



Camera di Commercio
Firenze
dal 1770 la casa delle imprese



I consumi in Toscana rilevati attraverso i pagamenti digitali

Settimana dal 03.05.2021 al 09.05.2021

a cura dell'Ufficio Studi e statistica



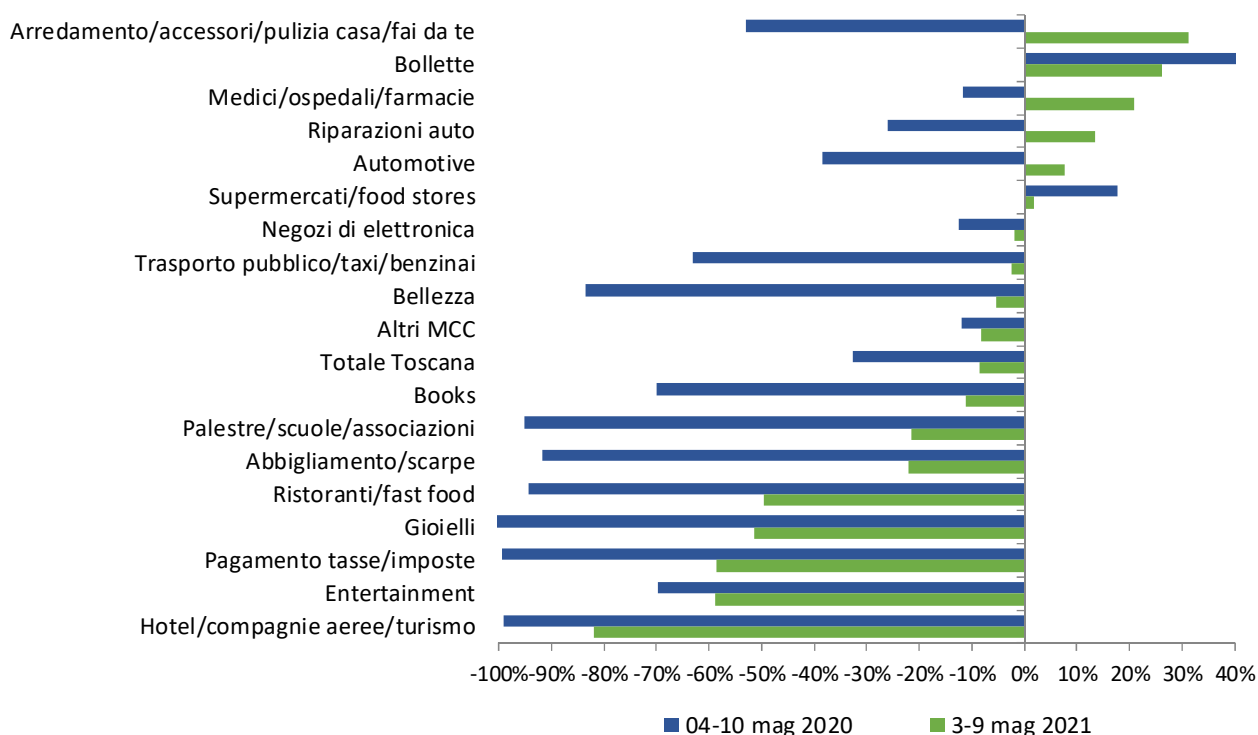
I consumi in Toscana rilevati nella seconda settimana di maggio 2021 attraverso i pagamenti digitali

Le variazioni settimanali registrate per classi merceologiche permettono di ricavare indicazioni di tendenza di medio periodo, intercettando gli orientamenti di spesa per capire quali settori abbiano perso maggiormente sul versante consumi nel corso dell'emergenza sanitaria, individuando eventuali sentieri di recupero post pandemico¹.

Si tratta di dati che permettono di seguire l'evoluzione settimanale della dinamica dei consumi e di percepire in modo diretto l'effetto delle riaperture, considerando che i consumi saranno il reale driver del recupero post pandemico, soprattutto con riguardo all'incremento di quegli acquisti che fino ad ora sono stati limitati dal distanziamento sociale e dalle misure maggiormente rigide come ristorazione/turismo e intrattenimento. In queste ultime settimane abbiamo individuato un gruppo di settori che, anche se in modo alternato, stanno seguendo un sentiero di recupero in via di moderato consolidamento, con l'inserimento di altri comparti nel novero di quelli in miglioramento.

Se osserviamo le variazioni della seconda settimana di maggio 2020 e la seconda di maggio 2021 (rispetto al 2019) emerge come, al netto del pagamento delle bollette, che ha una dinamica esponenziale, vi sono diversi settori con variazione positiva, risentendo dell'effetto riaperture, considerando che nella prima settimana di maggio per la Toscana è arrivata la zona gialla, con una contestuale ripresa dei livelli di mobilità come segnala l'indice di mobilità di Google.

Confronto variazioni seconda settimana di maggio 2020 vs maggio 2021 rispetto al 2019



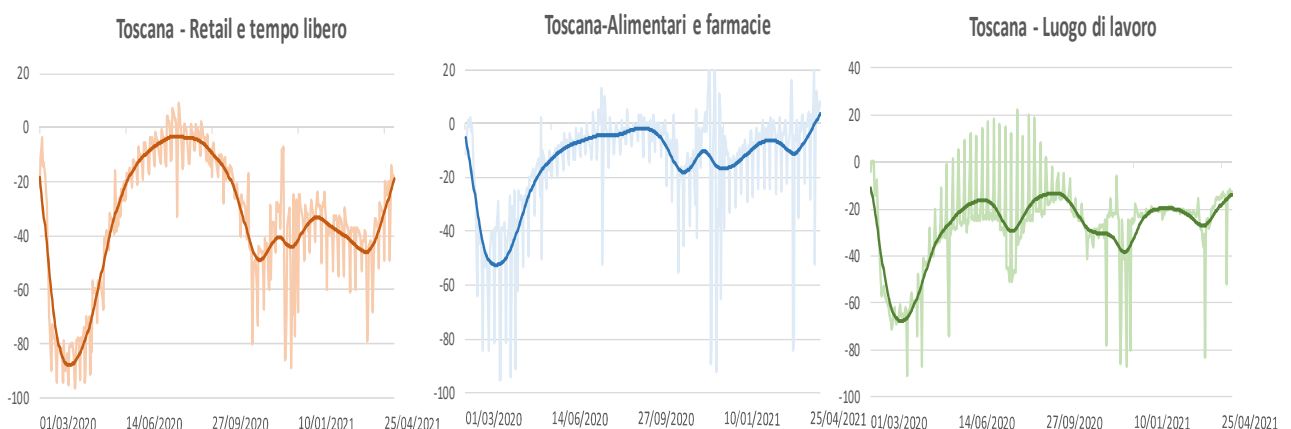
Fonte: elaborazioni su dati Azepto

Tra i settori con dinamica positiva ne troviamo quattro in fase di consolidamento del percorso di ripresa intrapreso nelle precedenti settimane: arredamento/accessori/pulizia casa/fai da te (+31,2%), servizi socio-sanitari (+20,9%), automotive (+7,5%) e riparazioni auto (+13,6%). Torna

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

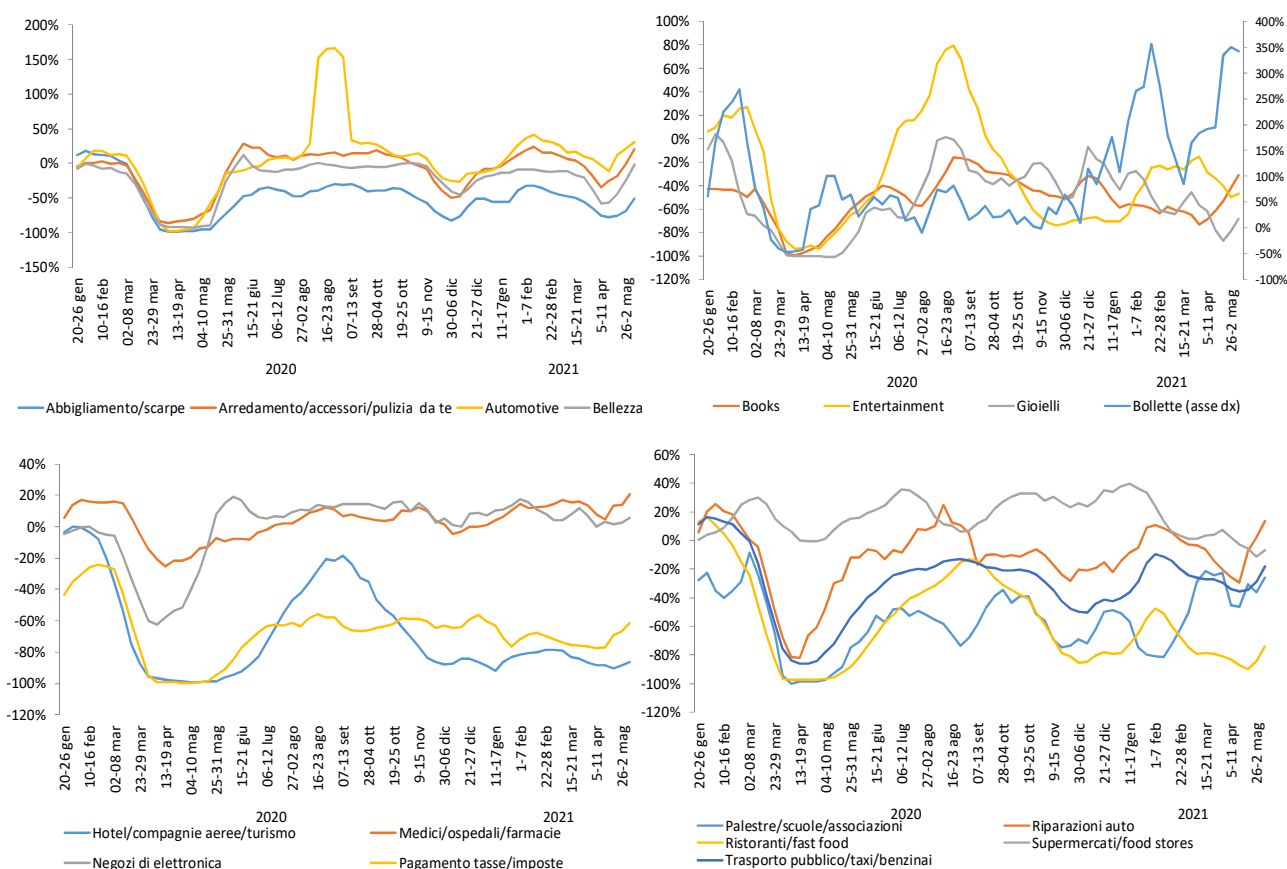
moderatamente positivo il comparto della grande distribuzione alimentare (+1,9%). In moderata perdita negozi di elettronica (-1,8%), trasporto pubblico/taxi/benzinai (-2,5%) e centri estetici/istituti di bellezza (-5,3%); meno pesanti delle precedenti settimane le perdite rilevate per i settori libri (-11,2%), palestre/scuole/associazioni (-21,6%) e prodotti del sistema moda (-22,2%). Ancora dinamiche pesantemente negative per ristoranti/fast food (-49,7%); gioielli (-51,5%); intrattenimento (-58,8%); hotel/compagnie aeree/turismo (-81,9%). Le asimmetrie settoriali vengono confermate e sono ben evidenti, purtroppo per alcuni comparti, con effetti negativi che tendono a persistere, nonostante si possano rilevare alcuni recuperi congiunturali. Il rischio principale è rappresentato dal fatto che alcuni settori potrebbero subire una contrazione prolungata (se non permanente) dei livelli di domanda indotta dalle modifiche delle abitudini determinata dalla nuova normalità, come per esempio gli effetti dello smart working sulla mobilità e sul pranzare fuori casa, considerando che anche nel post pandemia per alcune attività lo smart working potrebbe consolidarsi in termini parziali (per esempio un giorno o due a settimana). Il *Google mobility index* mostra le variazioni, rispetto al giorno di riferimento nelle sei 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. I base a questi dati mostrano come le restrizioni nella seconda e terza ondata, pur essendo rigide, tendono ad essere meno drastiche rispetto alla prima. Per retail, tempo libero e luogo di lavoro la mobilità tende a caratterizzarsi per un'intonazione crescente nelle ultime tre settimane, soprattutto dopo il passaggio dalla zona arancione alla zona gialla regionale a partire dal 26 aprile e con la ripresa più sostenuta dell'avanzamento del piano vaccinale. La prosecuzione delle riaperture dovrebbe correlarsi ad un incremento di domanda che hanno avuto l'attività bloccata per buona parte dei mesi precedenti, con particolare riferimento al turismo, alla ristorazione fino ad arrivare alle attività legate all'intrattenimento e allo spettacolo: si verificherà un cambio di peso della domanda che dovrebbe spostarsi dai prodotti ai servizi e acquisirà mano a mano forza e rapidità per effetto delle riaperture e dell'ampio volume di risparmio delle famiglie che si è andato a creare. Occorre precisare che la caduta dei consumi di intrattenimento, ristorazione e vacanze riguardano le fasce medio alte della distribuzione del reddito e quindi coloro che hanno risparmiato dovrebbero esser rappresentati da famiglie con una certa sicurezza di reddito, che probabilmente potrebbero tornare ai livelli di spesa per consumi "non obbligati" e correlati al leisure time antecedenti la crisi in tempi maggiormente rapidi, una volta allentati del tutto i vincoli sanitari e amministrativi.

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



I grafici successivi danno conto di come si siano evoluti i settori, evidenziando maggiori criticità per quei comparti che poi hanno mostrato maggiori problematiche dopo un anno, con contrazioni molto pronunciate in corrispondenza del primo lockdown (aprile e maggio), con particolare

riferimento al comparto turistico (hotel/compagnie aeree/turismo) insieme alla ristorazione. Si è sostanzialmente verificata una forte contrazione per le spese relative a queste ultime due voci: è ben evidente come la filiera del turismo (estesa fino alla ristorazione) abbia risentito fortemente della seconda ondata alla fine del 2020, con un crollo delle spese in un periodo dell'anno cruciale per la Toscana considerando il ruolo delle città d'arte. Il dato sulle prime diciotto settimane del 2021 mostra come gli effetti della terza ondata pandemica sulla domanda, sebbene pervasivi per buona parte del periodo, cominciano ad allentarsi e ad essere meno incisivi, e più attenuati, nelle ultime due settimane. Vi sono alcuni settori che potrebbero esser sulla buona strada per una fase di ripresa (come automotive, arredamento/pulizia casa, servizi socio-sanitari), ma altre attività evidenziano ancora perdite di domanda, con la persistenza di una elevata contrazione di acquisti di alcuni servizi, in cui maggiormente penalizzati sono risultati i servizi di alloggio e ristorazione, mentre gli acquisti di prodotti del sistema moda hanno mostrato un lieve recupero congiunturale (anche se rimangono penalizzati nel confronto con il 2019). I servizi essenziali e quelli che possono essere soddisfatti con modalità on line hanno sostanzialmente tenuto; il cambiamento di colore e la fase delle riaperture, insieme al progredire della campagna vaccinale per la Toscana potrebbe fornire ossigeno alla domanda per quei servizi che richiedono vicinanza fisica al momento della fruizione, sempre nel rispetto delle norme di sicurezza e igiene, dopo le limitazioni generate dal distanziamento sociale. L'allentamento delle restrizioni dovrebbe correlarsi a un miglioramento della domanda per queste attività, insieme a una generale normalizzazione dei livelli di domanda: occorre considerare che nei mesi di pandemia si è avuto un significativo accumulo di risparmio che dovrebbe generare una buona spinta al recupero della domanda. All'opposto dobbiamo pesare il fatto che le indagini Istat sulla fiducia delle famiglie segnalano una certa preoccupazione sul rimanere disoccupati insieme a famiglie che piuttosto che aumentare il risparmio hanno ridotto i livelli di ricchezza o aumentato l'indebitamento, con un effetto opposto sulla domanda anche in fase di consolidamento della ripresa.



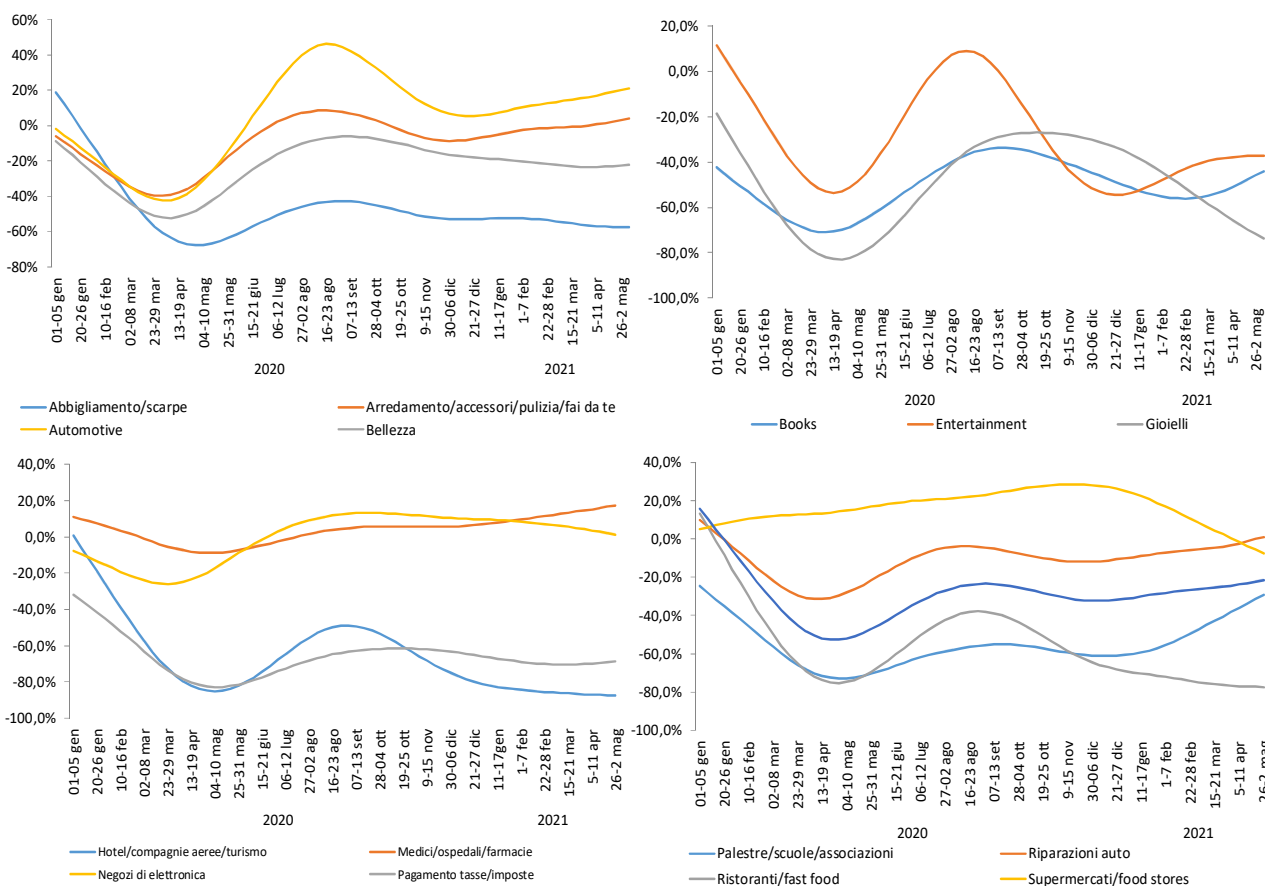
Dinamica

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 ancora le tendenze descritte, in cui si confermano ancora settori in ridimensionamento come abbigliamento/scarpe, hotel/turismo, ristoranti e gioiellerie; l'entrata in zona gialla sta già avendo un moderato effetto positivo sulle attività di ristorazione e di vendita dei prodotti del sistema moda; per vedere gli effetti positivi sulle attività turistiche i tempi potrebbero essere più dilatati. La diminuzione subita dalla spesa per consumi delle famiglie è stata superiore rispetto alla perdita che ha caratterizzato i redditi (che al suo interno in realtà copre ampie differenze in base alle varie categorie di lavoratori): lo shock pandemico e l'adozione delle misure di contenimento hanno modificato il rapporto tra la dinamica dei consumi delle famiglie e le loro reali capacità di spesa. Alla base della flessione della spesa di molte famiglie troviamo in prevalenza vincoli esterni come l'inutilità di certi acquisti (come gli articoli di abbigliamento), la preferenza accordata a consumi a minor costo (come i pasti in casa o anche gli acquisti on line), la difficoltà di sostenere certe spese a causa delle misure di distanziamento, insieme anche all'indisponibilità di risorse, fattore che tuttavia ha inciso nella misura in cui riguarda le famiglie degli occupati nei settori più colpiti; senza dimenticare che alcuni acquisti, potrebbero esser necessariamente rimandati, in quanto relativi ad attività o prodotti temporaneamente non necessari. Ci aspettiamo una sorta di "rotazione" della domanda soprattutto nella seconda parte del 2021, probabilmente a favore delle attività terziarie, e legata alla nuova normalità che lascerà il periodo post pandemico, soprattutto in termini di trasformazione urbana e di cambiamento delle abitudini di acquisto e/o di fruizione dei servizi.

Dinamica delle operazioni con carta di credito per settore, trend



Fonte: elaborazioni su dati Acepta

L'analisi dei dati delle transazioni tramite i numeri indice consente di valutare ancora meglio il deterioramento della 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)		
	IV ^a sett di apr 2021	I ^a sett di mag 2021	II ^a sett di mag 2021
Abbigliamento/scarpe	37,5	39,4	69,4
Arredamento/accessori/pulizia casa/fai da te	114,5	121,5	137,0
Automotive	232,2	134,7	115,0
Bellezza	139,7	105,5	103,2
Bollette	645,3	130,1	78,6
Books	100,0	127,6	154,7
Entertainment	61,6	45,3	38,7
Gioielli	34,3	42,8	53,4
Hotel/compagnie aeree/turismo	8,0	15,3	18,8
Medici/ospedali/farmacie	142,1	104,6	114,3
Negozi di elettronica	118,1	90,9	103,1
Pagamento tasse/imposte	93,5	60,3	73,6
Palestre/scuole/associazioni	155,7	52,8	108,2
Riparazioni auto	158,9	95,8	107,7
Ristoranti/fast food	7,4	33,4	44,6
Supermercati/food stores	94,0	90,9	101,6
Trasporto pubblico/taxi/benzinai	68,5	78,7	87,7

Fonte: elaborazioni su dati Acepta

Siamo tuttavia ancora indietro rispetto ai livelli del 2019 come possiamo vedere dalla successiva tabella in cui i numeri indice sono calcolati con base 2019=100. In altre parole la concentrazione della domanda in alcuni settori, ha lasciato scoperti spazi molto ampi di capacità inutilizzata per altri: il recupero è concentrato in parte sui beni non durevoli, ad esclusione dei prodotti del sistema moda, che nel corso del 2021 dovrebbero gradualmente recuperare insieme agli acquisti di servizi, parallelamente alla rimozione dei vincoli relazionali e al pieno sviluppo del processo di vaccinazione². Dinamiche piuttosto consistenti, nei confronti del 2019, riguardano i settori arredamento/accessori, bollette, medici/ospedali e negozi di elettronica; in misura minore iniziano a interessare anche istituti di bellezza, automotive, palestre e servizi di riparazione³.

² Vi sarà sempre incertezza, che dipenderà comunque dal miglioramento dell'efficienza di distribuzione dei vaccini nelle economie avanzate e soprattutto anche in quelle in via di sviluppo, insieme ad un "rinato" processo di cooperazione internazionale che, contestualmente, sia in grado di accelerare la ripresa degli spostamenti tra i paesi. Una criticità di primo piano sarà rappresentata dalla ripresa dei viaggi internazionali se consideriamo che le piattaforme digitali potranno aiutare le aziende a farle andare avanti, anche se fino a una certa soglia, oltre la quale il contatto faccia a faccia tornerà ad acquisire rilevanza strategica.

³ Riguardo al 2019 abbiamo preso come riferimento base la relativa settimana: per esempio per la quarta settimana del 2021 la base è la quarta settimana del 2019 (=100).

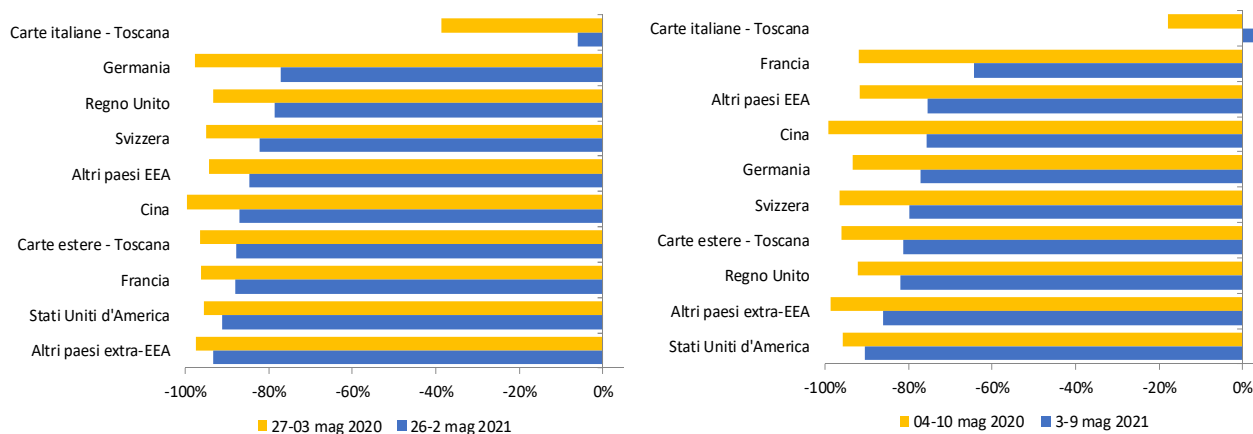
	Numeri Indice (base mobile settimanale 2019=100)		
	I ^a sett di mag 2020	II ^a sett di mag 2020	II ^a sett di mag 2021
Abbigliamento/scarpe	3,4	8,2	77,8
Arredamento/accessori/pulizia casa/fai da te	22,0	46,9	131,2
Automotive	9,4	61,4	107,5
Bellezza	6,6	16,5	94,7
Bollette	70,2	280,4	126,1
Books	13,9	30,0	88,8
Entertainment	6,2	30,3	41,2
Gioielli	0,0	-3,2	48,5
Hotel/compagnie aeree/turismo	1,6	1,0	18,1
Medici/ospedali/farmacie	75,7	88,3	120,9
Negozi di elettronica	51,2	87,5	98,2
Pagamento tasse/imposte	0,3	0,7	41,5
Palestre/scuole/associazioni	0,0	4,8	78,4
Riparazioni auto	38,7	74,1	113,6
Ristoranti/fast food	3,0	5,7	50,3
Supermercati/food stores	105,2	117,6	101,9
Trasporto pubblico/taxi/benzinai	19,8	36,9	97,5

Fonte: elaborazioni su dati Axepta

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: per esempio la netta contrazione di abbigliamento e calzature è fortemente legata alla limitazione degli spostamenti e al dover rimanere confinati nelle proprie abitazioni soprattutto nelle settimane di zona rossa della regione, a fine 2020. Così come le vendite dei negozi di elettronica e informatica tendono a recuperare in modo abbastanza intenso, considerando il ruolo avuto dalla didattica a distanza e dallo *smartworking*. L'ampiamiento della platea di persone a cui somministrare i vaccini e il contestuale miglioramento degli indici di contagio, dovrebbero portare anche ad una ripartenza di quei settori terziari che fino ad ora sono stati fortemente penalizzati e le cui spese razzionate a seguito dei precedenti provvedimenti sanitari ed amministrativi.

La limitazione degli spostamenti chiaramente impatta fortemente anche sulla provenienza delle carte se consideriamo che le transazioni con carte estere hanno fatto osservare in questa quarta settimana di aprile ancora una contrazione dell'88% rispetto ad una dinamica negativa meno intensa per quelle italiane (-6%). Le contrazioni maggiori, tra i principali paesi, hanno interessato Francia, Stati Uniti e Cina.

Confronto variazioni prima e seconda settimana di maggio 2021: provenienza

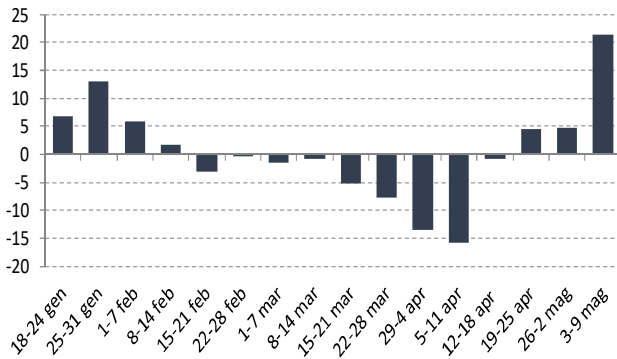


Fonte: elaborazioni su dati Axepta

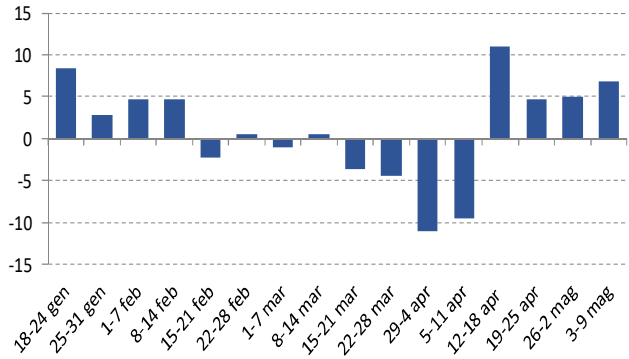
Si segnala l'inizio del recupero congiunturale per settori come il sistema moda, la ristorazione e parte delle attività turistiche, ma anche gli istituti di bellezza e il comparto trasporti, come possiamo osservare dal successivo set di grafici.

Variazioni congiunturali per settore (su numeri indice a base 2019=100)

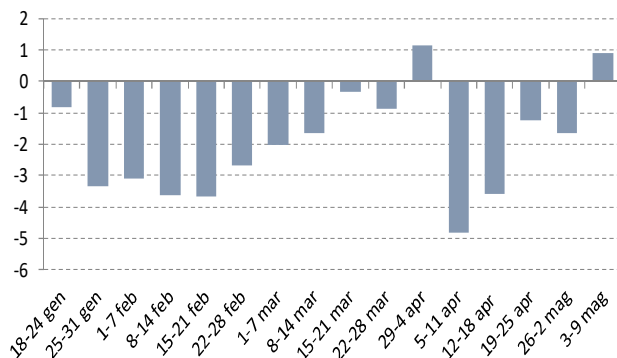
Abbigliamento/scarpe



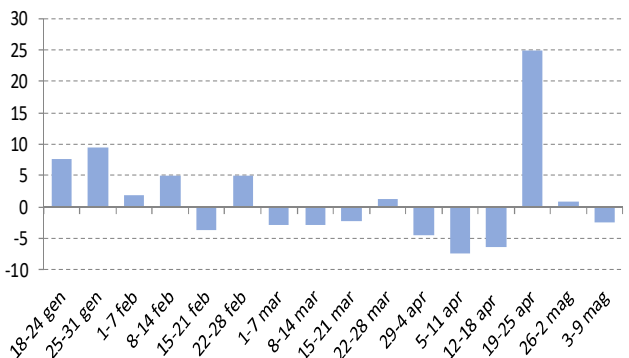
Arredamento/accessori/pulizia casa/fai da te



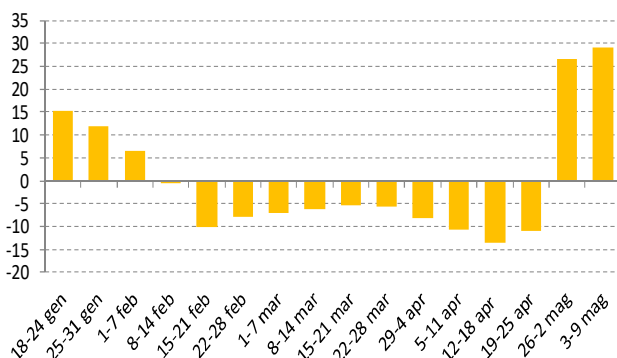
Supermercati/food stores



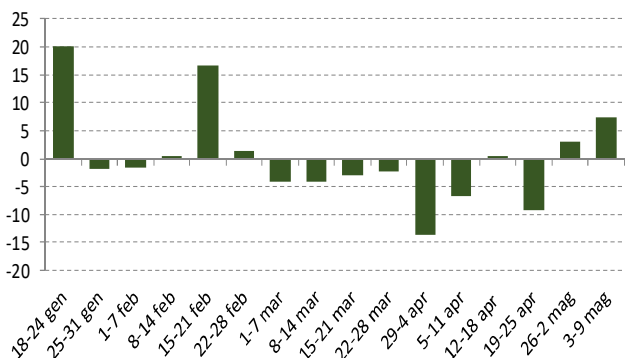
Automotive



Ristoranti/fast food

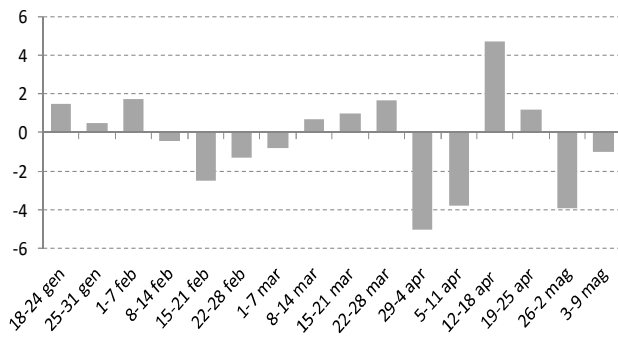


Hotel/compagnie aeree/turismo

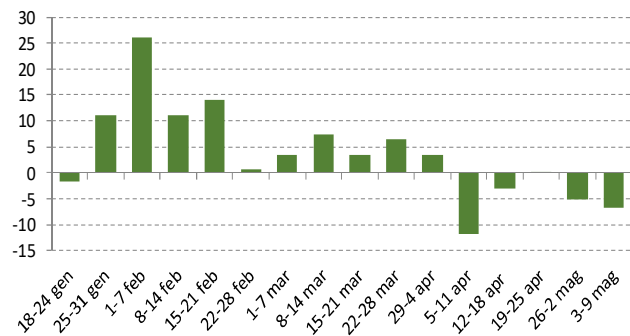


Variazioni congiunturali per settore (su numeri indice a base 2019=100)

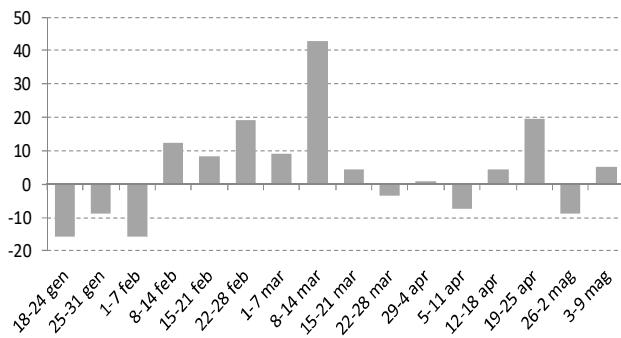
Negozi di elettronica



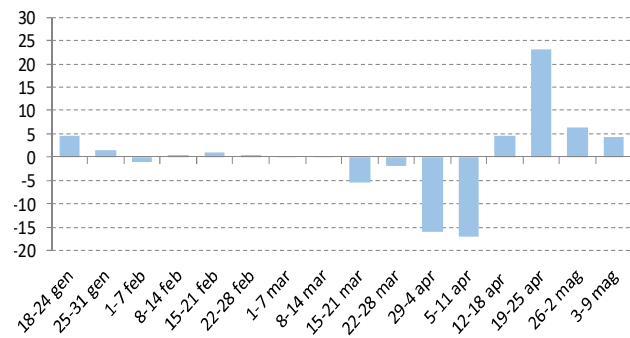
Entertainment



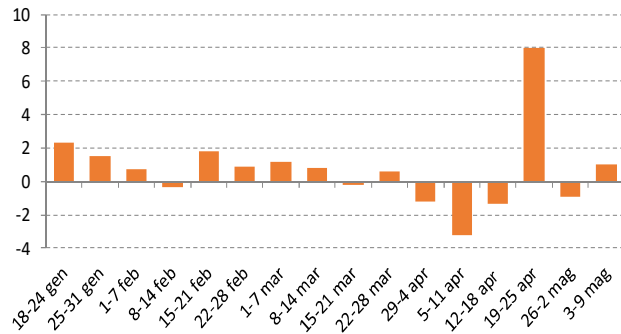
Palestre/scuole/associazioni



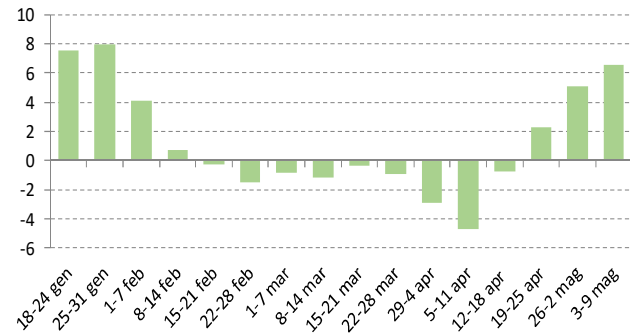
Bellezza



Medici/ospedali/farmacie



Trasporto pubblico/taxi/benzinai



I dati in questo rapporto si basano su pagamenti con carte di debito e credito effettuate su terminali e soluzioni di pagamento gestiti 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