



Camera di Commercio
Firenze
dal 1770 la casa delle imprese



I consumi in Toscana rilevati attraverso i pagamenti digitali

Settimana dal 12.04.2021 al 18.04.2021

a cura dell'Ufficio Studi e statistica



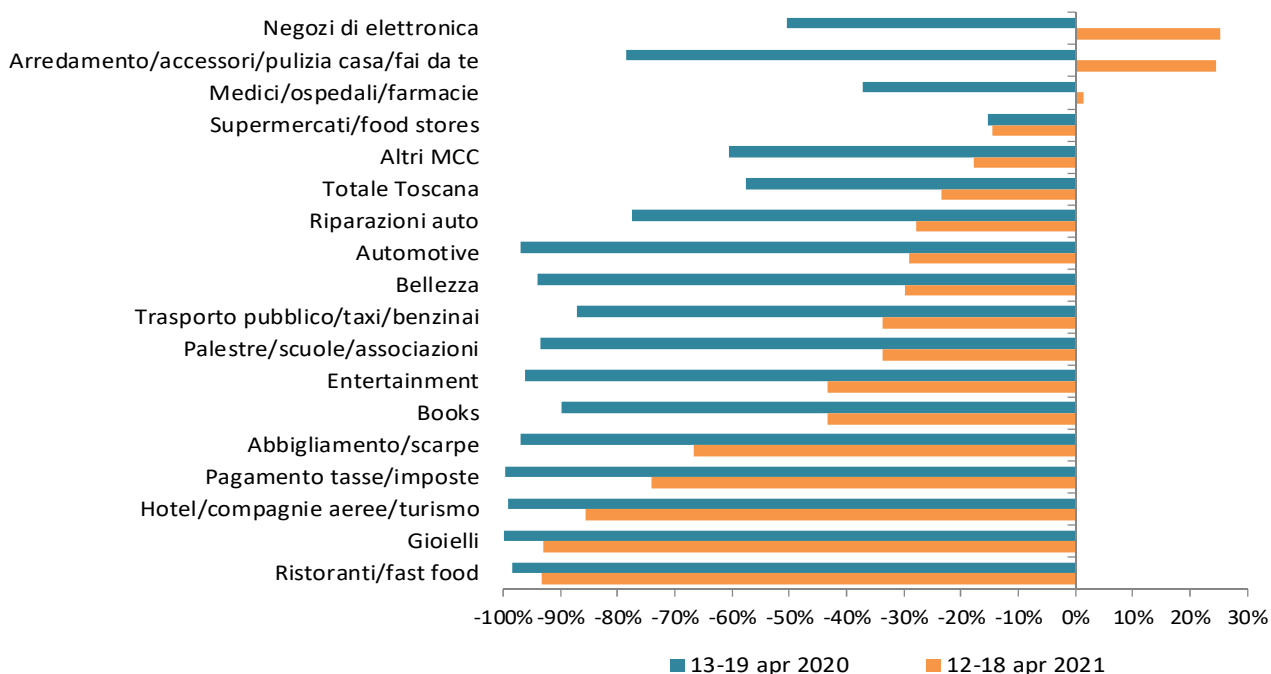
I consumi in Toscana rilevati nella terza settimana di aprile 2021 attraverso i pagamenti digitali

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 rendono molto bene l'idea di quanto la concentrazione in termini settoriali degli effetti della crisi dia luogo ad una certa dispersione della spesa per consumi delle famiglie. In queste ultime settimane abbiamo individuato un gruppo di settori che, anche se in modo alternato, stanno seguendo un graduale sentiero di recupero.

Se osserviamo le variazioni della terza settimana di aprile 2020 e la terza di aprile 2021 (rispetto al 2019) emerge come, al netto del pagamento delle bollette, che ha una dinamica esponenziale, vi sono due settori in crescita come negozi di elettronica (+25,3%) e arredamento/accessori/pulizia casa/fai da te (+24,5%); un settore con una dinamica moderata come medici/ospedali/farmacie (+1,4%) mentre per i supermercati la variazione è ancora negativa (-14,4%). Per altre attività si rileva una contrazione intermedia con riferimento a riparazioni auto (-28%), automotive (-29%), bellezza (-29,9%), trasporto pubblico/taxi/benzinai (-33,8%), palestre/scuole/associazioni (-33,8%), entertainment (-43,3%) e books (-43,4%). Si passa quindi a comparti con perdite più intense, oltre il -60%, rappresentati nell'ordine da: abbigliamento/scarpe; pagamento tasse/imposte; hotel/compagnie aeree/turismo; ristoranti/fast food; gioielli. Per questi ultimi tre settori possiamo rilevare perdite tendenziali intorno al -100%. Le asimmetrie settoriali vengono confermate e sono ben evidenti, con effetti che potrebbero protrarsi anche nel medio periodo, nonostante si possano rilevare alcuni recuperi congiunturali.

Confronto variazioni terza settimana di aprile 2020 vs aprile 2021 rispetto al 2019*



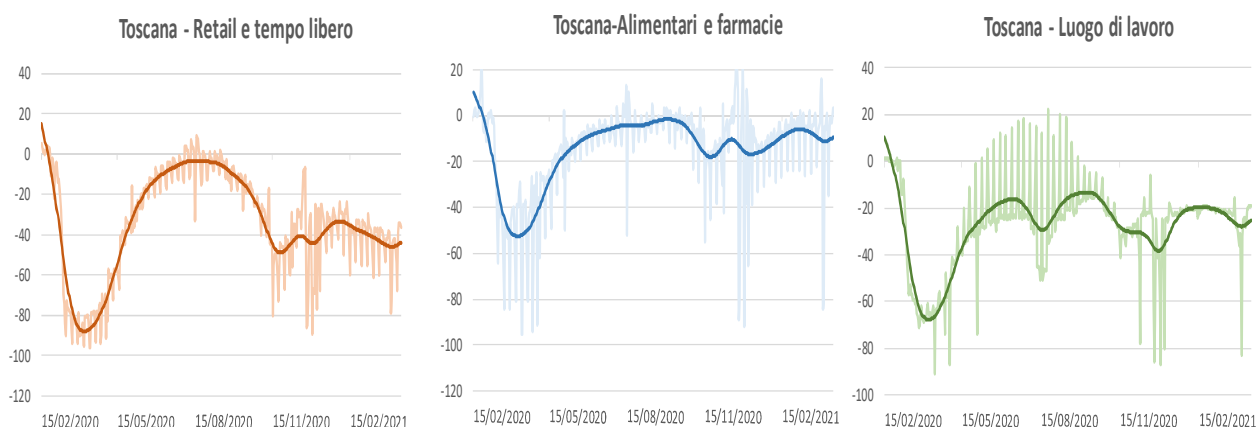
*nel grafico non si è riportato il settore delle bollette in quanto caratterizzato da una crescita consistente (+300%) che non permetteva di evidenziare il contributo di tutti gli altri settori

Fonte: elaborazioni su dati Acepta

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

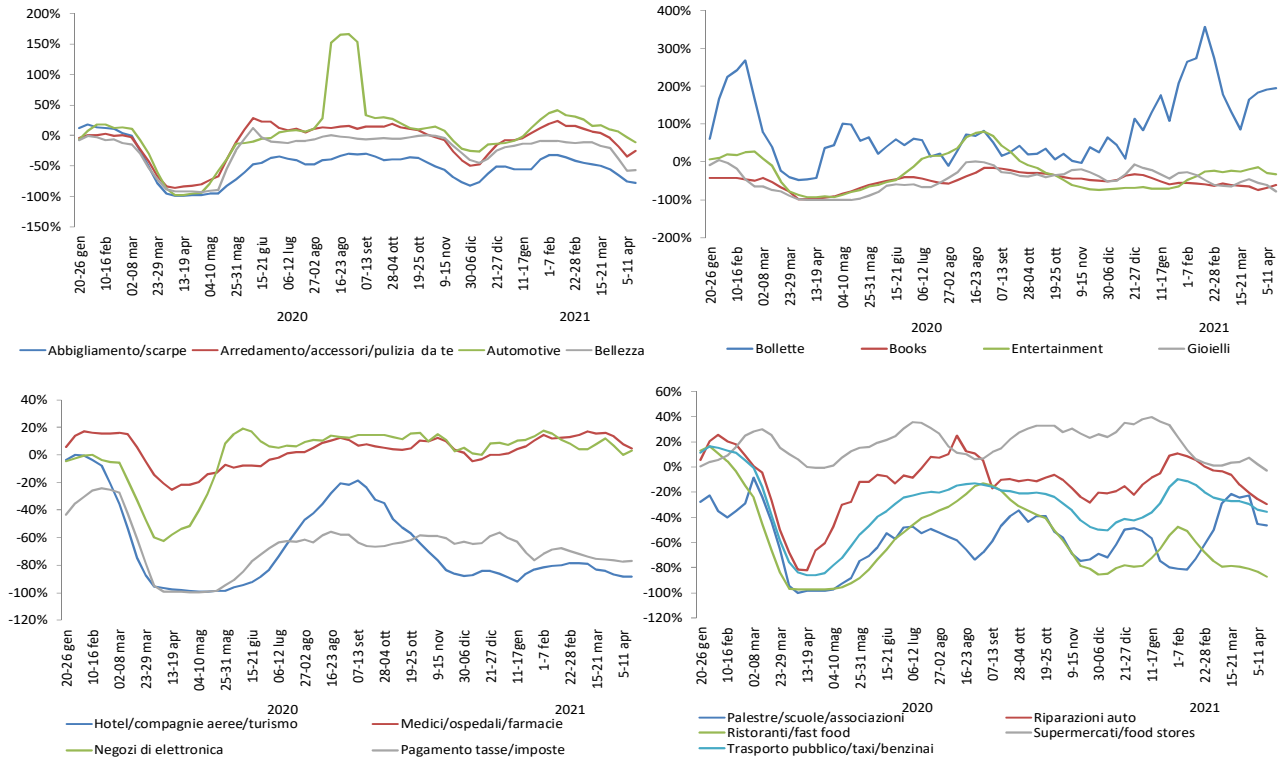
Il *Google mobility index* mostra le variazioni, rispetto al giorno di riferimento nelle sei settimane antecedenti la data del rapporto, della mobilità verso i luoghi del *retail* e degli acquisti di alimentari e farmacie, insieme al luogo di lavoro; evidenzia contrazioni nettamente inferiori a quelle rilevate nella primavera 2020. La minor mobilità è sostanzialmente collegata ai mancati spostamenti di chi ha svolto attività lavorativa in *smartworking*: in tal caso ad una diminuzione degli spostamenti non sempre si correla un calo dell'attività economica. In altre parole questi dati mostrano come le restrizioni nella seconda e terza ondata, pur essendo rigide, tendono ad essere meno drastiche rispetto alla prima. Per *retail* e tempo libero la mobilità tende a caratterizzarsi per un orientamento moderatamente crescente nell'ultima settimana, nonostante la zona rossa regionale, dopo l'intonazione cedente della settimana precedente.

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. I grafici successivi mostrano come si sia 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 quindici settimane del 2021 mostra gli effetti ancora pervasivi della terza ondata pandemica sulla domanda, nonostante le misure governative alternative al lockdown totale, finalizzate sia a contenere i contagi, sia ad attenuare gli effetti sui conti economici delle imprese. Persiste la concentrazione settoriale delle perdite di domanda con una forte contrazione di acquisti di alcuni servizi, in cui maggiormente penalizzati sono risultati i servizi di alloggio e ristorazione, insieme anche agli acquisti di prodotti del sistema moda. I servizi essenziali e quelli che possono essere soddisfatti con modalità on line hanno sostanzialmente tenuto, ma allo stato attuale appare ancora compromessa la domanda per quei servizi che richiedono vicinanza fisica al momento della fruizione e che il distanziamento sociale ha drasticamente limitato (filiera dei servizi ricettivi e ricreativi). La crisi ha ancora carattere settoriale con settori in sofferenza proprio in base alle restrizioni. Se è vero che i servizi soffrono più della manifattura, vi è l'eccezione di alcune filiere manifatturiere come tessile, abbigliamento, pelletteria, cosmetica, calzature – ancora in arretramento in quanto si tratta di acquisti strettamente correlati all'aspetto relazionale.

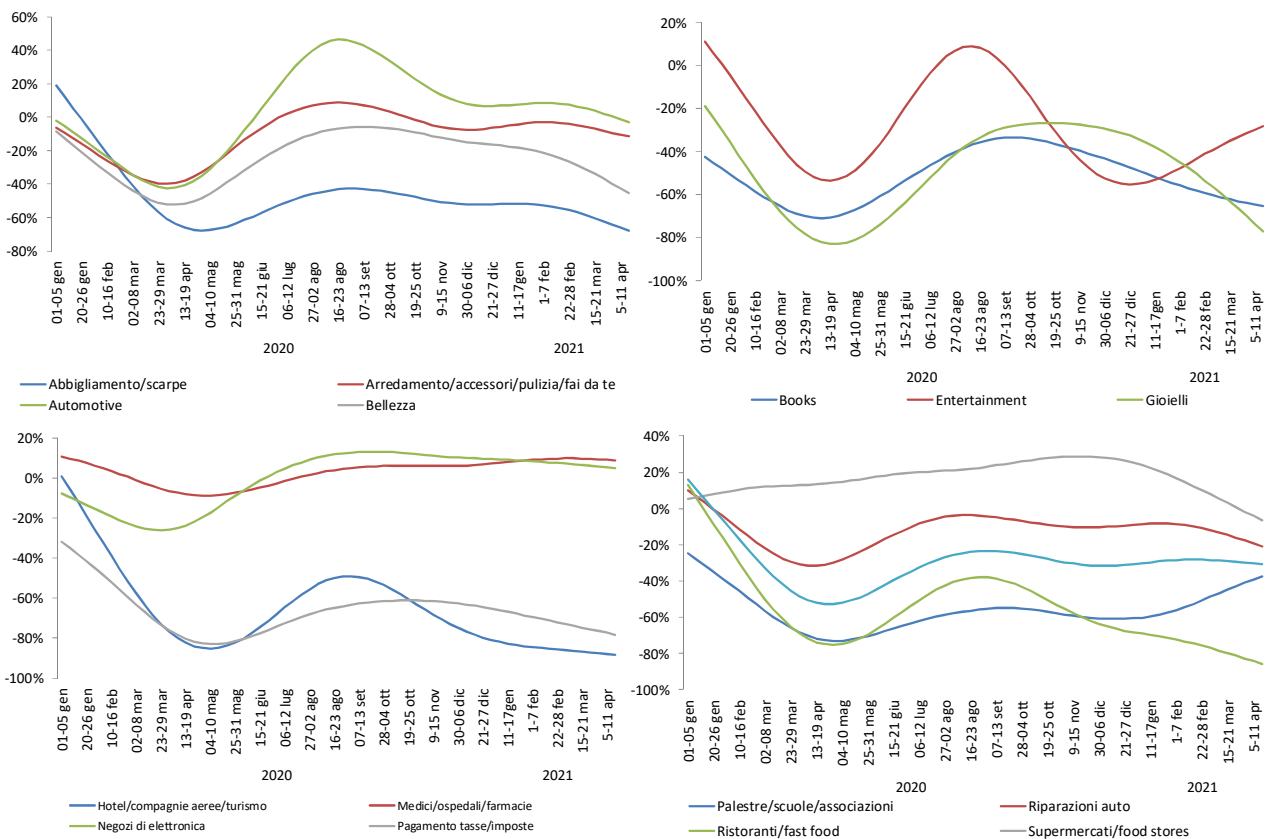
Dinamica delle operazioni con carta di credito per settore, medie mobili mensili



Fonte: elaborazioni su dati Axepta

Osservando la dinamica di fondo delle operazioni con carta di credito si possono vedere ancora meglio queste tendenze, in cui si confermano i forti ridimensionamenti per i quattro settori sopra richiamati, ma notiamo anche una certa capacità di miglioramento e di tenuta per altri settori come per esempio l'*automotive* o anche arredamento e accessori, insieme ai negozi di elettronica e ai supermercati; nonostante presentino una dinamica tendenziale che vira lievemente verso il basso proprio ad aprile. Si tratta di dati che confermano, in termini congiunturali, quanto la diminuzione subita della spesa per consumi delle famiglie sia 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)		
	I ^a sett di apr 2021	II ^a sett di apr 2021	III ^a sett di apr 2021
Abbigliamento/scarpe	13,9	7,5	29,7
Arredamento/accessori/pulizia casa/fai da te	46,3	48,7	130,0
Automotive	97,5	75,0	75,9
Bellezza	18,3	11,2	76,4
Bollette	91,9	95,4	249,7
Books	50,5	76,2	98,6
Entertainment	80,4	28,8	53,2
Gioielli	4,9	8,7	7,6
Hotel/compagnie aeree/turismo	5,8	10,5	15,0
Medici/ospedali/farmacie	101,3	89,1	95,9
Negozi di elettronica	87,2	89,9	131,5
Pagamento tasse/imposte	42,4	38,0	46,1
Palestre/scuole/associazioni	83,6	51,5	91,3
Riparazioni auto	60,8	64,0	68,3
Ristoranti/fast food	13,4	9,6	5,9
Supermercati/food stores	114,1	82,9	85,3
Trasporto pubblico/taxi/benzina	57,3	49,6	59,5

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 fatto sì che per altri comparti di attività con spazi molto ampi di capacità inutilizzata: 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, negozi di elettronica e supermercati³.

	Numeri Indice (base mobile settimanale 2019=100)		
	I ^a sett di apr 2020	III ^a sett di apr 2020	III ^a sett di apr 2021
Abbigliamento/scarpe	1,0	3,0	33,3
Arredamento/accessori/pulizia casa/fai da te	17,3	21,4	124,5
Automotive	1,4	3,1	71,0
Bellezza	9,9	6,0	70,1
Bollette	52,7	77,6	400,7
Books	0,5	10,2	56,6
Entertainment	2,8	3,7	56,7
Gioielli	0,0	0,0	6,9
Hotel/compagnie aeree/turismo	1,5	0,9	14,5
Medici/ospedali/farmacie	80,3	62,9	101,4
Negozi di elettronica	40,5	49,5	125,3
Pagamento tasse/imposte	0,7	0,3	25,9
Palestre/scuole/associazioni	0,0	6,5	66,2
Riparazioni auto	21,8	22,5	72,0
Ristoranti/fast food	4,4	1,5	6,7
Supermercati/food stores	109,3	84,6	85,6
Trasporto pubblico/taxi/benzinai	13,9	12,9	66,2

Fonte: elaborazioni su dati Acepta

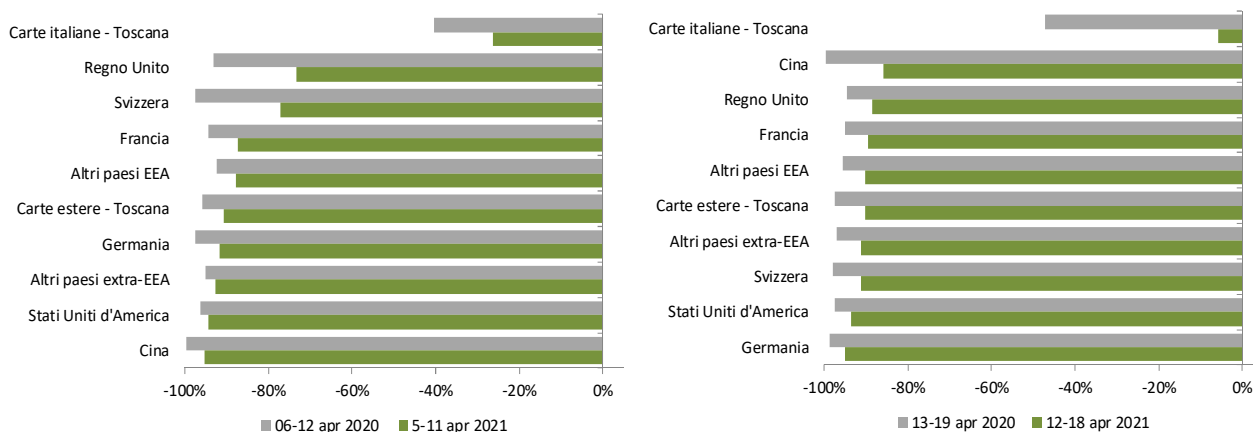
I cambiamenti del quadro macroeconomico hanno avuto un certo ruolo, anche se sul cambio dei comportamenti e delle abitudini di spesa per consumi sembrerebbe che abbia influito maggiormente l'avvicendamento delle varie misure di restrizione introdotte dal Governo: per esempio la netta contrazione di abbigliamento 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*. Le criticità sono rappresentate dal fatto che le filiere più colpite nelle prossime settimane, come servizi turistici, manifestazioni/attività sportive o attività di intrattenimento, rimarranno ancora in fase di recessione; la crisi sembra ancora non aver fine, ma le misure potranno essere allentate solo con la graduale somministrazione di un maggior numero di vaccini.

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).

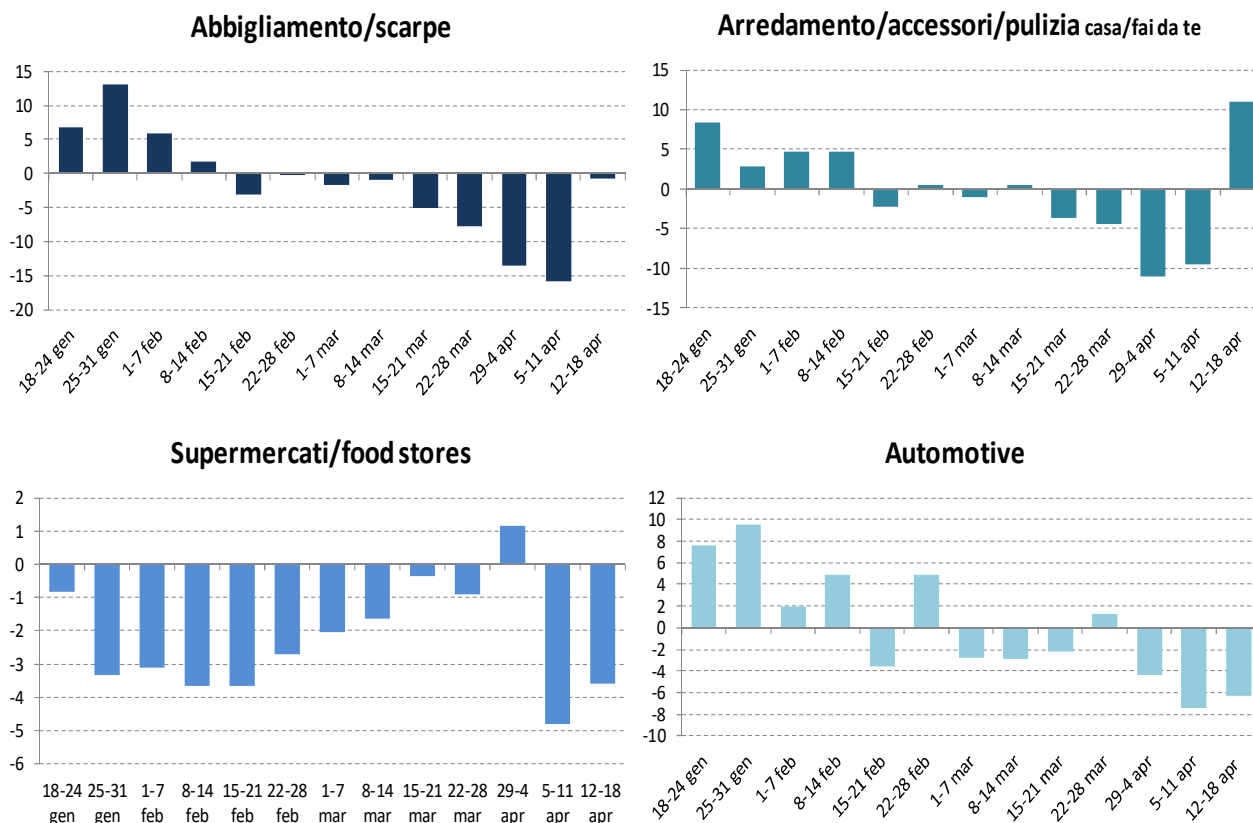
La limitazione degli spostamenti chiaramente impatta fortemente anche sulla provenienza delle carte se consideriamo che le transazioni con carte estere hanno fatto osservare in questa terza settimana di aprile ancora una contrazione del 90% rispetto ad una della dinamica negativa meno intensa per quelle italiane (-6%). Le contrazioni maggiori, tra i principali paesi, hanno interessato Cina, Germania, Stati Uniti e Svizzera.

Confronto variazioni seconda e terza settimana di aprile 2021: provenienza



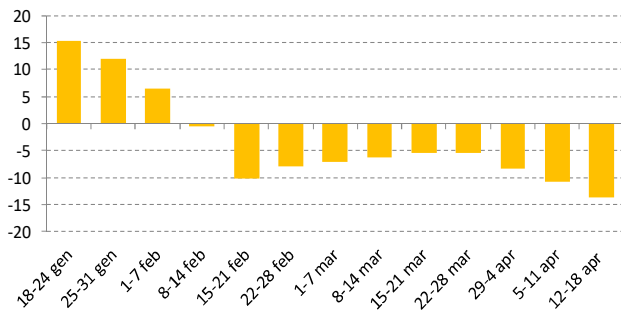
Fonte: elaborazioni su dati Axepta

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

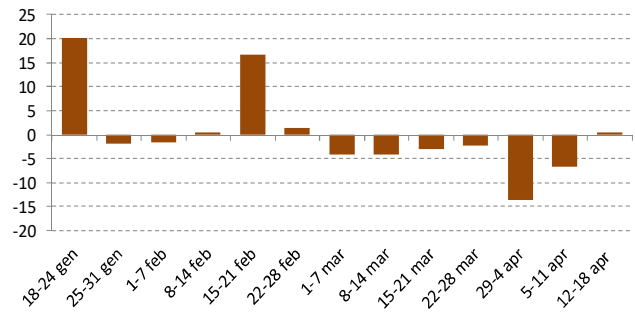


Variazioni congiunturali per settore (su numeri indice a base 2019=100)

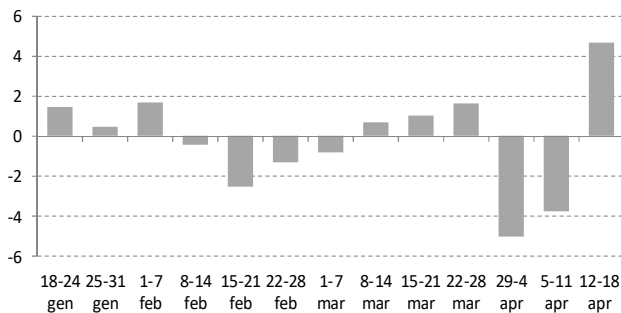
Ristoranti/fast food



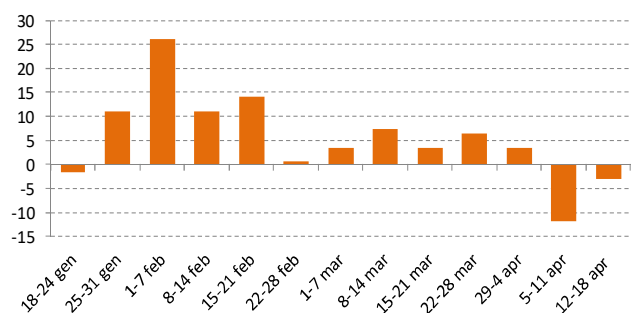
Hotel/compagnie aeree/turismo



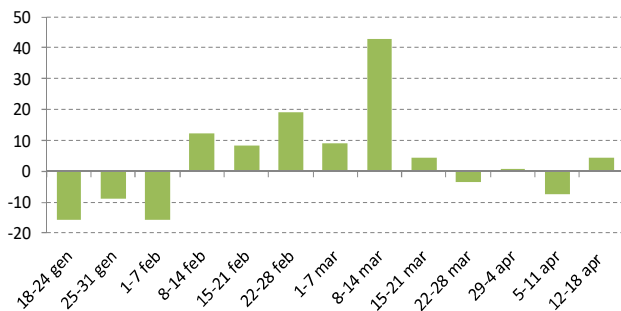
Negozi di elettronica



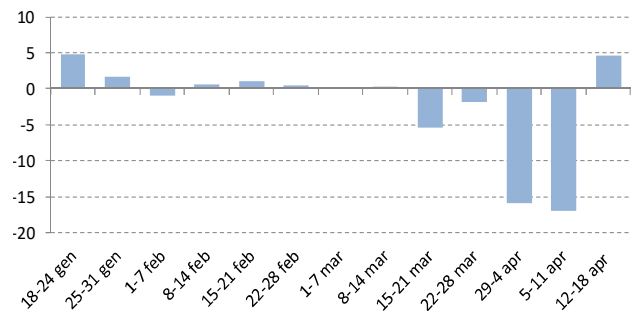
Entertainment



Palestre/scuole/associazioni



Bellezza



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