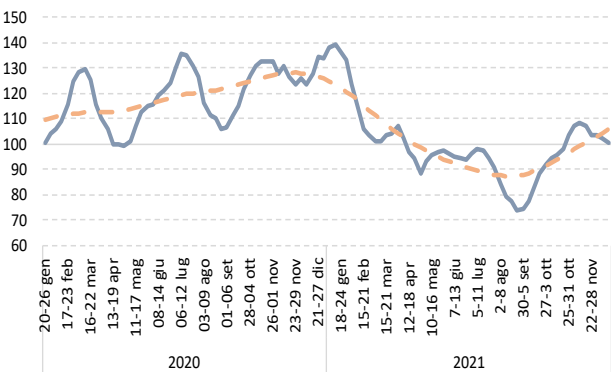
Abbigliamento/scarpe



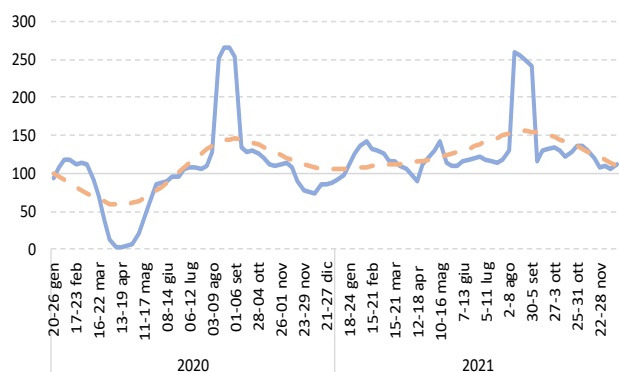
Arredamento/accessori/pulizia casa/fai da te



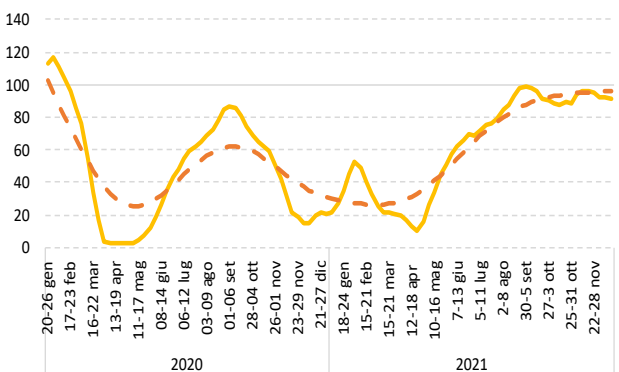
Supermercati/food stores



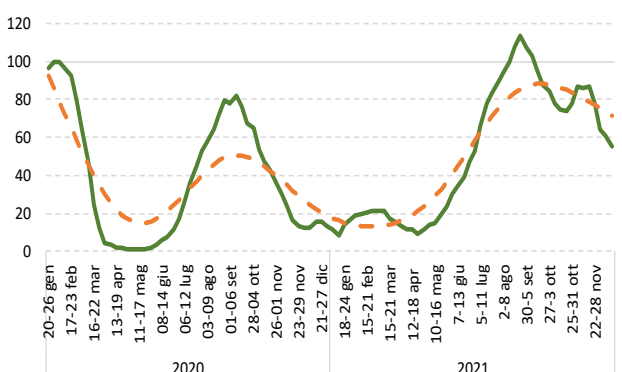
Automotive



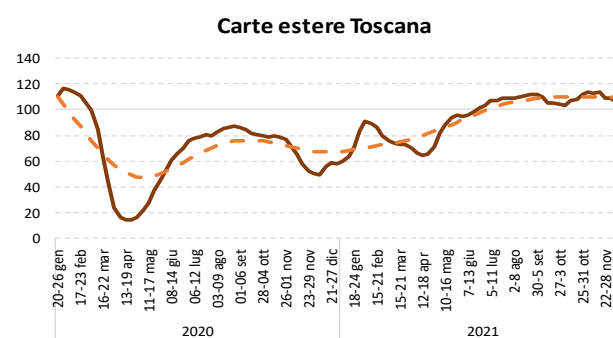
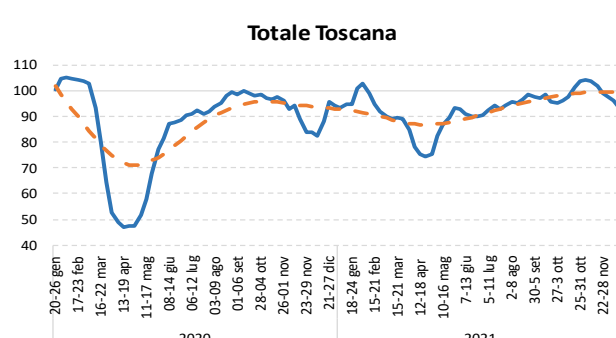
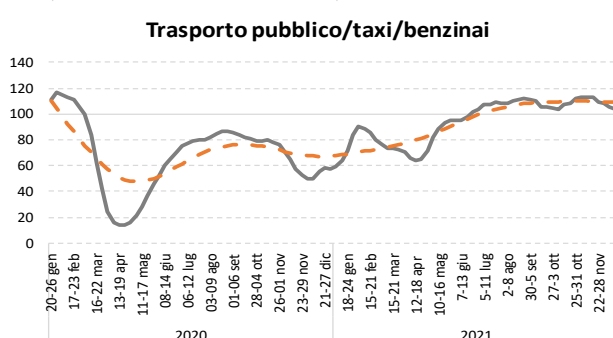
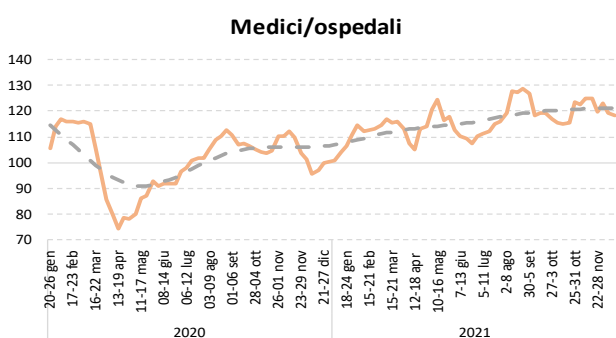
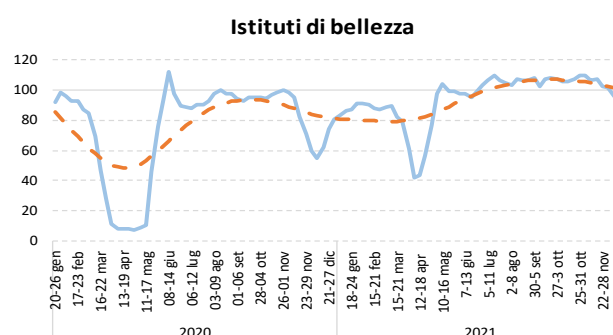
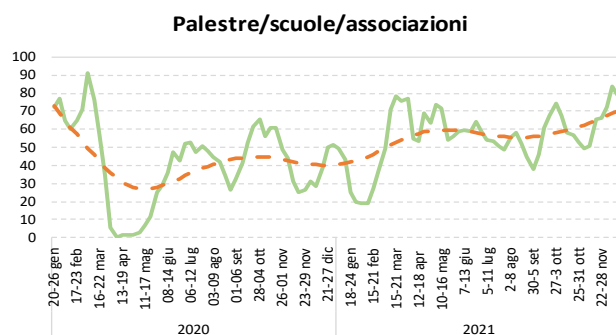
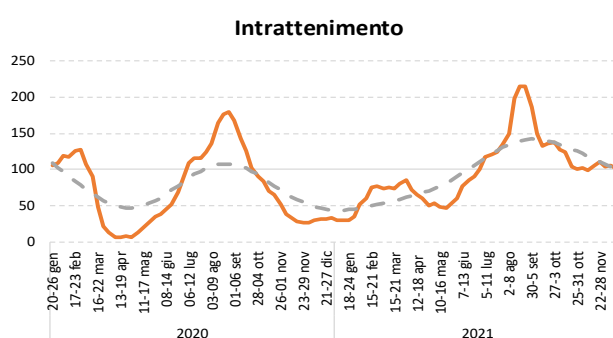
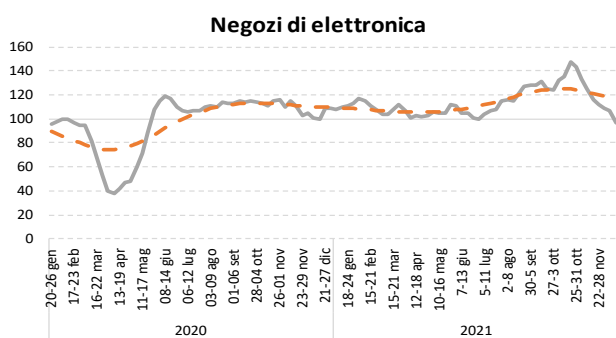
Ristoranti/fast food



Hotel/compagnie aeree/turismo



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



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 Acepta S.p.A.. 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 Acepta 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