



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



# I consumi in Toscana rilevati attraverso i pagamenti digitali

Maggio 2023

a cura dell'Ufficio Studi e statistica



## I consumi in Toscana rilevati i pagamenti digitali. Maggio 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 sulla seconda settimana di maggio 2023 ha evidenziato una variazione del 18,7% a valori nominali, risentendo parzialmente dell'andamento dell'inflazione, che anche se meno intensa, alcune componenti si caratterizzano per 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; continuano ad aumentare anche i trasporti (che comprendono anche il trasporto pubblico e privato oltre al rifornimento di carburante per gli automobilisti) e le bollette, sebbene in modalità meno incisiva delle settimane precedenti.

La tenuta dell'economia nel 2022 ha di fatto contribuito ad influenzare in positivo anche la prima parte dell'economia, nonostante la crescente incertezza e la persistenza di fattori e tensioni che se degenerano possono far scivolare l'economia nel baratro della recessione. Tuttavia nei primi 5 mesi del 2023 la spesa per consumi ha evidenziato una netta frenata derivante dall'ampio rallentamento del potere d'acquisto maturato già a fine 2022. Gli orientamenti caratterizzanti le diverse componenti di spesa non hanno un profilo comune e ben delineato, ma come riflette anche l'indice World Line – Axepta, appaiono piuttosto differenziati con miglioramenti sul versante immatricolazioni e anche una discreta ripresa delle attività turistiche insieme a quelle di ristorazione, nonostante il rallentamento nell'ultima settimana di riferimento. Rallenta l'indice delle vendite al dettaglio a livello nazionale, in collegamento con l'attenuazione dei volumi della domanda di beni di consumo.

Abbiamo già segnalato come l'esaurimento dei risparmi accumulati nel corso della pandemia, parallelo alla decelerazione dei conti correnti delle famiglie registrata da Banca d'Italia a fine 2022, si stia riflettendo sull'attenuazione della domanda delle famiglie; di conseguenza il crollo dei consumi potrà essere evitato se il potere d'acquisto comincerà a riprendersi parallelamente al rallentamento dell'inflazione, che nel mese di aprile si è mantenuta su un valore leggermente più alto di quello di marzo (da +7,6% a +8,2%) a seguito di un effetto base legato al prezzo degli energetici, che sebbene in rallentamento, su base congiunturale, sembrerebbe aumentare in termini tendenziali. Il ritiro delle misure per contrastare i rincari energetici procede insieme all'impatto dell'aumento del costo del denaro che potrebbe contribuire a rallentare i consumi privati nei prossimi mesi a partire dall'irrigidimento del credito al consumo. Il maggior costo del denaro andrebbe ad impattare sulle decisioni di acquisto rendendo maggiormente costosi i prestiti in essere (come i mutui a tasso variabile) facendo diminuire la domanda per i prestiti di breve termine per i beni di consumo (per l'acquisto di elettrodomestici bianchi o automobili per esempio). Un altro elemento di preoccupazione è rappresentato anche dal rischio dell'inflazione da profitti che chiaramente potrebbe incidere su una minor velocità di rientro della dinamica inflazionistica, la cui componente legata a questo fattore risulterebbe impermeabile al rialzo dei tassi di interesse<sup>2</sup>. Su quest'ultimo punto la questione è controversa e non ben delineata, e non sarà affrontata in questa sede: la questione riguarda la definizione del corretto indicatore di mark up in quanto il rapporto fra MOL (margine operativo lordo) e Valore aggiunto potrebbe esser

---

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

<sup>2</sup> Cfr. Glover A., Mustre del Rio J., Ende-Becker A., *How Much Have Record Corporate Profits Contributed to Recent Inflation?*, in “Economic Review Federal Reserve Bank of Kansas City”, Vol. 108, n. 1.

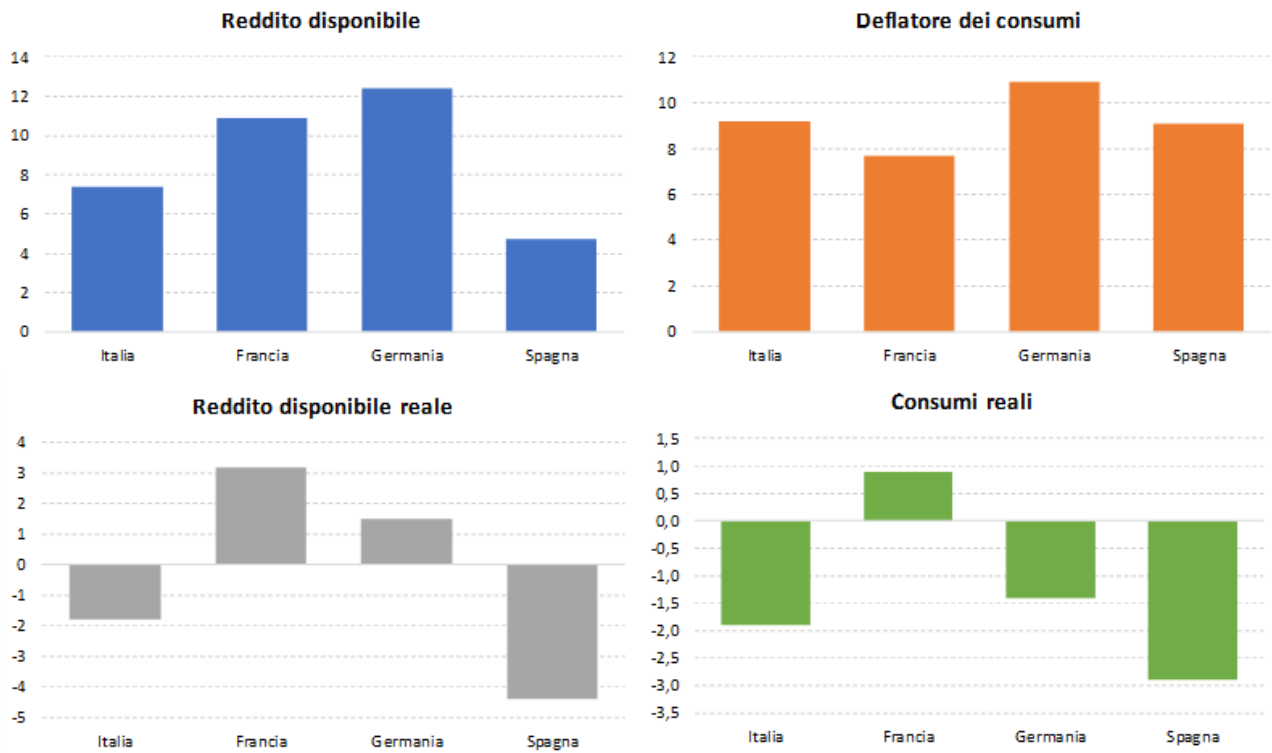
fuorviante rispetto all'impiego del rapporto fra MOL e costo unitario di produzione, perché riguarderebbe l'impatto dei prezzi sulla dinamica della quota di profitto; in realtà ciò vale nei settori in cui i prezzi sopravanzano i costi reali e in cui non si ha invarianza dei volumi reali prodotti e venduti dalle imprese dopo l'aumento di prezzi e costi con riferimento alla struttura di mercato e al comportamento di altre imprese. Quindi ciò potrebbe avvenire in quei mercati a domanda rigida, in condizioni di quasi oligopolio (in cui l'impresa può esercitare potere di mercato), proprio come quelli dei beni alimentari di prima necessità, che risulterebbero difficili da sostituire nonostante gli aumenti di prezzo, favorendo la salita dei margini<sup>3</sup>.

Ci sono due aspetti interessanti che non fanno propendere per una visione pessimistica delle scelte di consumo delle famiglie: in primo luogo l'andamento della domanda di lavoro delle imprese non sembrerebbe decelerare e impensierire, nonostante la persistente incertezza di fondo, come testimoniato dai rapporti mensili Excelsior sulla domanda di lavoro con un mercato del lavoro che appare piuttosto vivace, nonostante la criticità rappresentata dalla persistenza e pervasività della difficoltà di reperimento di personale, che sembrerebbe mettere paradossalmente in secondo piano la disoccupazione, anche se in realtà vi è indirettamente correlata, se pensiamo alla disoccupazione frizionale (ovvero derivante proprio dalle inefficienze e imperfezioni del mercato del lavoro a seguito del mismatching professionale); questa situazione del mercato del lavoro si riflette ovviamente sui livelli di consumo, che rallentano, ma non in modo pesante; certamente l'altro aspetto critico è rappresentato dalla questione salariale e dal fatto che in termini reali sono diminuiti e non certo aumentati.

In secondo luogo 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 (fonte Circana, *Fmcg Demand Signals*, maggio 2023).

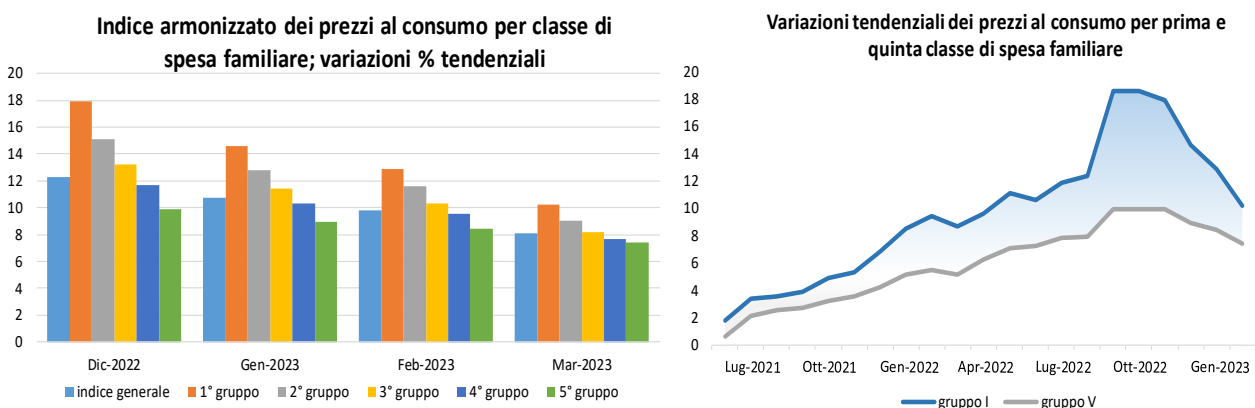
---

<sup>3</sup> Cfr. Boitani A., Tamborini R., *Inflazione da profitti o profitti da inflazione?*, in "Menabò EticaEconomia", n. 192, 2023; Colonna F., Torrini R., Viviano E., *The profit share and firm mark-up: how to interpret them?*, Occasional Papers, Banca d'Italia, maggio 2023. In quest'ultimo articolo viene discusso proprio il fatto che usare come indicatore di riferimento il rapporto tra MOL e valore aggiunto potrebbe esser fuorviante proprio perché indica come si muove la quota dei profitti rispetto al reddito da lavoro non andando al punto della questione; un aumento della relativa quota in questo caso appare più come una conseguenza dell'inflazione, legata all'aumento dei costi intermedi, piuttosto che una causa.



Fonte: elaborazioni su dati Eurostat, OECD e Istat

L'inflazione sembrerebbe tendere a pesare meno nell'ultimo mese sulle famiglie meno abbienti anche se il differenziale tra primo e quinto quintile della distribuzione del reddito, persiste, ma tende a chiudersi, con il rallentamento delle dinamiche di prezzo degli energetici e del relativo peso delle bollette domestiche.

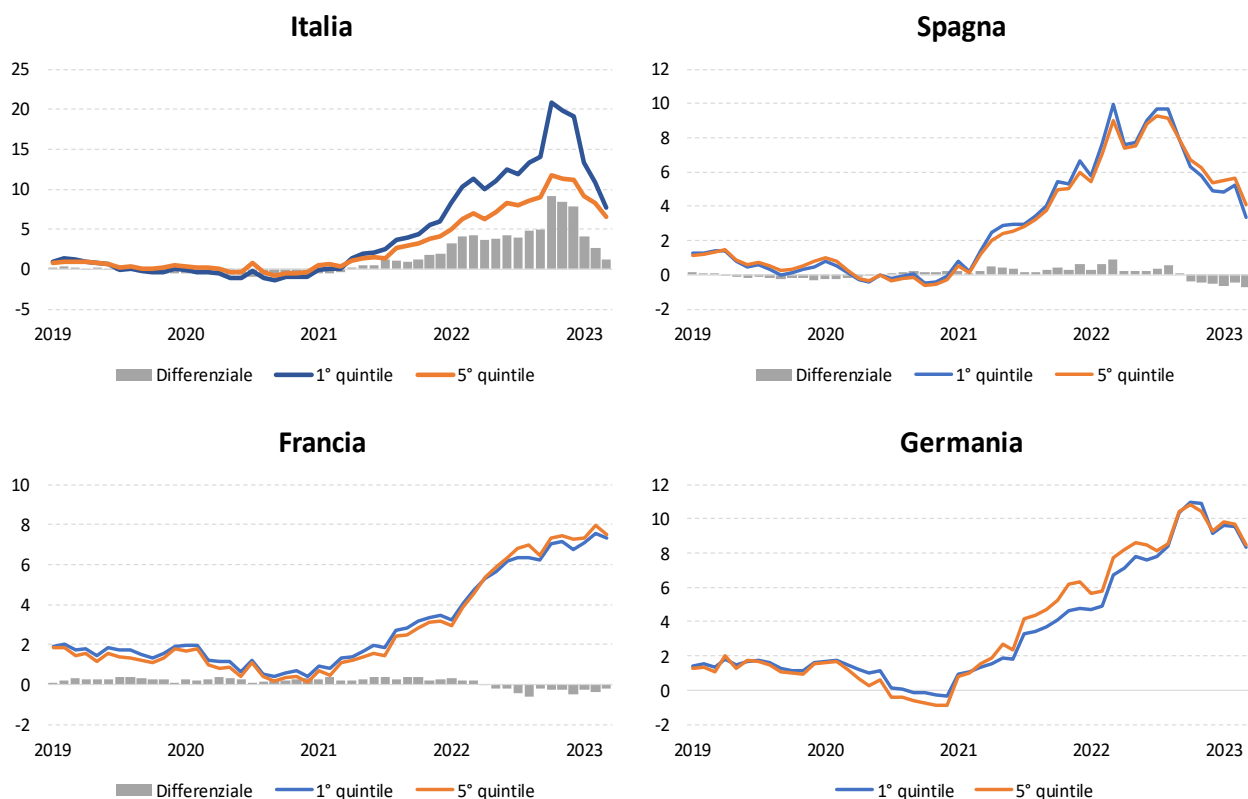


Fonte: elaborazioni su dati Istat ed Eurostat

In un confronto europeo i differenziali d'inflazione fra primo e quinto quintile di reddito sembrerebbe più accentuato per l'Italia che per gli altri paesi europei, questo perché nel nostro paese al posto di intervenire direttamente sul prezzo dei prodotti energetici, si è preferito intervenire sui trasferimenti e sui crediti d'imposta alle imprese. Negli altri paesi sono state introdotte misure di politica fiscale volte ad incidere sulla regolazione dei prezzi dei prodotti energetici, riuscendo ad avere maggiori effetti redistributivi. Il Ministero dell'Economia ha comunque dimostrato, in base all'analisi di simulazione controfattuale, l'efficacia delle misure governative nel ridurre l'impatto della povertà e della disuguaglianza: il mix bonus sociali e misure

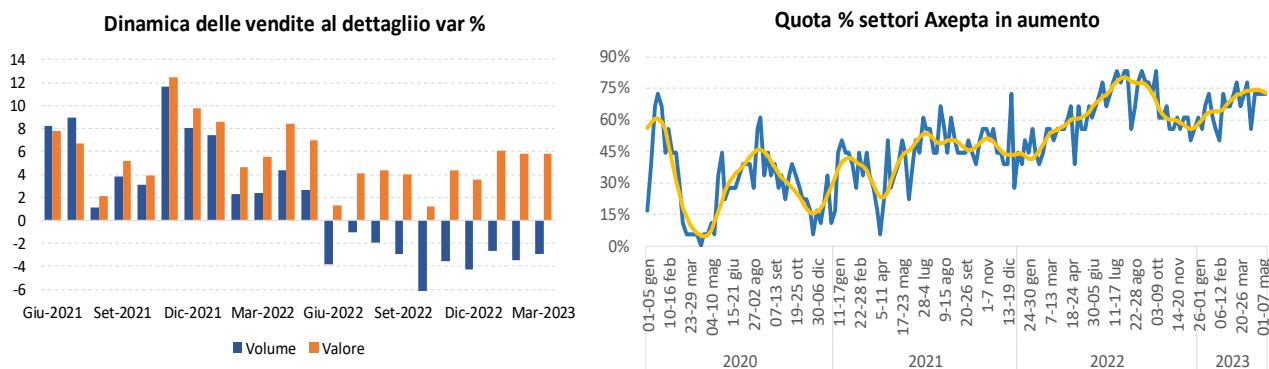
tariffarie hanno più che compensato l'aumento del peso della povertà assoluta rispetto ai rincari energetici<sup>4</sup>.

### Inflazione per classi di spesa (prima e quinta): confronto fra paesi



Fonte: Bruegel.org su dati Eurostat

Se osserviamo le variazioni di questa settimana di maggio 2023 e la corrispondente di marzo 2022 (rispetto al 2019) emerge una dinamica aggregata piuttosto brillante in termini nominali (+18,7%) confermando un andamento positivo (con variazioni più o meno intense) da inizio anno. L'indice settimanale Acepta-World Line anche per questa settimana conferma la tendenza a ridurre il grado di concentrazione settoriale, considerando che la variazione positiva continua a distribuirsi su un maggior numero di settori, come possiamo osservare dall'andamento del relativo indice di diffusione (settori in aumento dal 30% di gennaio al 72% di maggio, con una punta del 78% ad aprile). Il trend dell'indice di diffusione rimane stabile su valori medio-alti.



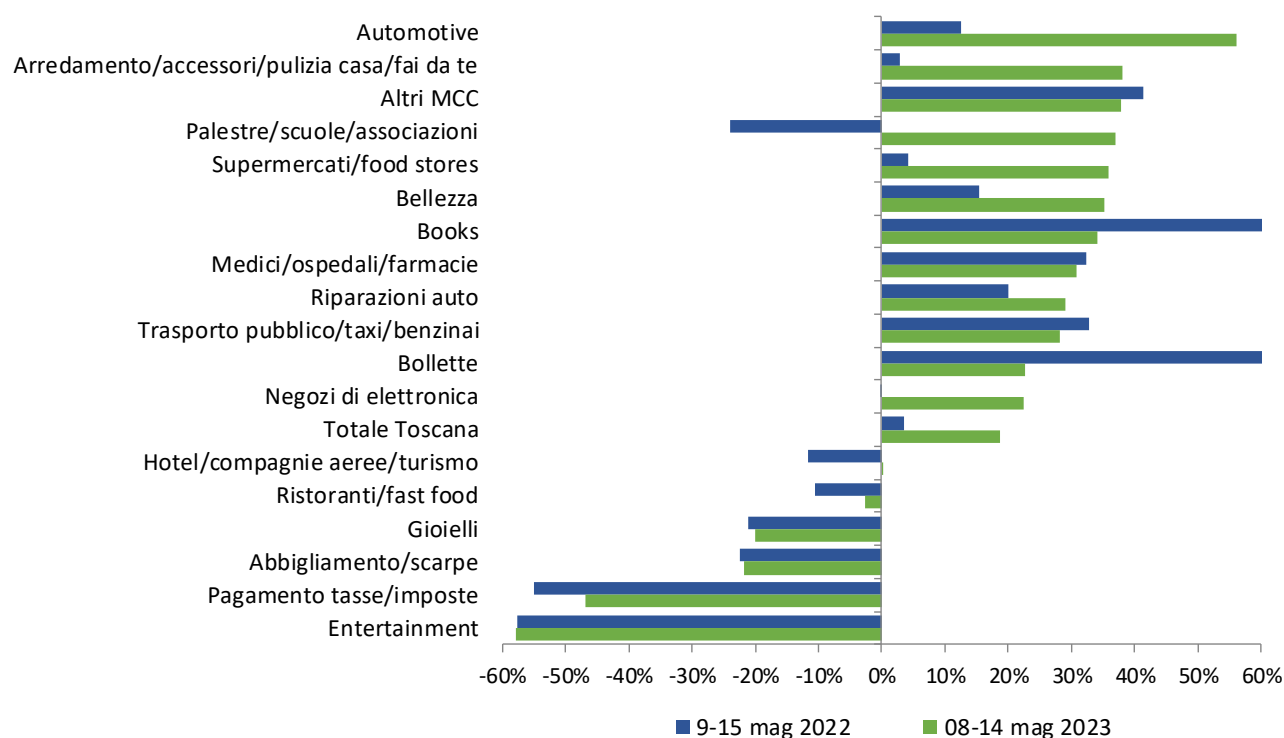
Fonte: elaborazioni su dati World Line – Acepta e Istat

<sup>4</sup> Ministero dell'Economia e delle Finanze, *Relazione sugli indicatori di benessere equo e sostenibile (BES)*, 2023, pp. 39-43.

L'andamento delle carte nazionali conferma la variazione positiva, intensificando il ritmo di espansione in quest'ultima settimana (da +10% a +24,5%); quelle estere tornano su valori negativi (da +0,9% a -6,4%).

Come si è già avuto modo di osservare si stabilizzano i comparti con variazione positiva: oltre al solito apporto del pagamento delle bollette risultando in rallentamento (+22,6%) parallelamente alla decelerazione dei prezzi dell'energia, dopo il picco del mese di aprile (con variazioni a dir poco esponenziali). E' il caso di segnalare incrementi per automotive (+56,1%), arredamento/fai da te (+38,1%), palestre (+37%), supermercati/alimentari (+35,8%), istituti di bellezza (+35,2%), settore sanitario (+30,8%) trasporti (+28,3%) e negozi di elettronica (+22,6%). In negativo le vendite del comparto moda (-21,7%), i gioielli (-19,9%) e l'intrattenimento (-57,8%); stagnante il comparto turistico (+0,2%) dopo le notevoli performance registrate nelle settimane dei ponti del 25 aprile (+23,8%) e del primo maggio (+32,4%). In moderata contrazione la ristorazione (-2,7%) dopo un discreto ritmo di crescita nelle precedenti due settimane (+10,7% in media).

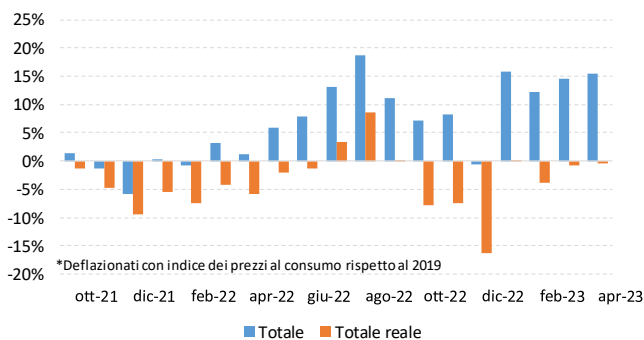
### Confronto variazioni seconda settimana di maggio 2022 vs maggio 2023 rispetto al 2019



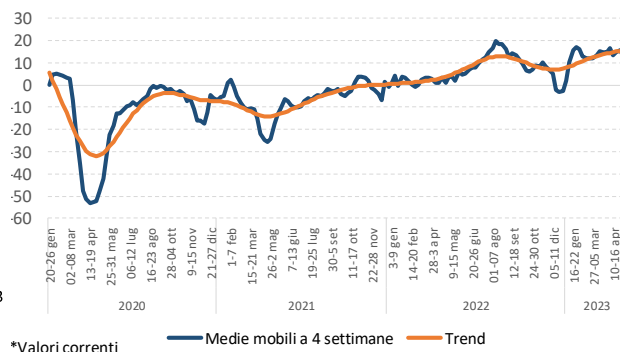
Fonte: elaborazioni su dati World Line-Axepta

Se osserviamo i dati World Line – Axepta mensilizzati possiamo notare come in termini nominali ad aprile la dinamica positiva sia piuttosto rilevante (da +14,6% di marzo +15,4% di aprile il dato medio) ma se deflazioniamo usando l'indice dei prezzi al consumo quadriennale (2019/2023) si ottiene una contrazione dello 0,5%. Si tratta di un dato negativo che tende ad attenuarsi passando da una perdita di quasi il 4% di febbraio al -0,8% di marzo fino ad arrivare al -0,5% di aprile.

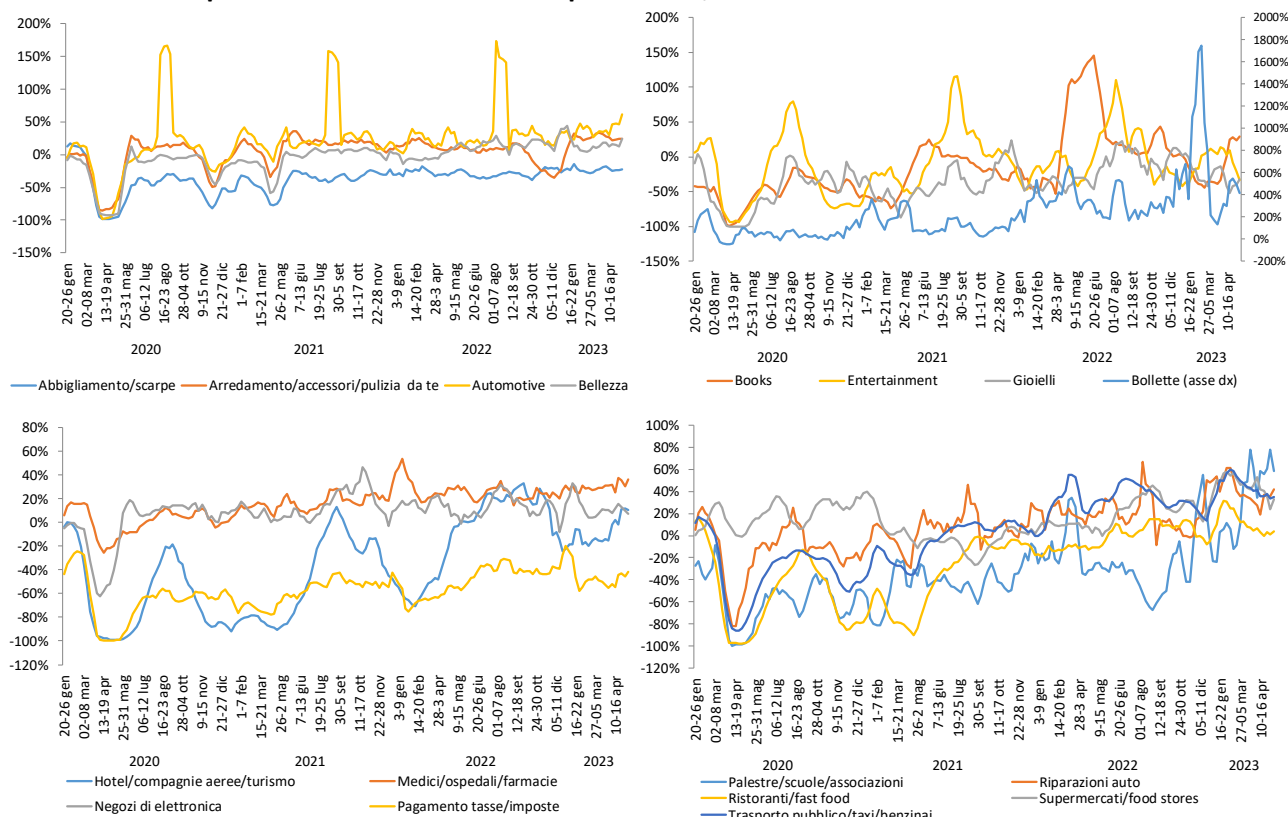
**Dinamica mensile indice consumi Axepta:**  
valori nominali e reali\*



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

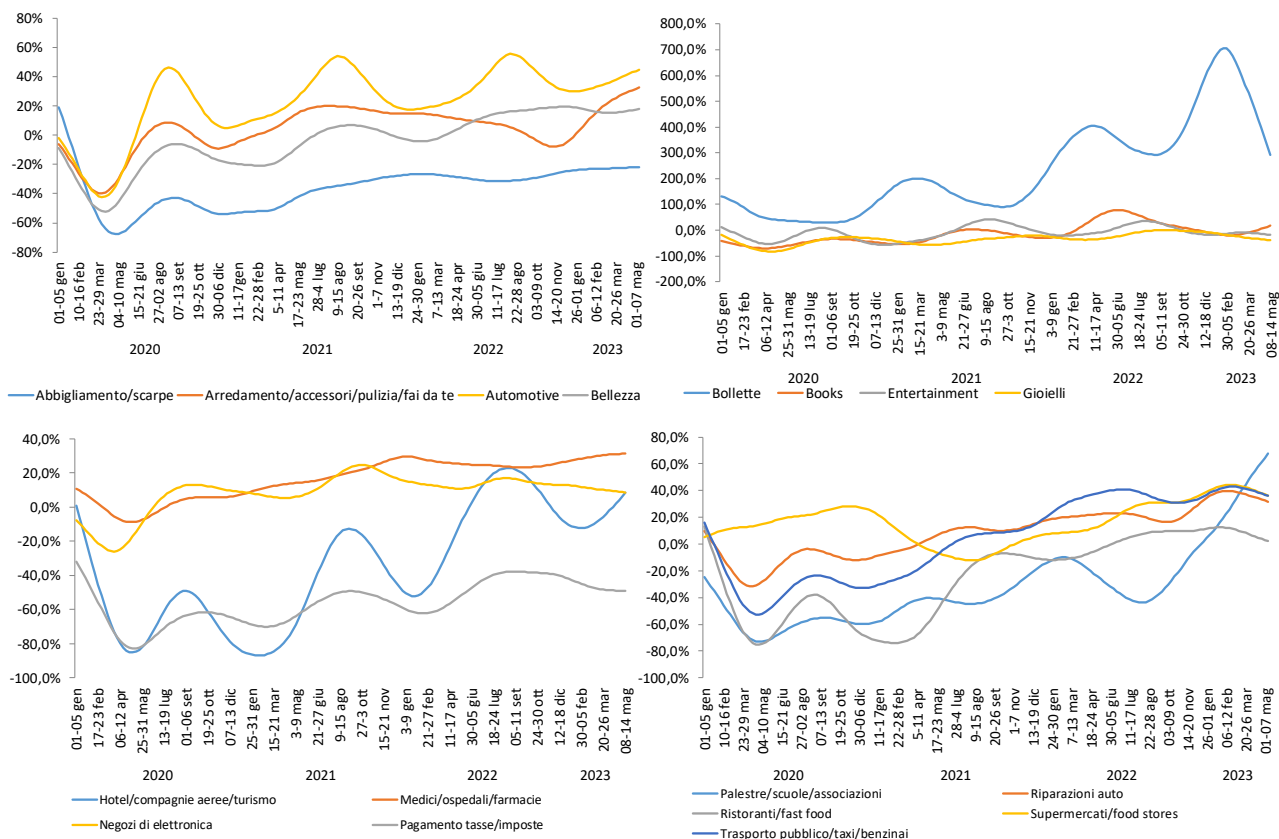


**Dinamica delle operazioni con carta di credito per settore, medie mobili mensili**



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 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.

	Numeri Indice (base gen 2020=100)		
	IV <sup>a</sup> sett di apr 2023	I <sup>a</sup> sett di mag 2023	II <sup>a</sup> sett di mag 2023
Abbigliamento/scarpe	75,6	70,0	69,8
Arredamento/accessori/pulizia casa/fai da te	127,0	123,9	144,2
Automotive	129,9	119,1	167,0
Bellezza	131,7	120,1	147,3
Bollette	371,4	157,3	76,4
Books	243,0	183,0	233,6
Entertainment	51,0	49,9	39,6
Gioielli	111,4	46,1	88,2
Hotel/compagnie aeree/turismo	128,3	137,1	103,8
Medici/ospedali/farmacie	113,3	108,7	123,7
Negozi di elettronica	99,5	91,7	128,6
Pagamento tasse/imposte	87,6	82,3	94,3
Palestre/scuole/associazioni	137,9	264,5	189,1
Riparazioni auto	107,0	117,2	122,4
Ristoranti/fast food	102,8	93,4	86,3
Supermercati/food stores	133,0	127,1	135,4
Trasporto pubblico/taxi/benzinai	127,1	118,5	115,4

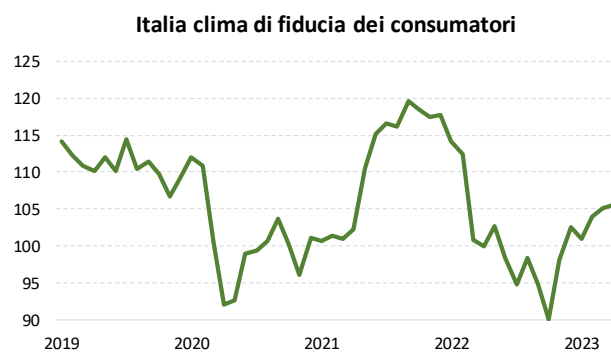
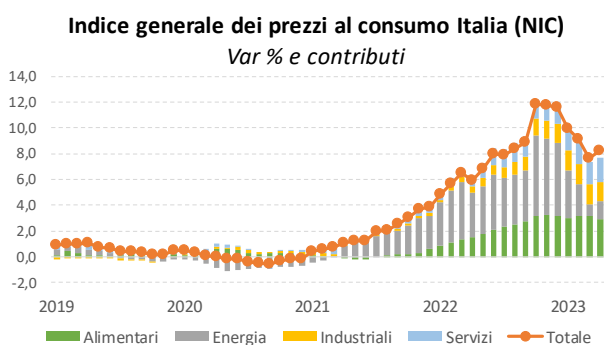
Fonte: elaborazioni su dati World Line-Axepta



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>5</sup>. Da notare il pareggio del turismo (100,2) e la risalita di poco inferiore al livello del 2019 della ristorazione (97,3).

	Numeri Indice (base mobile settimanale 2019=100)		
	I <sup>a</sup> sett di mag 2022	II <sup>a</sup> sett di mag 2022	II <sup>a</sup> sett di mag 2023
Abbigliamento/scarpe	84,0	77,5	78,3
Arredamento/accessori/pulizia casa/fai da te	125,4	102,8	138,1
Automotive	100,3	112,6	156,1
Bellezza	113,2	115,4	135,2
Bollette	383,3	271,7	122,6
Books	207,1	197,7	134,1
Entertainment	68,9	42,4	42,2
Gioielli	54,9	78,9	80,1
Hotel/compagnie aeree/turismo	108,9	88,3	100,2
Medici/ospedali/farmacie	124,0	132,4	130,8
Negozi di elettronica	113,3	100,0	122,6
Pagamento tasse/imposte	34,9	45,0	53,1
Palestre/scuole/associazioni	75,3	76,1	137,0
Riparazioni auto	118,6	119,9	129,1
Ristoranti/fast food	92,6	89,5	97,3
Supermercati/food stores	117,8	104,2	135,8
Trasporto pubblico/taxi/benzinai	132,5	132,9	128,3

Fonte: elaborazioni su dati Acepta



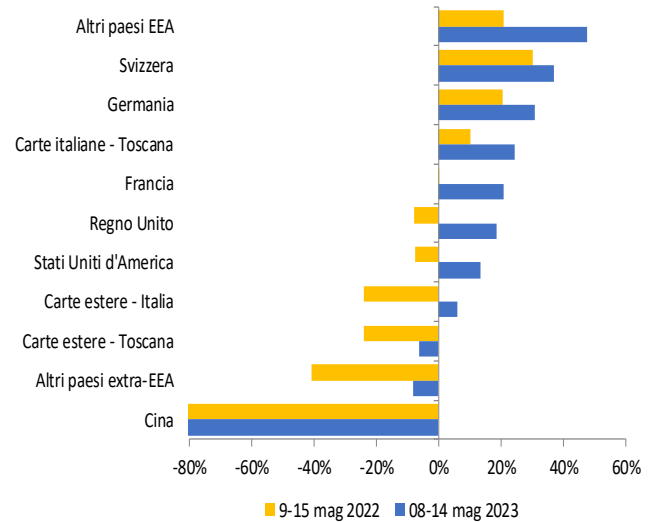
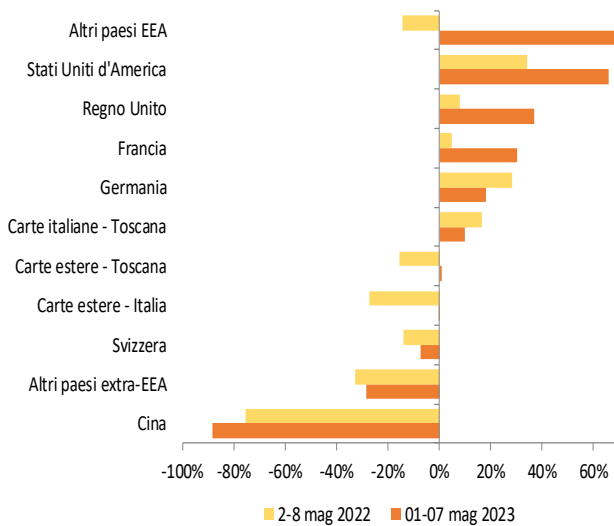
Fonte: elaborazioni su dati Istat

E' interessante notare come il clima di fiducia generale dei consumatori non presenti un andamento regressivo, ma è in tenuta con un outlook positivo per il breve termine; le altre voci che compongono il clima di fiducia o correlate ad esso, monitorate da Istat, come le intenzioni di acquisto risultano orientate in termini positivi, a parte il giudizio sulla situazione finanziaria che, chiaramente non tende ad elevarsi. L'influenza positiva è esercitata sia dal rallentamento della dinamica dei prezzi, sia dalla discreta intonazione del mercato del lavoro, come si è già accennato in precedenza. Si rileva una sorta di disallineamento tra gli indicatori qualitativi di fiducia e l'effettiva situazione legata all'erosione del potere d'acquisto e dei bilanci familiari.

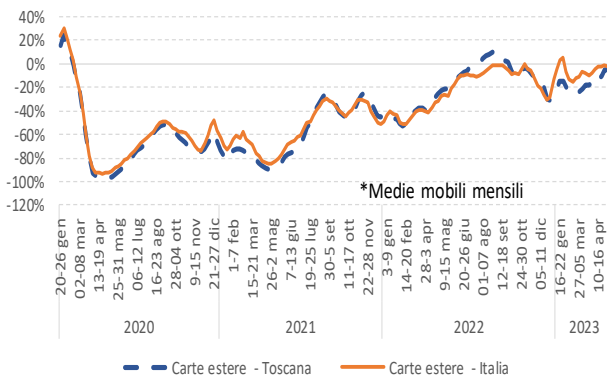
<sup>5</sup> Riguardo al 2019 abbiamo preso come riferimento base la relativa settimana: per esempio per la seconda settimana di ottobre 2022 la base è la seconda settimana di ottobre 2019 (=100).

Per quanto riguarda la provenienza delle carte, le transazioni con carte estere hanno fatto osservare nella settimana dall'8 al 14 di maggio una variazione negativa (-6,4%) dopo il discreto recupero registrato nelle due precedenti settimane, ma contestualmente ad un rafforzamento della dinamica di quelle italiane (da 10% a +24,5%). La contrazione della componente estera dipende principalmente dalla diminuzione rilevata per Cina (-90,9%) e altri paesi extra-europei (-8,2%); all'opposto risultano positive le dinamiche rilevate per Stati Uniti (+13,4%), Francia (+21%), Regno Unito (+18,5%), Svizzera (+37%) e Germania (+30,8%).

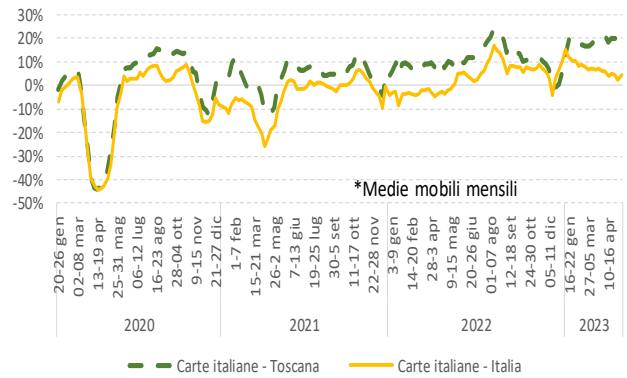
### Confronto variazioni ultime due settimane: provenienza



### Confronto dinamica carte estere\*



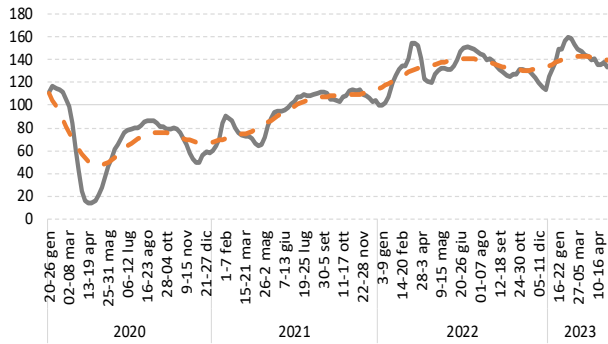
### Confronto dinamica carte italiane\*



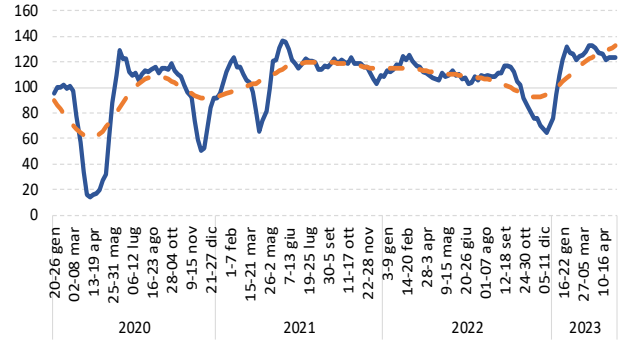
Fonte: elaborazioni su dati World Line - Axepta

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

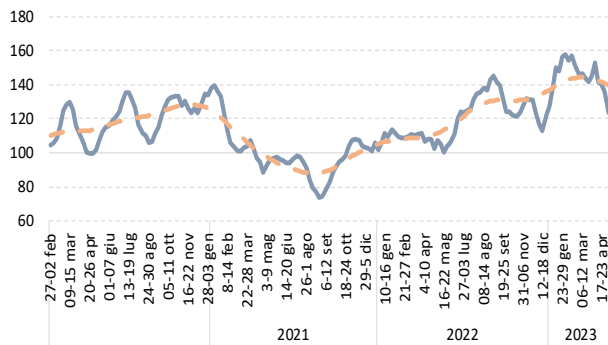
### Trasporto pubblico/taxi/benzinai



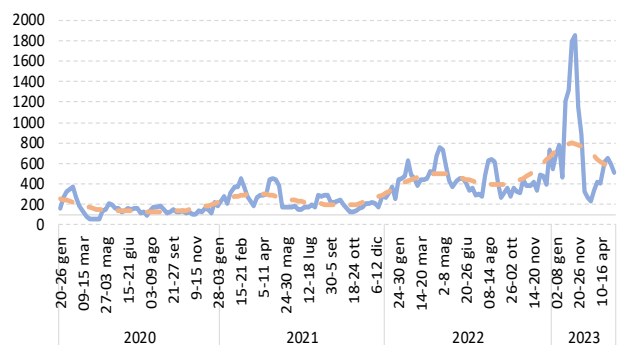
### Arredamento/accessori/pulizia casa/fai da te



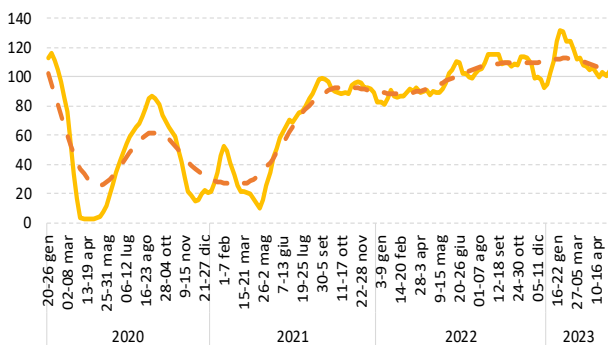
### Supermercati/food stores



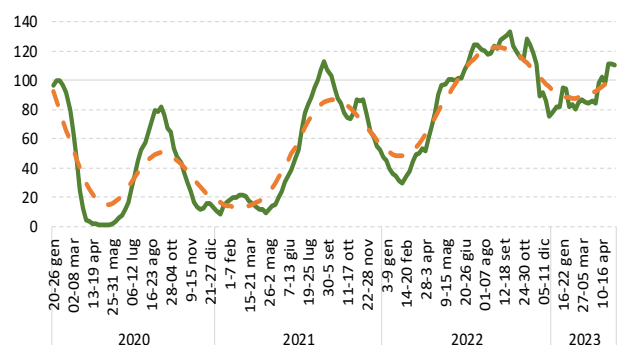
### Bollette



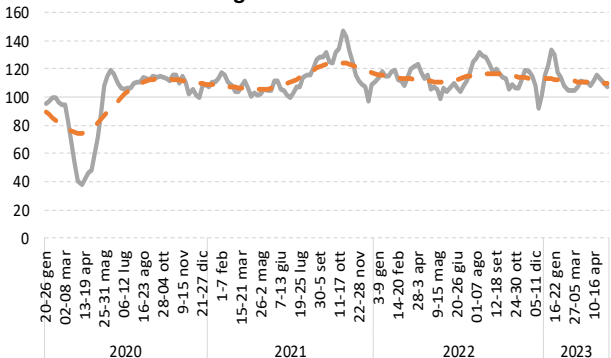
### Ristoranti/fast food



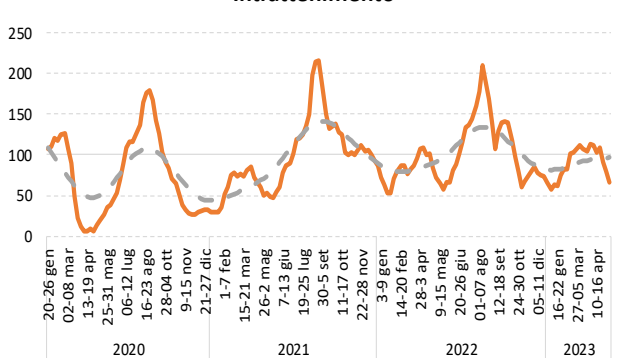
### Hotel/companie aeree/turismo



### Negozi di elettronica

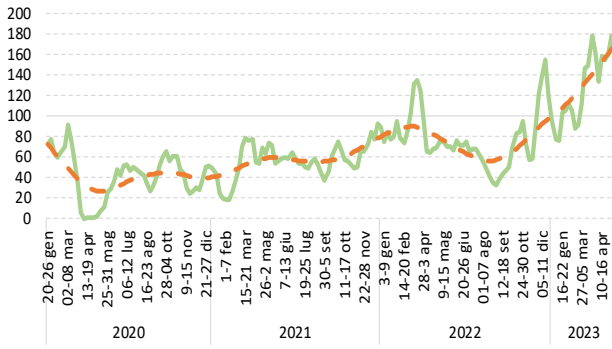


### Intrattenimento

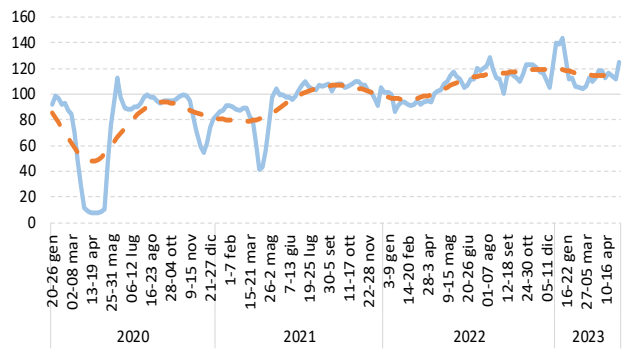


## Dinamica per alcuni settori (Numeri indice a base 2019=100; medie mobili mensili e trend)

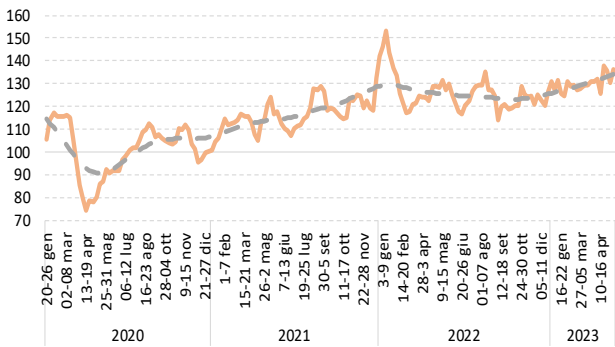
### Palestre/scuole/associazioni



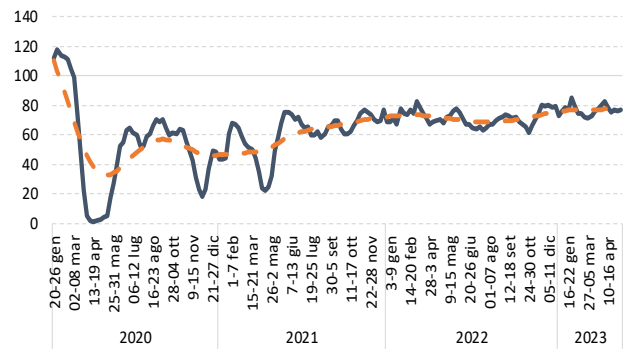
### Istituti di bellezza



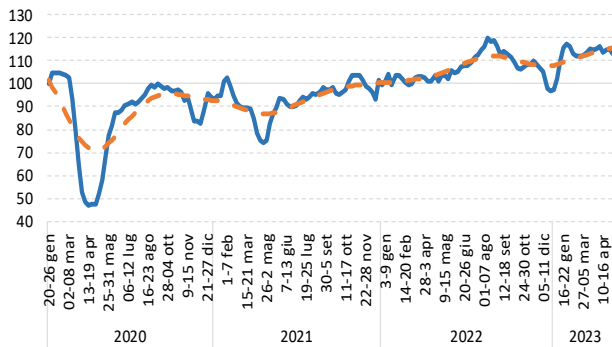
### Medici/ospedali



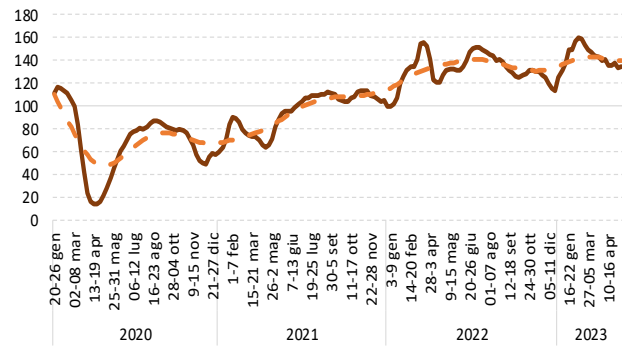
### Abbigliamento/scarpe



### Totale Toscana



### Carte estere Toscana

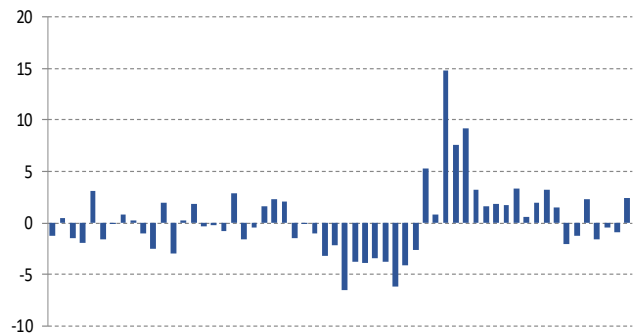


## Variazioni congiunturali principali settori (aprile 2022-maggio 2023)

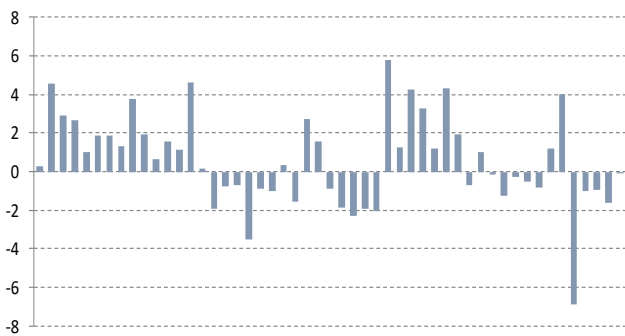
### Abbigliamento/scarpe



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



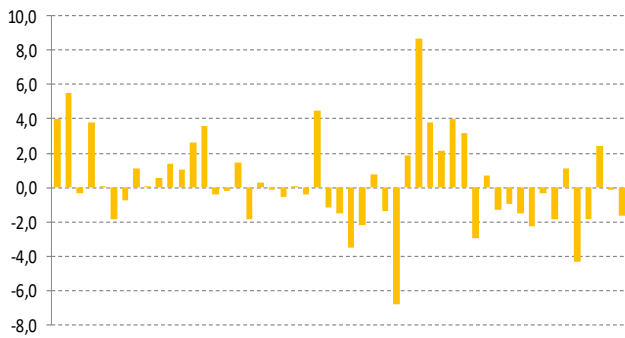
### Supermercati/food stores



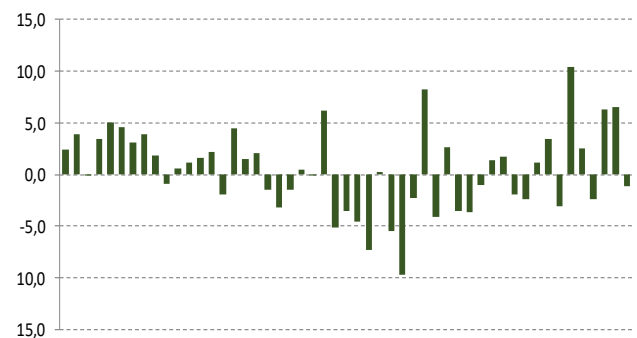
### Automotive



### Ristorazione



### Servizi per il turismo (compreso alloggi)

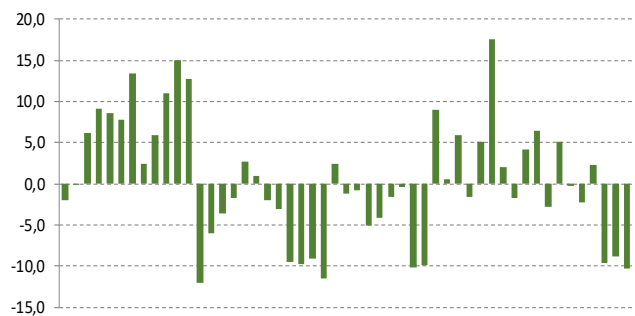


## Variazioni congiunturali principali settori (aprile 2022-maggio 2023)

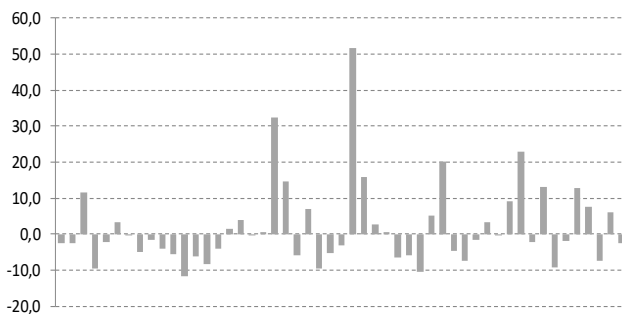
### Negozi di elettronica



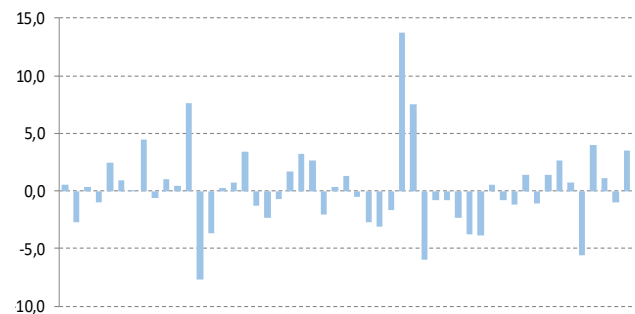
### Entertainment



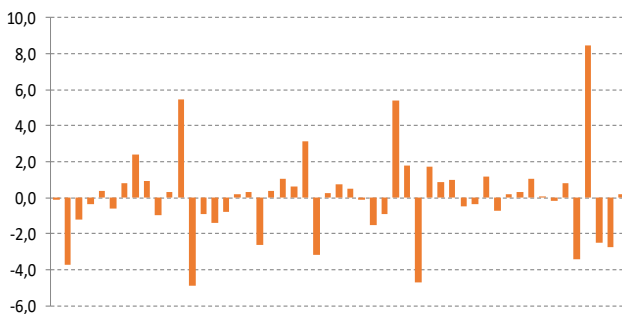
### Palestre/scuole/associazioni



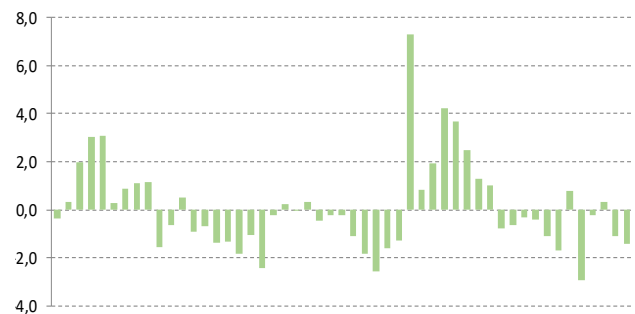
### Bellezza



### Medici/ospedali/farmacie



### Trasporto pubblico/taxi/benzinai



**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**



**CAMERA DI COMMERCIO DI FIRENZE**

**U.O. Statistica e studi  
Piazza dei Giudici, 3  
Tel. 055.23.92.218 - 219  
e-mail: [statistica@fi.camcom.it](mailto:statistica@fi.camcom.it)**