



Camera di Commercio
Firenze
dal 1770 la casa delle imprese



I consumi in Toscana rilevati attraverso i pagamenti digitali

Settimana dall'11 al 17.10.2021

a cura dell'Ufficio Studi e statistica



I consumi in Toscana rilevati nella settimana dall'11 al 17 ottobre 2021 attraverso i pagamenti digitali

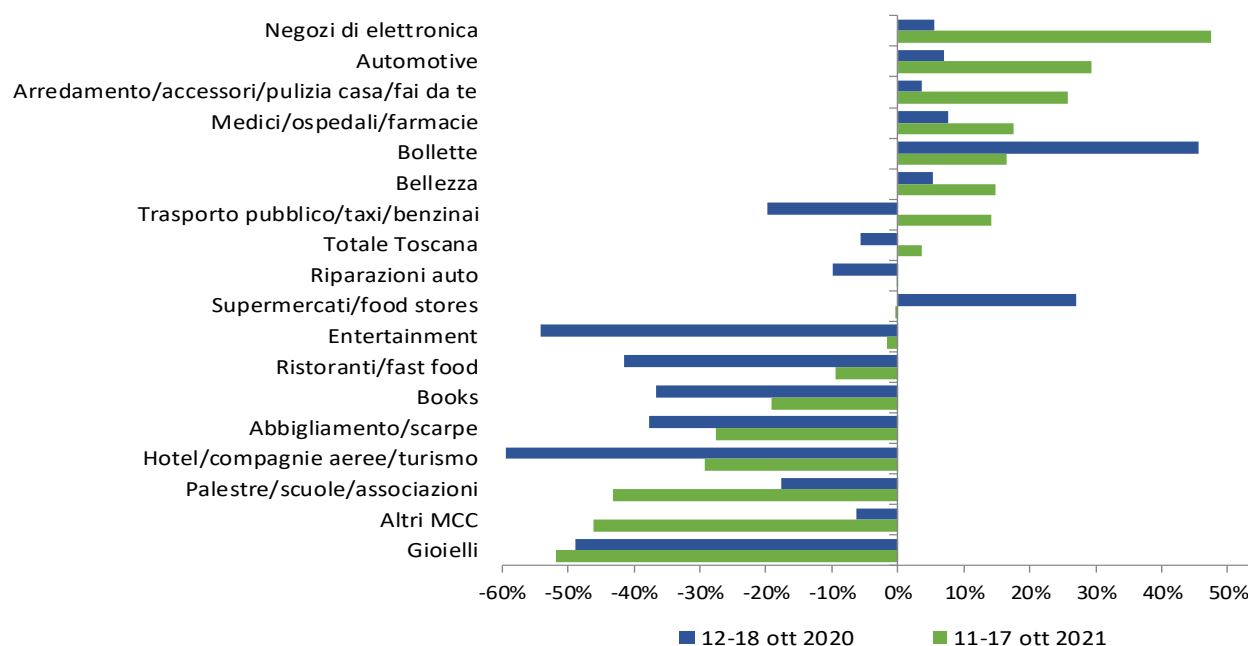
Le variazioni settimanali registrate per classi merceologiche permettono di ricavare indicazioni di tendenza di medio periodo, intercettando gli orientamenti di spesa per settore, individuando i comparti maggiormente dinamici, considerando l'attuale fase di recupero della domanda; Firenze e la Toscana si stanno inserendo piuttosto bene lungo il sentiero di solido recupero dell'economia per l'anno corrente; la fase attuale di surriscaldamento dei prezzi al consumo sembrerebbe destinata a incidere, almeno nel breve termine, 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. Le riaperture hanno determinato una ripartenza della spesa nei settori dell'intrattenimento, della ristorazione e degli alberghi e alloggi turistici, con un discreto rialzo dei consumi di servizi, parallelamente ad un parziale rallentamento della domanda di beni. A 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. La conseguenza sono stati allungamento dei tempi di consegna e 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 monetarie¹.

Abbiamo individuato un gruppo di settori che, anche se in modo alternato, sta seguendo una fase di ripristino postpandemico con una ripresa più rapida delle attese; i comportamenti e gli stili di vita dei consumatori saranno strutturalmente influenzati da cambiamenti come la stabilità dello smart working, indipendentemente dal ritorno in presenza del pubblico impiego (come testimoniano anche i dati Google) e l'aumento delle vendite on line. 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: occorre che si stabilizzi la "nuova normalità" degli stili di vita. Questi cambiamenti hanno influito 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.

Se osserviamo le variazioni di questa settimana di ottobre 2021 e la corrispondente di ottobre 2020 (rispetto al 2019) emerge come vi siano diversi settori con variazione positiva, contestualmente al progredire delle vaccinazioni e alla graduale ripresa della mobilità. In termini di generali si osserva un certo miglioramento se consideriamo che si passa da un +0,6% della precedente settimana ad un +3,7% di questa, con una dinamica che appare in via di miglioramento.

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

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



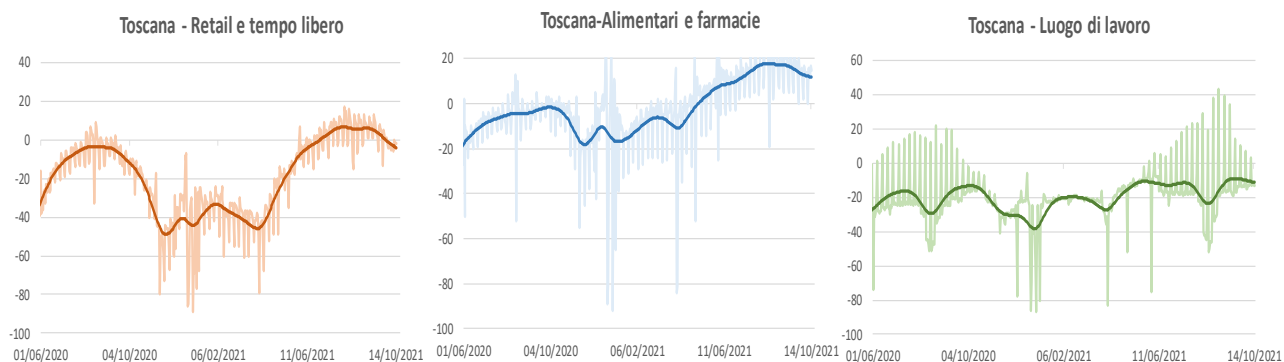
Fonte: elaborazioni su dati Acepta

In questa settimana i seguenti settori evidenziano una dinamica marcatamente positiva nei confronti del 2019: negozi di elettronica (+47,5%), automotive (+29,4%), arredamento (+25,7%), medici/ospedali/farmacie (+17,5%), istituti di bellezza (+14,7%) e trasporti (+14,2%); moderata contrazione per riparazioni auto (-0,2%), supermercati (-0,3%) e intrattenimento (-1,6%); inoltre, dopo l'andamento positivo riscontrato nel corso del periodo estivo, proseguono ancora con variazione negativa, turismo (-29,3%) e ristorazione (-9,5%). Variazioni negative anche per libri (-19,2%), gioielli (-51,8%), così come le vendite di prodotti del sistema moda si caratterizzano per una variazione ancora negativa (-27,7%) insieme alle palestre (-43,3%). Per la grande distribuzione l'attenuazione delle vendite potrebbe risentire sia del fatto che non è più, come nel *lockdown*, il canale fisico di vendita prevalente e sia anche dell'effetto degli strumenti di pagamento della spesa emessi direttamente dalle catene di distribuzione, che quindi sfuggono al monitoraggio. Con il proseguire del processo di vaccinazione e l'avanzare del periodo estivo abbiamo assistito ad un irrobustimento della fase di recupero, con un aumento dei consumi proprio per quei settori maggiormente danneggiati dalla crisi e dal distanziamento sociale, insieme ad un progressivo cambio nella composizione della domanda a favore dei servizi. L'effetto delle campagne vaccinali sta avendo un ruolo importante nel ripristino del clima di fiducia per famiglie e imprese, ma le aspettative dei consumatori potrebbero esser state modificate dalla pandemia con un aumento del peso della componente legata all'incertezza.

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 e alimentari/farmacie la mobilità tende a caratterizzarsi per un'intonazione crescente nelle ultime undici settimane; per gli spostamenti verso il luogo di lavoro dopo una tendenza decrescente, tornano a crescere moderatamente gli spostamenti risentendo del graduale recupero quasi a pieno ritmo per molti settori. L'effetto delle riaperture e stive insieme alla somministrazione dei vaccini, risulta correlarsi ad un incremento di domanda per quei settori 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, che sebbene siano in fase calante, hanno comunque rialzato il loro livello, come vedremo anche dal set di grafici in fondo alla presente nota. In base all'evoluzione dei *mobility*

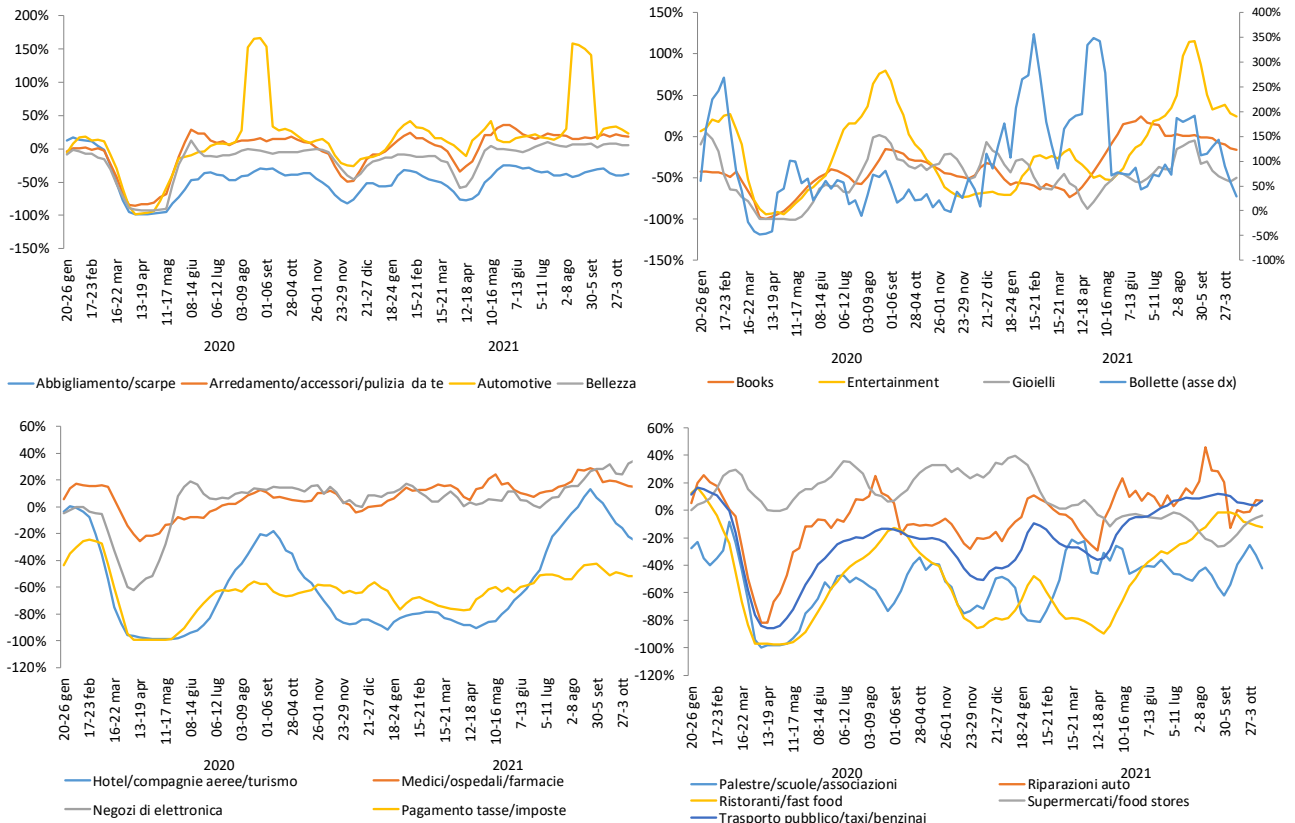
trend di Google appare probabile che l'uscita dalla crisi si sia consolidata nel corso del periodo estivo, insieme ai dati sul clima di fiducia delle famiglie e delle imprese che tendono a rafforzare proprio questa ipotesi. La campagna vaccinale e il controllo delle varianti saranno fondamentali nel comprimere l'incertezza di fondo, che rappresenta ormai una costante; la mobilità verso i luoghi di lavoro dopo un primo recupero potrebbe sicuramente ripartire dalla metà di ottobre in poi, data di riferimento per il ritorno in presenza per i dipendenti della pubblica amministrazione.

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



I grafici successivi mostrano il procedere dell'evoluzione settoriale, evidenziando l'attenuazione di una configurazione che appariva in precedenza maggiormente critica, riguardo alla dinamica tendenziale per alcuni settori come turismo e ristorazione, anche se tornati di nuovo su valori negativi; si tratta comunque di comparti che da qualche settimana hanno mostrato anche una discreta tenuta congiunturale. Il dato sulle prime quarantuno settimane del 2021 ha confermato come il consolidamento della ripartenza per alcune attività come arredamento, elettronica o servizi sanitari; la sorpresa positiva per l'automotive, insieme agli istituti di bellezza e ai trasporti. L'attività delle palestre è da alcune settimane in fase calante (risentendo anche di effetti stagionali), insieme agli acquisti dei prodotti del sistema moda; questi ultimi a livello congiunturale mostrerebbero un andamento moderatamente positivo. La persistenza di cambiamenti legati al consolidamento dello *smart working*, del commercio on line e ad una fisiologica attenuazione dei livelli di mobilità potrebbero portare ad una ripresa parziale delle voci di domanda che hanno maggiormente subito gli effetti della pandemia. In un periodo in cui il potere d'acquisto presenterà limitate possibilità di recupero, considerando la risalita dell'inflazione (al 2,6% a settembre secondo Istat) 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

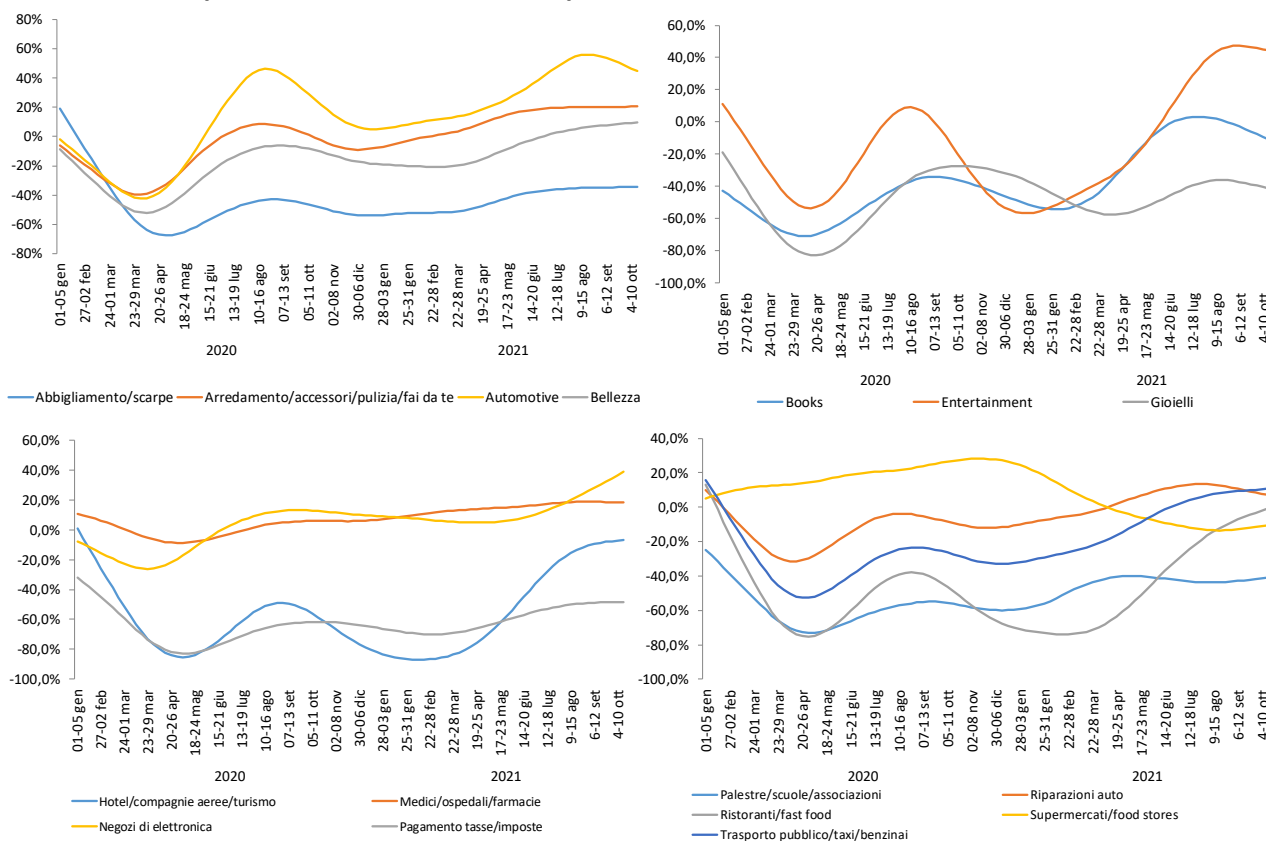


Fonte: elaborazioni su dati Axepta

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.

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. Dopo le riaperture estive siamo entrati in una fase "rotazione" della domanda, che si è intensificata in questa seconda parte del 2021, con un cambio nella composizione 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. Probabilmente non torneremo alle condizioni economiche antecedenti la pandemia, stiamo entrando in un percorso, non semplice, che dovrebbe portare ad una nuova struttura produttiva differente dalla precedente. In altre parole si sta gradualmente verificando un processo di ricomposizione della struttura della domanda.

Dinamica delle operazioni con carta di credito per settore, trend



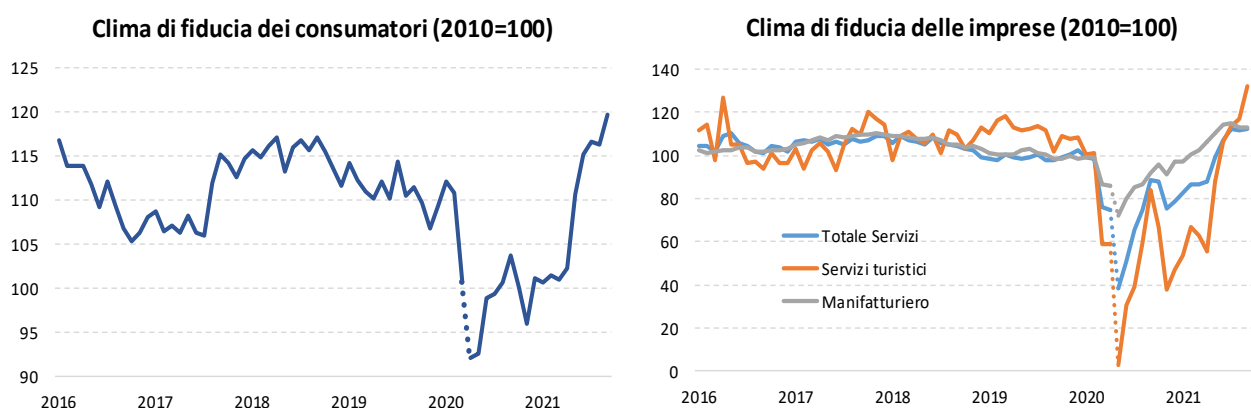
Fonte: elaborazioni su dati Axepta

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 crescita 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 set 2021 | I ^a sett di ott 2021 | II ^a sett di ott 2021 |
| Abbigliamento/scarpe | 48,9 | 58,1 | 64,5 |
| Arredamento/accessori/pulizia casa/fai da te | 126,2 | 121,1 | 131,2 |
| Automotive | 147,8 | 115,0 | 138,4 |
| Bellezza | 114,8 | 106,5 | 125,0 |
| Bollette | 95,1 | 66,3 | 72,6 |
| Books | 149,8 | 143,7 | 140,7 |
| Entertainment | 119,4 | 100,4 | 92,4 |
| Gioielli | 27,2 | 84,7 | 53,2 |
| Hotel/compagnie aeree/turismo | 73,8 | 73,2 | 73,3 |
| Medici/ospedali/farmacie | 103,1 | 106,4 | 111,1 |
| Negozi di elettronica | 128,1 | 161,7 | 154,8 |
| Pagamento tasse/imposte | 82,7 | 80,3 | 84,8 |
| Palestre/scuole/associazioni | 96,2 | 68,3 | 78,3 |
| Riparazioni auto | 102,1 | 116,8 | 94,6 |
| Ristoranti/fast food | 78,5 | 75,4 | 80,2 |
| Supermercati/food stores | 91,1 | 94,4 | 99,4 |
| Trasporto pubblico/taxi/benzinai | 91,7 | 95,2 | 102,7 |

Fonte: elaborazioni su dati Axepta

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. In altre parole la concentrazione della domanda in alcuni settori, ha lasciato scoperti spazi molto ampi di capacità inutilizzata per altri. Dinamiche piuttosto consistenti, nei confronti del 2019, riguardano i settori arredamento/accessori, automotive e intrattenimento; nel corso del periodo estivo hanno interessato anche gioielli, libri, turismo, ristorazione, istituti di bellezza, trasporti e servizi di riparazione².



Fonte: elaborazioni su dati Istat

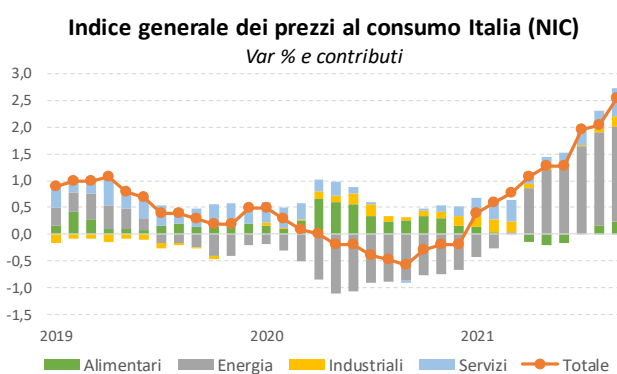
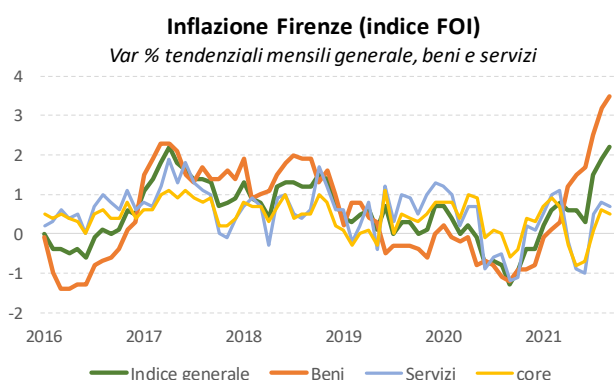
| | Numeri Indice (base mobile settimanale 2019=100) | | |
|--|--|----------------------------------|----------------------------------|
| | I ^a sett di ott 2020 | II ^a sett di ott 2020 | II ^a sett di ott 2021 |
| Abbigliamento/scarpe | 62,0 | 62,2 | 72,3 |
| Arredamento/accessori/pulizia casa/fai da te | 103,3 | 103,6 | 125,7 |
| Automotive | 94,2 | 107,0 | 129,4 |
| Bellezza | 100,4 | 105,3 | 114,7 |
| Bollette | 131,5 | 145,7 | 116,4 |
| Books | 72,2 | 63,3 | 80,8 |
| Entertainment | 69,7 | 45,9 | 98,4 |
| Gioielli | 77,8 | 51,2 | 48,2 |
| Hotel/compagnie aeree/turismo | 42,9 | 40,6 | 70,7 |
| Medici/ospedali/farmacie | 104,6 | 107,6 | 117,5 |
| Negozi di elettronica | 116,0 | 105,4 | 147,5 |
| Pagamento tasse/imposte | 40,0 | 40,1 | 47,8 |
| Palestre/scuole/associazioni | 33,9 | 82,3 | 56,7 |
| Riparazioni auto | 85,1 | 90,2 | 99,8 |
| Ristoranti/fast food | 63,6 | 58,5 | 90,5 |
| Supermercati/food stores | 138,9 | 127,1 | 99,7 |
| Trasporto pubblico/taxi/benzinai | 80,7 | 80,3 | 114,2 |

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. Di pari passo ai miglioramenti congiunturali della domanda si riaffaccia anche l'inflazione (+2,2% per Firenze nel mese di settembre e +2,5% quella nazionale) per effetto della componente legata ai beni (+3,5% 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). Pesa comunque anche il rialzo delle quotazioni di

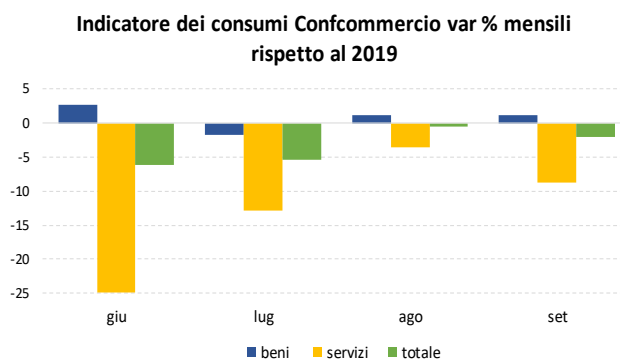
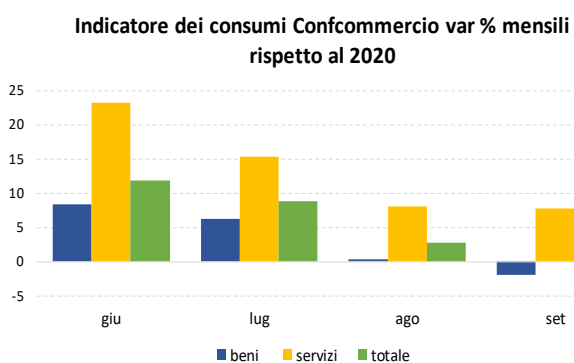
² Riguardo al 2019 abbiamo preso come riferimento base la relativa settimana: per esempio per la seconda settimana di ottobre 2021 la base è la seconda settimana di ottobre 2019 (=100).

petrolio e gas, che stanno spingendo verso l'alto le quotazioni dell'energia e inoltre l'inflazione *core* sembrerebbe mostrare una dinamica parzialmente slegata da quella *headline*. Ciò potrebbe erodere nel tempo il clima di fiducia (comunque in aumento a settembre) 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: il rischio è che cambino le aspettative d'inflazione e che le abitudini d'acquisto delle famiglie potrebbero avvertirne direttamente gli effetti, considerando che la maggior parte degli incrementi dovrebbero riguardare proprio i cosiddetti consumi obbligati (spese per l'abitazione ed energetici in particolare); tuttavia il persistere delle tensioni sulle materie prime anche industriali e le difficoltà logistiche delle catene di produzione stanno iniziando a riflettersi sui prezzi anche di altri beni e servizi. Secondo alcuni previsori l'inflazione in Italia dovrebbe arrivare al massimo al 3,5% per iniziare a sgonfiarsi già a metà 2022 e riportarsi su valori accettabili nella seconda metà del 2022: molto dipenderà dal comportamento della componente energetica nel corso del prossimo anno. Difficilmente l'inflazione potrà interessare le dinamiche salariali se consideriamo che l'inflazione di fondo sta mostrando una dinamica piuttosto moderata (+0,6%)³.



Fonte: comune di Firenze; Istat

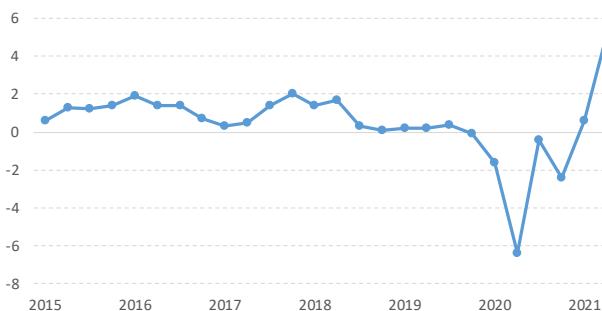
La fiducia delle famiglie si colloca su buoni livelli, anche se probabilmente potrebbe attenuarsi sulla scia della ripresa dell'inflazione e anche i timori di una ripresa della disoccupazione.



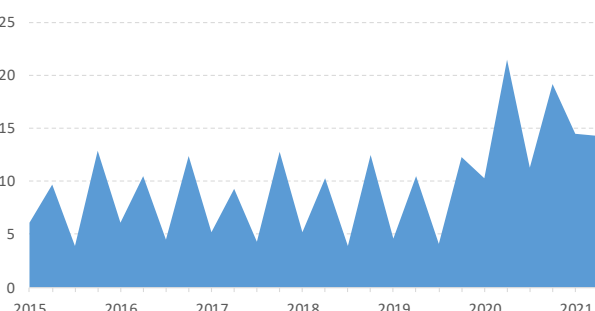
Fonte: Confcommercio, note sulla congiuntura

³ Cfr. Ufficio Studi Confcommercio, *Congiuntura Confcommercio*, n. 8 settembre 2021 e n. 9 ottobre 2021.

Potere d'acquisto



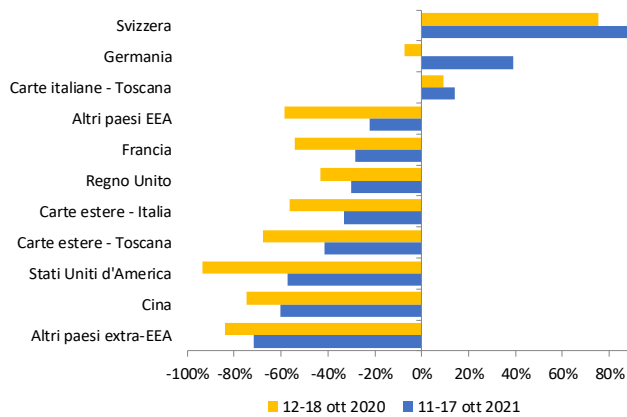
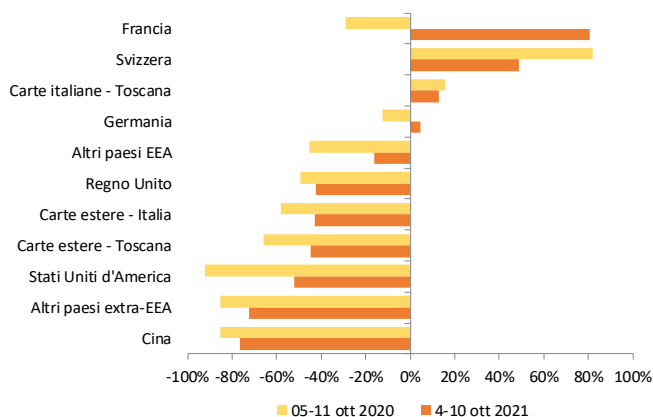
Propensione al risparmio



Fonte: elaborazioni su dati Istat

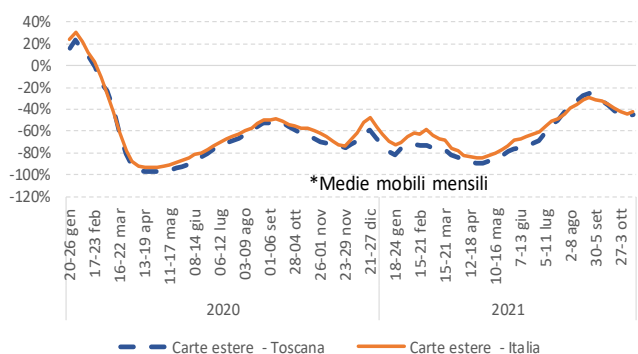
Riguardo alla provenienza delle carte, le transazioni con carte estere hanno fatto osservare nella settimana dall'11 al 17 di ottobre una contrazione del 41,4% segnalando un andamento simile a quello della settimana precedente; rispetto ad una dinamica che rimane positiva per quelle italiane (+14,3%). Si confermano in territorio positivo le variazioni registrate per la Germania (+39,2%) insieme anche ad un forte aumento rilevato per la Svizzera (+119%); negativa la Francia (28,5%). Le contrazioni maggiori, tra i principali paesi, hanno interessato Regno Unito (-30%) Stati Uniti (-57,4%) e Cina (-60,5%).

Confronto variazioni prima e seconda settimana di ottobre 2021: provenienza

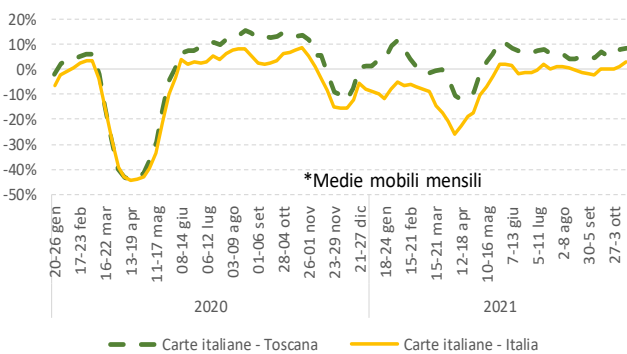


Fonte: elaborazioni su dati Acepta

Confronto dinamica carte estere*



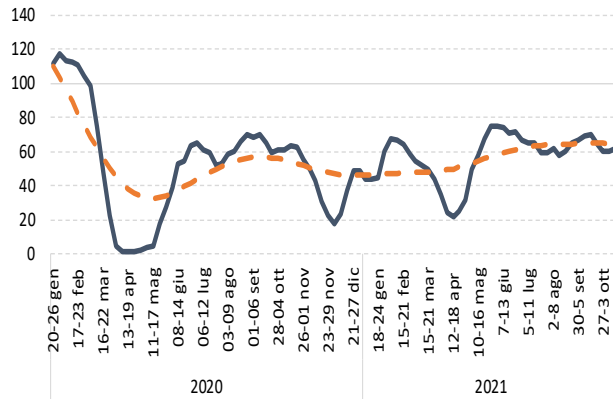
Confronto dinamica carte italiane*



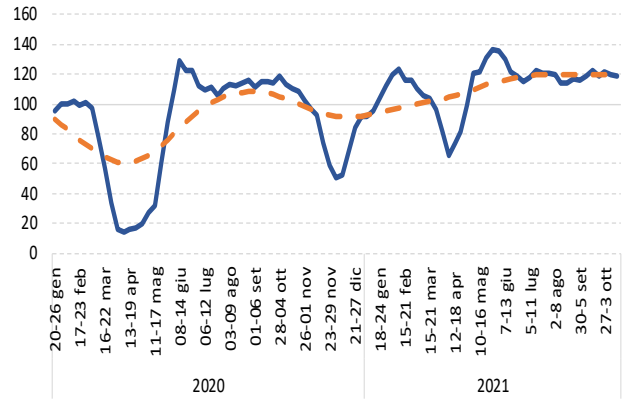
Si segnala il proseguimento del recupero congiunturale per molti settori anche se in alcuni casi non procede proprio in modo lineare, come possiamo osservare dal successivo set di grafici.

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

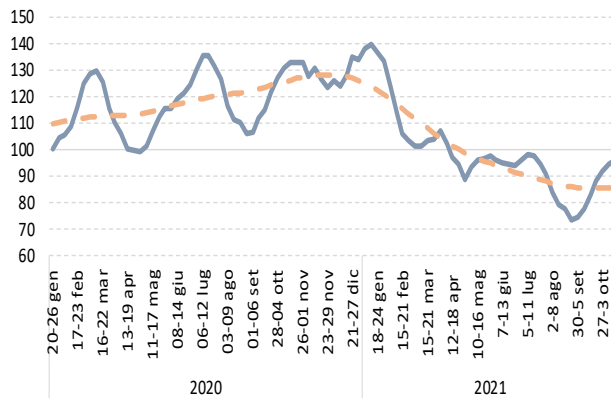
Abbigliamento/scarpe



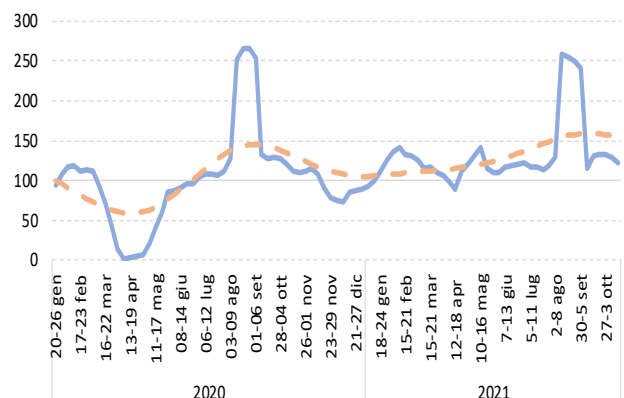
Arredamento/accessori/pulizia casa/fai da te



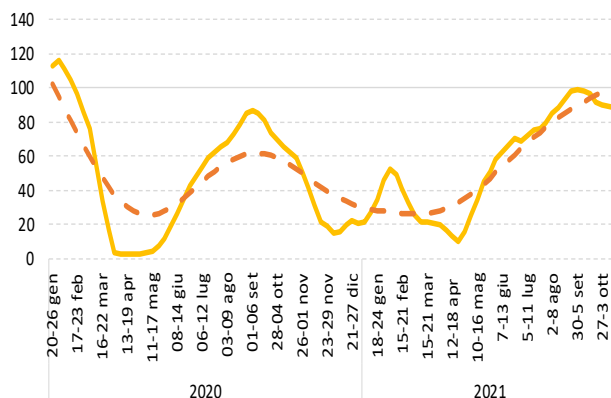
Supermercati/food stores



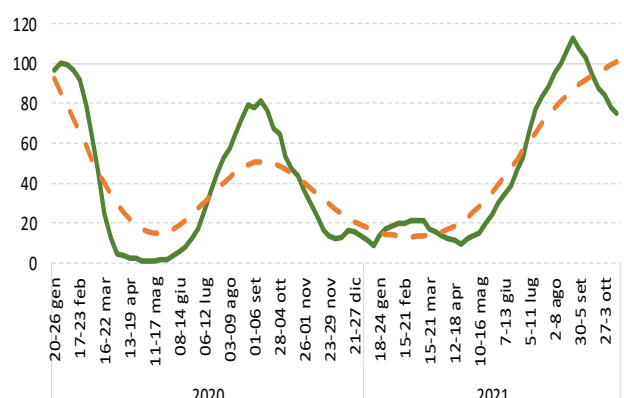
Automotive



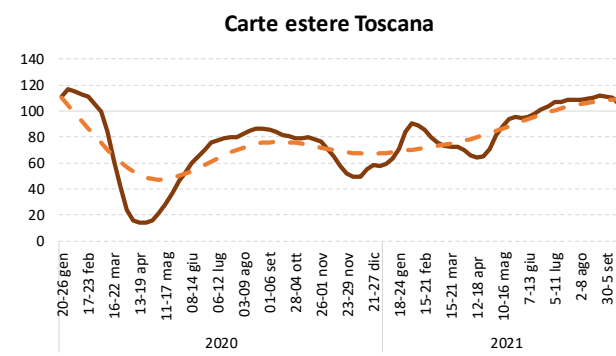
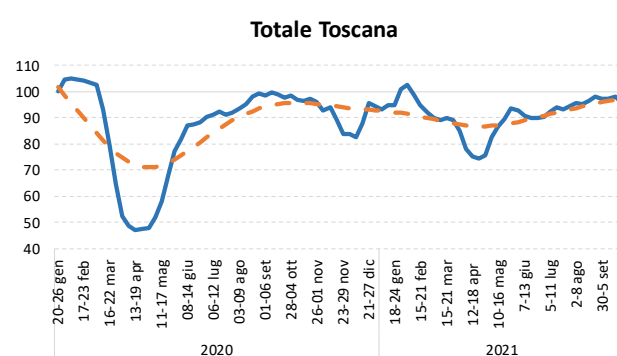
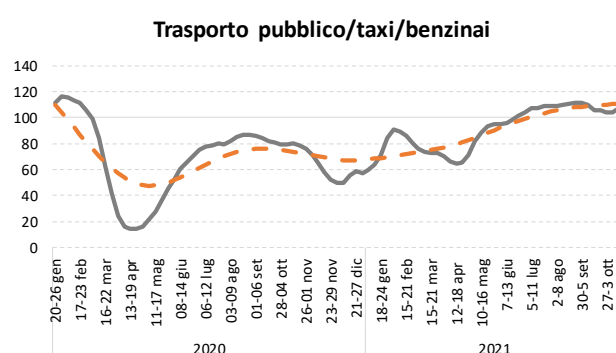
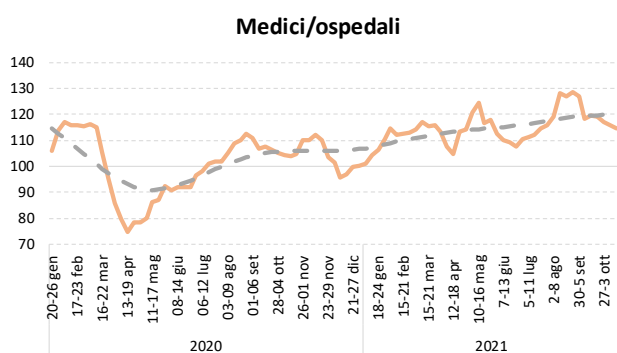
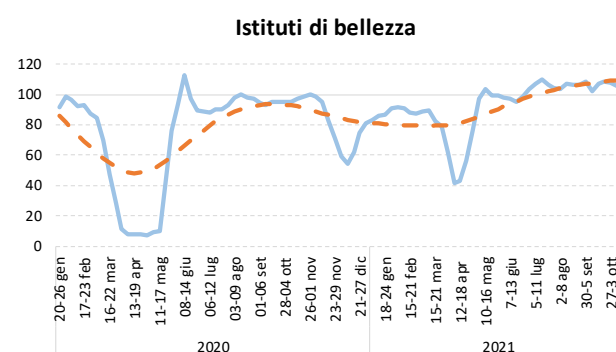
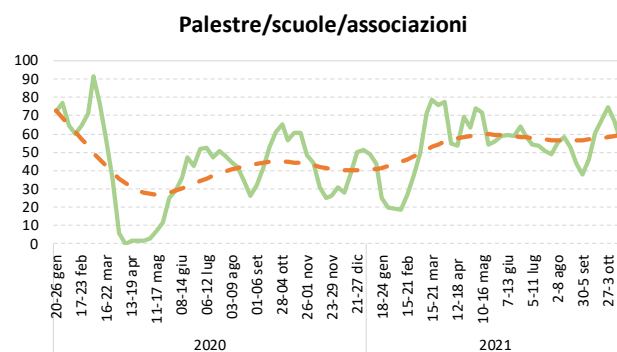
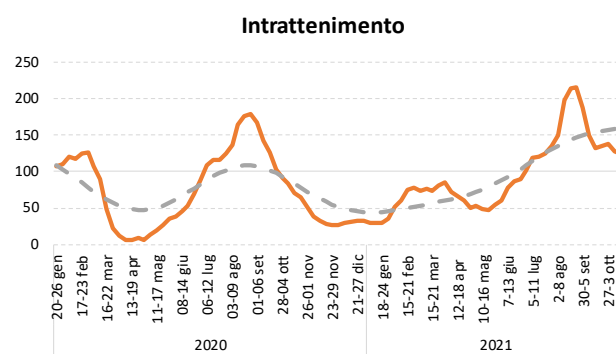
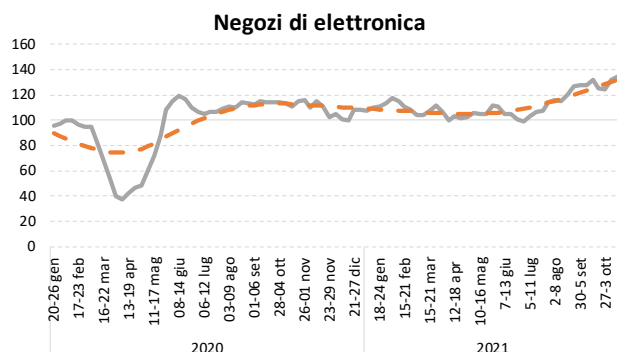
Ristoranti/fast food



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 fuorviante. 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 Axepta 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 Axepta 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