



Camera di Commercio  
Firenze

*dal 1770 la casa delle imprese*



# I consumi in Toscana rilevati attraverso i pagamenti digitali

Dicembre 2025

a cura dell'Ufficio Studi e statistica



## **I consumi in Toscana rilevati attraverso i pagamenti digitali. Nota di dicembre 2025**

L'indice aggregato World Line – Axepta sulle settimane della seconda parte del 2025 ha evidenziato una variazione moderata ma negativa e con un discreto peggioramento rispetto all'andamento che aveva caratterizzato il periodo precedente, evidenziando un -8% a valori correnti nella media del mese di dicembre. Se poi confrontiamo la media nel primo semestre, rispetto a quello del secondo semestre 2025 il deterioramento è ancora più evidente, in quanto si passa da un +2,2% a un -6,4% a valori correnti e in particolare nella media dell'ultimo trimestre (da -4,5% a -8,3%). Il dato evidenzia come i comportamenti di consumo si siano caratterizzati per un forte orientamento alla prudenza nell'ultimo semestre considerando la moderata tenuta dell'inflazione generale sul breve termine, insieme ad una erosione del reddito disponibile reale, invece sulla distanza, con una spesa delle famiglie che non si è proprio irrobustita. Nonostante ciò il reddito disponibile è risultato muoversi con una dinamica leggermente più sostenuta rispetto ai consumi; tuttavia alla tendenza di lungo periodo oltre alla stagnazione del potere d'acquisto delle famiglie, va considerato anche che gli stili di vita stanno cambiando, anche per ragioni di natura demografica (con un aumento delle fasce più anziane), portando quindi ad una ricomposizione della spesa a favore dei consumi di servizi con effetti di rallentamento sull'indice aggregato, oltre che influenzare in negativo la dinamica manifatturiera.

In generale la tenuta dei consumi tende ad essere incerta e riflette una fase negativa che ha riguardato i consumi di beni delle famiglie, con un orientamento degli acquisti delle famiglie che si manterrà su un trend prudenziale e con una sostanziale tenuta degli alimentari, in alcuni casi anche dei beni per la casa, ma una netta contrazione dei prodotti del sistema moda, affossando anche i livelli produttivi nel manifatturiero. Le aspettative per la prima parte del 2026 riflettono un mercato in fase di moderazione che potrebbe diventare più critico, ma non privo di fattori di crescita. Il rischio è quello che si verifichi una persistente contrazione dei volumi, a fronte delle persistenti difficoltà della domanda. Nel frattempo, le aspettative sui prezzi dovrebbero moderarsi a causa dell'evoluzione dei prezzi e dei notevoli cambiamenti nel comportamento dei consumatori. In generale dal punto di vista dei dati di contabilità i consumi dovrebbero presentare una dinamica inferiore all'1% in termini reali e il reddito disponibile, pur risultando non elevato, dovrebbe risultare di poco al di sopra dell'1% con un moderato rafforzamento della propensione al risparmio. Il potere d'acquisto rimarrebbe, comunque, sotto pressione a causa del cosiddetto "effetto trascinamento" dei prezzi dei beni alimentari, che come certificato da Istat mantiene sempre un ritmo intenso (+26,4% nel 2025 rispetto al 2019 il carrello della spesa). La quota delle spese obbligate rispetto a quelle più discrezionali, rimane il principale ostacolo ad una più decisa ripartenza dei consumi.

Di fatto proveniamo da un periodo in cui i consumi sono cresciuti ancora meno del reddito disponibile reale, tale da riflettere comportamenti di tipo cautelativo delle famiglie, collegati al precedente aumento dei tassi d'interesse reali (rispetto al periodo pre-pandemico) e all'accresciuta incertezza dovuta al deterioramento del quadro geopolitico e soprattutto agli effetti dell'accelerazione dei prezzi. I consumi delle famiglie sono quindi decelerati nel 2025, non rispettando le aspettative, come è risultato anche per il consumo di beni non durevoli (tra cui gli alimentari), rappresentando un segnale delle difficoltà affrontate dalle famiglie nei cosiddetti "consumi obbligati"<sup>1</sup>. Ciò si spiega, come segnalato più volte, da un andamento dei salari reali

---

<sup>1</sup> I consumi "necessari" come le utenze domestiche e gli acquisti di beni alimentari determinano la componente alimentare ed energetica del paniere dei consumi e, come si è più volte segnalato, è chiaro che pesano maggiormente sulle fasce di reddito più basse. Inizialmente questa componente risentiva maggiormente dell'effetto dell'incremento delle bollette, poi una volta stabilizzato (o perlomeno a minor volatilità del) prezzo di queste ultime la variabilità è

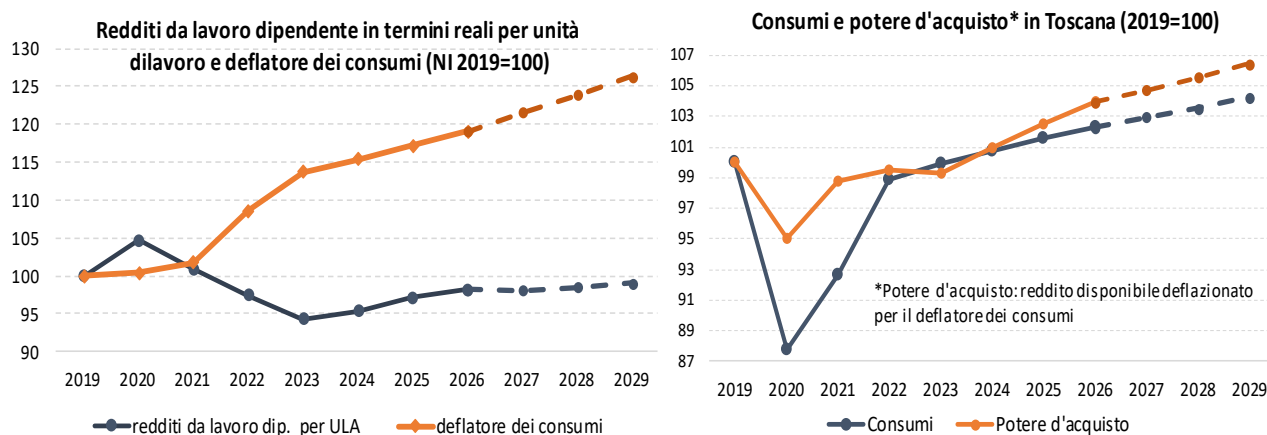
(potere d'acquisto) non in linea con le dinamiche inflazionistiche, soprattutto collegate al ruolo dei beni ad alta frequenza di acquisto, come il carrello della spesa, interessati anche da fenomeni più "striscianti" come la *shrinkflation* (formati di prodotti confezionati ridotti ad un prezzo analogo a quelli maggiori venduti prima dell'accelerazione dell'inflazione) oltre ai classici effetti di *pass through* e/o di *second round*. Nonostante il rallentamento dell'inflazione, la bassa dinamica delle retribuzioni reali e l'incertezza (anche geopolitica) hanno spinto le famiglie ad adottare comportamenti cautelativi. La propensione al risparmio delle famiglie si è mantenuta su livelli elevati rispetto al periodo pre-pandemia.

A fine 2025 tuttavia, indipendentemente dall'incertezza di fondo che ormai accompagna lo scenario economico di base, le aspettative sul ciclo non sono proprio negative, ma sembrerebbero esser orientate ad una stabilizzazione ciclica e ad un moderato miglioramento atteso nella prima parte del nuovo anno. Le varie indagini congiunturali sembrerebbero anticipare una certa inversione di tendenza rispetto ai dati strutturali, soprattutto da parte dei consumatori, ma anche da parte delle imprese (soprattutto manifatturiere) che dovrebbero esser positivamente orientate su un acquisto di beni intermedi e sulle materie prime, considerando la progressiva discesa dei corsi delle materie prime energetiche e soprattutto del prezzo del gas naturale. Occorre anche valutare una politica monetaria portata avanti dalla BCE maggiormente prudente, in cui sembrerebbe terminata (o perlomeno sospesa) la fase di tagli dei tassi di interesse.

Il 2026 si dovrebbe configurare come l'anno in cui i consumi otterranno il maggior beneficio (sebbene modesto) dal rientro dell'inflazione, traducendosi in un sensibile aumento del potere d'acquisto, mentre i fattori strutturali (lento recupero salariale) e i vincoli di bilancio ne limiteranno un'accelerazione decisa. Le previsioni per il 2026 sembrerebbero esprimere un leggero rafforzamento dei consumi, anche se la crescita complessiva dell'economia dovrebbe risultare moderata; la domanda aggregata dovrebbe ricevere un contenuto sostegno dal recupero del potere d'acquisto, ipotizzando un certo rallentamento dell'inflazione al consumo (+1,6% nel 2026). L'inflazione contenuta (se riesce a mantenersi o a scendere al di sotto del 2% nell'Area euro) deriva dalla stabilizzazione dei prezzi delle materie prime e dal rafforzamento del tasso di cambio dell'euro, generando concorrenza al ribasso sui prezzi dei manufatti importati. Per i salari reali, ai ritmi attuali, il recupero totale pre-pandemico potrebbe avvenire solo nel 2030 o successivamente: questo perché a fine 2025 si è avuta una dinamica media delle retribuzioni nominali inferiore al 3% con un deflatore dei consumi all'1,6% che dovrebbe mantenersi tale anche nel 2026 con una minor dinamica retributiva (da +1,9% a +1% in termini reali) segnalando una ripresa salariale abbastanza moderata. Dovrebbe, tuttavia, persistere una certa cautela da parte delle famiglie, come dimostrerebbero le aspettative su una ulteriore crescita della propensione al risparmio, che potrebbe rimanere su livelli elevati anche nel 2026. Le famiglie continuano a mostrare un moderato pessimismo sulle prospettive economiche nazionali, con un indice di fiducia che si muove in modo contenuto, considerando che la gradualità della ripresa salariale, nonostante la tonicità del mercato del lavoro, influisce sulle aspettative delle famiglie e in ultima istanza sui consumi. Vero è che nonostante la rigidità del cosiddetto carrello della spesa sul 2019 nell'ultimo biennio, si segnala una stabilizzazione dei prezzi al consumo, al netto della variabilità degli energetici, insieme a una minor dinamicità dei margini delle imprese, dopo il netto incremento nel periodo 2022-23.

La crescita dei consumi negli ultimi cinque anni è risultata inferiore rispetto a quella del reddito disponibile, con una stabilizzazione del tasso di risparmio dal 2023 e anche su valori lievemente superiori a quelli del precedente quinquennio. I comportamenti delle famiglie tendono ad esser

ricondotti alla cautela considerando sia la persistente incertezza e sia anche che i tassi d'interesse si posizionano attualmente su livelli più elevati rispetto a quelli degli anni precedenti la pandemia.



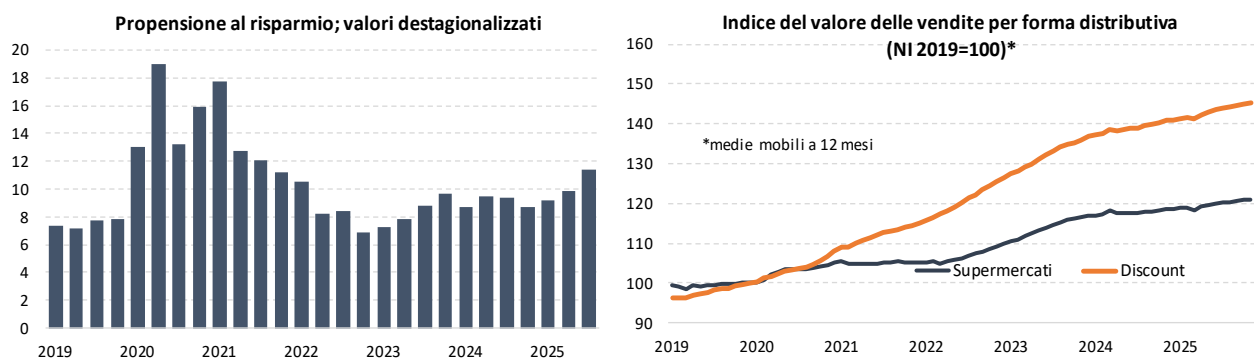
Fonte: elaborazioni su dati Prometeia

Le famiglie medie negli ultimi anni piuttosto che limitare fortemente le spese, hanno prevalentemente operato una riallocazione “in termini strategici” del budget di spesa a disposizione. Hanno intensificato l’orientamento alla ricerca di nuove opportunità di risparmio come promozioni, sconti, acquisti in grandi formati, fino al confronto dei prezzi tra diversi punti vendita o canali (online vs. fisico). Si osserva una maggiore tendenza alla sostituzione di prodotti di marca con alternative più economiche, inclusi i prodotti a marchio del distributore, ed una maggior propensione ad acquistare beni usati o ricondizionati: questi ultimi hanno acquisito un’importanza crescente negli acquisti di abbigliamento ed elettronica. Visto che, come si è osservato nel periodo iniziale, la dinamica dei salari, pur mostrando segnali di ripresa, non sempre riesce a tenere il passo con l’inflazione cumulata degli ultimi anni (rispetto non solo al 2019 ma anche al 2022) ciò di fatto è andato a comprimere il potere d’acquisto, determinando una sorta di “rimodulazione” delle abitudini di consumo, con una maggiore attenzione alla pianificazione degli acquisti e alla riduzione degli sprechi: l’attenzione all’impatto ambientale dei prodotti è una tendenza crescente, seppur spesso correlata alla convenienza economica in un contesto di rincari dei prezzi<sup>2</sup>. Per esempio riguardo agli acquisti di prodotti di consumo freschi o semifreschi sta iniziando ad aumentare in modo graduale la domanda di cibi freschi on line tramite apposite app, da parte dei consumatori, con particolare riferimento a carni, formaggi e prodotti da forno (in misura minore frutta e verdura); questa per il futuro potrebbe essere un orientamento interessante per gli effetti che potrebbe avere sui prezzi al consumo e sulla domanda in generale<sup>3</sup>. Aumenta il ricorso al *delivery* e ai servizi in abbonamento, con le nuove generazioni (Millennials e Gen Z) che trainano l’adozione di modelli di pagamento *Buy Now, Pay Later* per poter gestire la liquidità mensile<sup>4</sup>.

<sup>2</sup> Cfr. NielsenIQ (NIQ), *Consumer Outlook, guide to 2026*, Dicembre 2025.

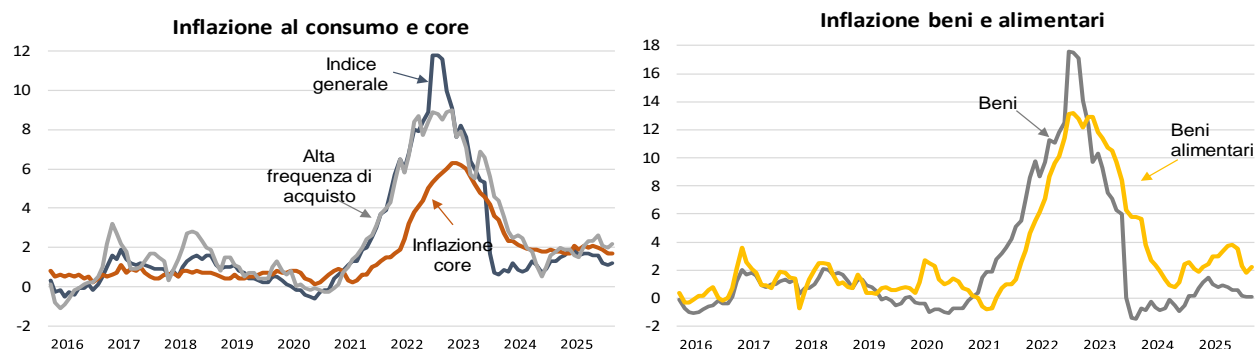
<sup>3</sup> Cfr. Circana, *Circana’s 2026 Food & Beverage Outlook Reveals Growth Driven by Price and Product Mix as Consumers Optimize Spending*, Dicembre 2025

<sup>4</sup> Cfr. McKinsey & Company, *How today’s consumers are spending their time and money*, Ottobre 2025.

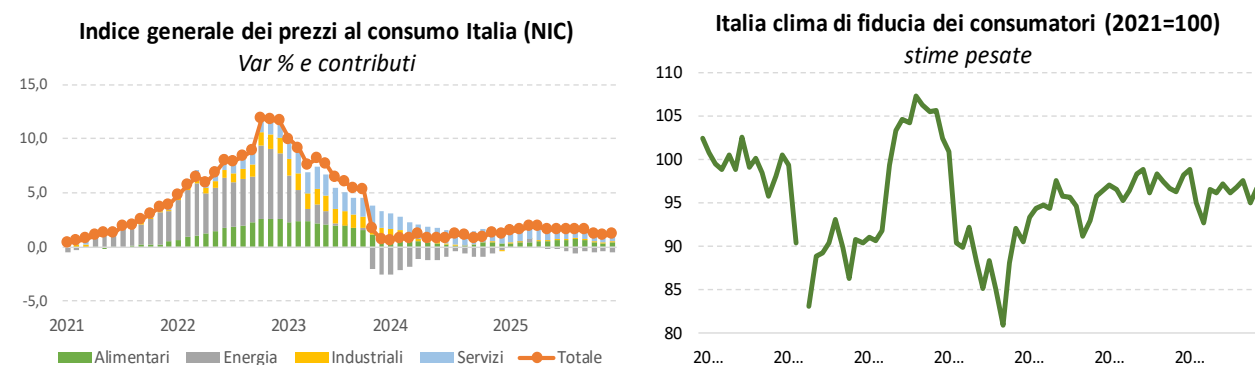


Fonte: elaborazioni su dati Istat

Secondo i dati Istat nell'ultimo biennio sono aumentate sensibilmente le vendite nei discount alimentari che divengono una opportunità strategica importante per gli acquisti di beni essenziali rispetto alla GDO tradizionale: si tratta di strutture che offrono sempre di più un rapporto qualità – prezzo migliorato e una costante e maggior attenzione al ruolo del marchio del distributore<sup>5</sup>.

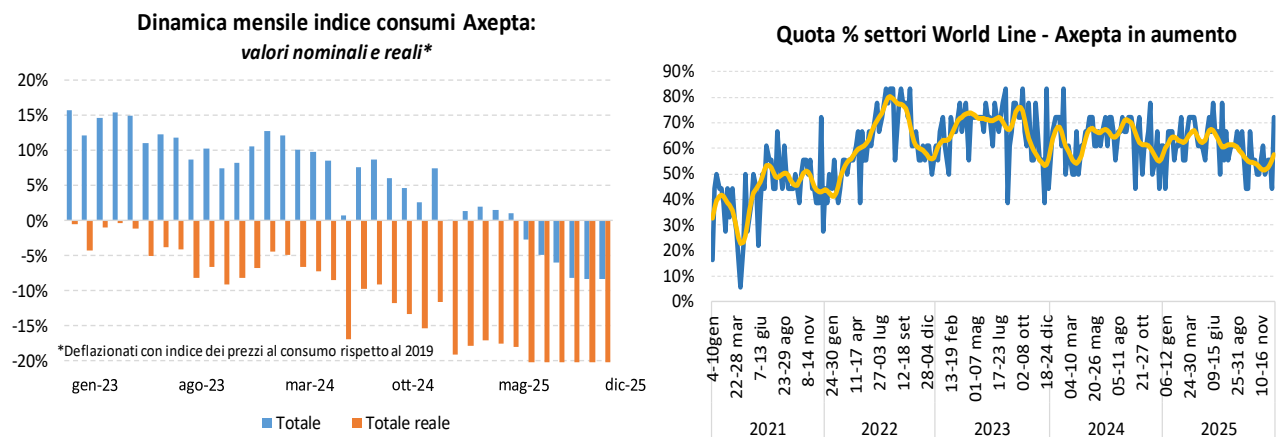


L'indice World Line – Axepta nella seconda parte del 2025 è apparso in rallentamento sia nei confronti del precedente semestre che rispetto all'omologo periodo del 2024 in termini aggregati. La tendenza dell'indice di diffusione World Line-Axepta tuttavia mostrerebbe come i settori in aumento siano circa il 57% dato peggiore del 62,5% rilevato a giugno: quindi deciso calo, con una minore eterogeneità settoriale nelle dinamiche di crescita.



<sup>5</sup> Istat, *Commercio al dettaglio, ottobre e novembre 2025*, serie statistiche flash.

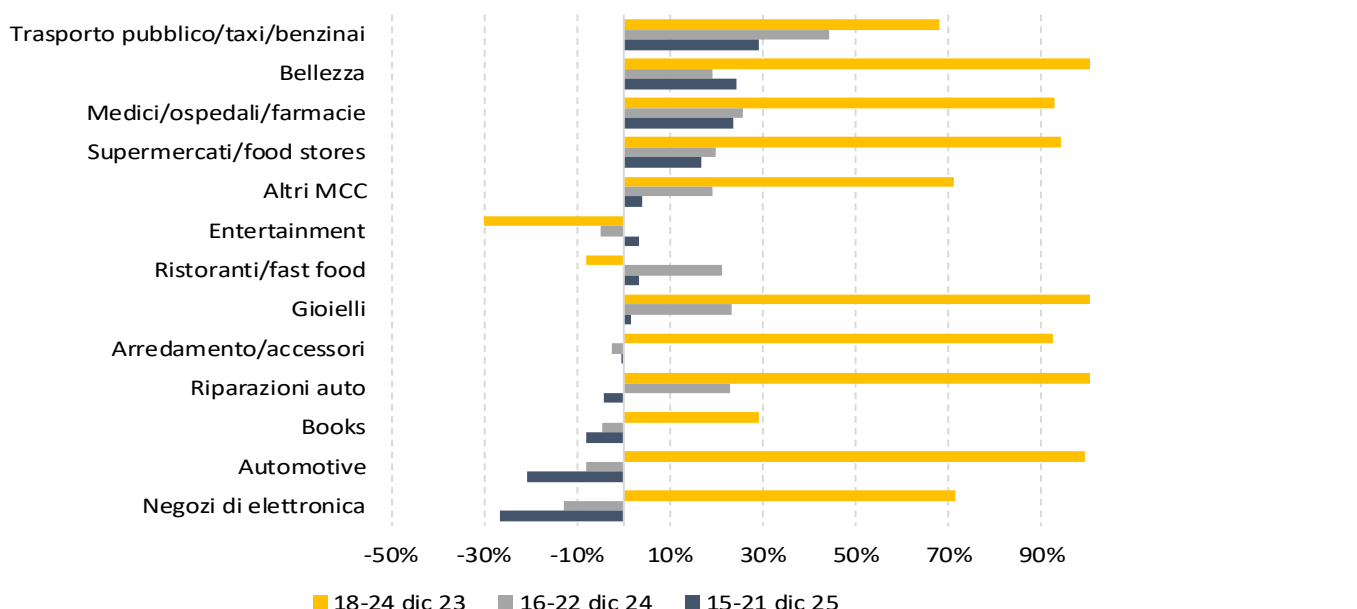
L'andamento delle carte estere ha mostrato un andamento negativo sia nel terzo (-10,6%) che nel quarto trimestre (-8,3%) parallelamente ad un contributo che è divenuto negativo anche per quelle italiane (rispettivamente -2,9% e -8,6%).



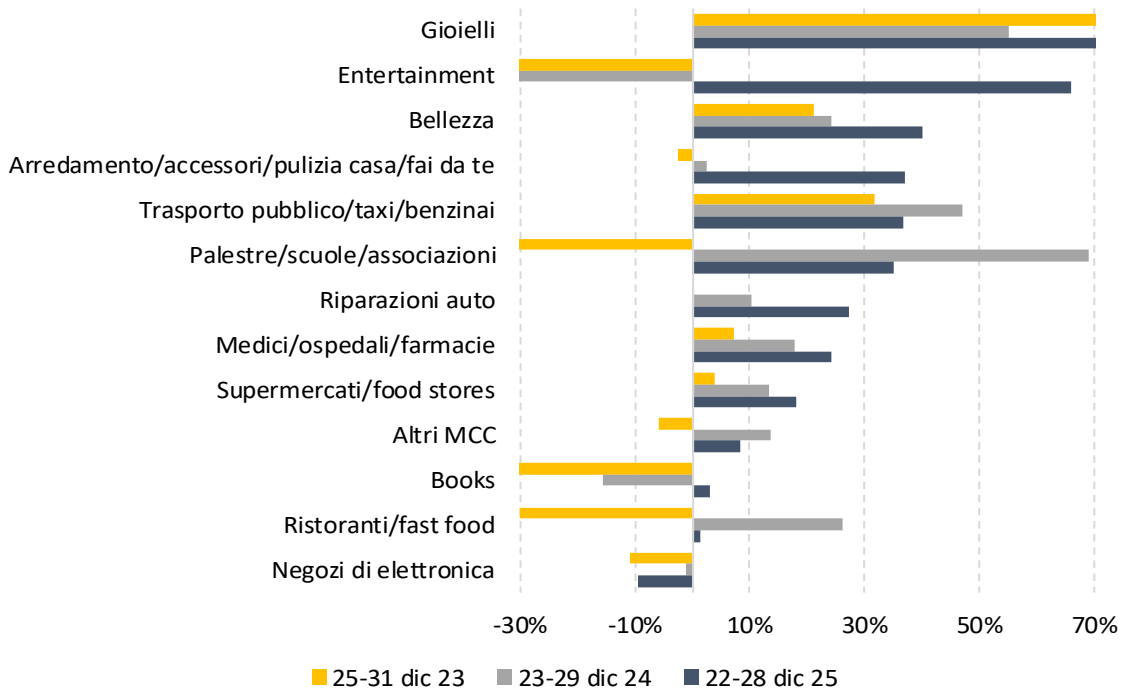
Riguardo ai singoli settori, possiamo osservare una certa eterogeneità, a dicembre 2025 tendono a prevalere le attività legate ai servizi ma con toni molto meno intenso rispetto alle stesse settimane dei due anni precedenti: in cui si conferma la variazione negativa per i prodotti del sistema moda (-41,4% ultima settimana) rispetto a variazioni in positivo per i trasporti (+36,8%), attività di intrattenimento (+66,1%), i servizi dei centri estetici (+), la vendita di prodotti di arredamento (+) fino ai gioielli (+154%). Da segnalare che a fine dicembre 2025 si rileva un andamento più dinamico per i supermercati/food stores (da +13,4% a +18,1%), una variazione maggiormente moderata per le attività di ristorazione (da +26,3% a +1,3%) e una contrazione per le attività ricettive (-41%) come si era rilevato anche l'anno precedente (-35%). Da rilevare che nell'ultima settimana del 2025 il pagamento di bollette (che insieme ai supermercati rappresentano i cosiddetti consumi "obbligati") hanno fatto registrare una variazione molto consistente, che non abbiamo riportato nel grafico. Se si può parlare di una sorta di "effetto bollette", ciò non va ad impattare sui consumi reali, ma rappresenterebbe una sorta di drenaggio di liquidità dai risparmi delle famiglie, come residuo dello shock energetico.

#### Confronto variazioni rispetto al 2019 prime dieci voci dei settori nelle ultime due settimane di dicembre

##### Terza settimana di dicembre



### Quarta settimana di dicembre



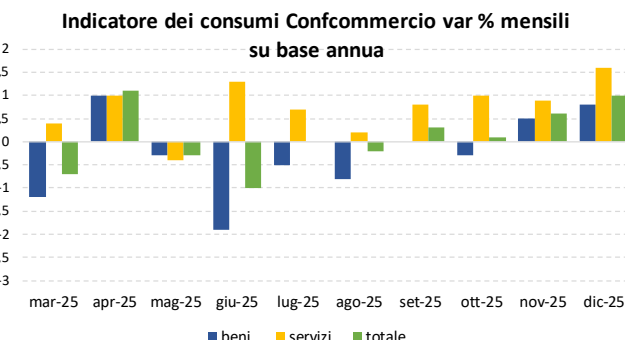
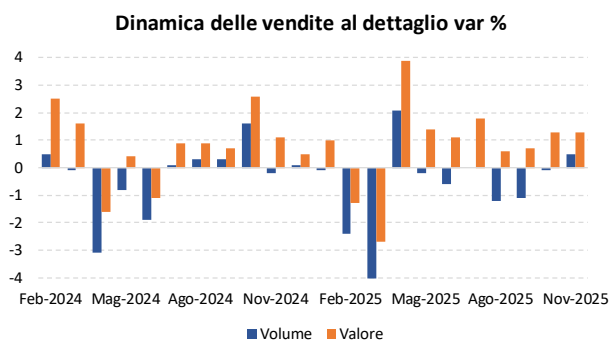
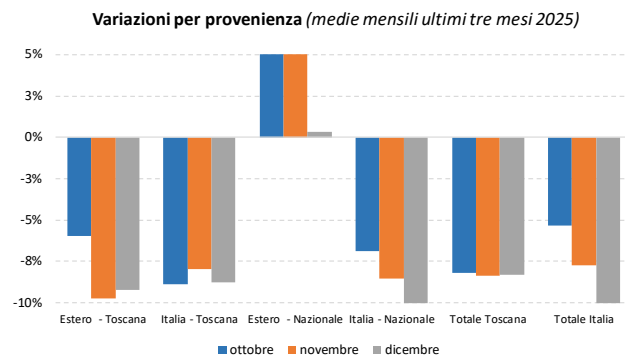
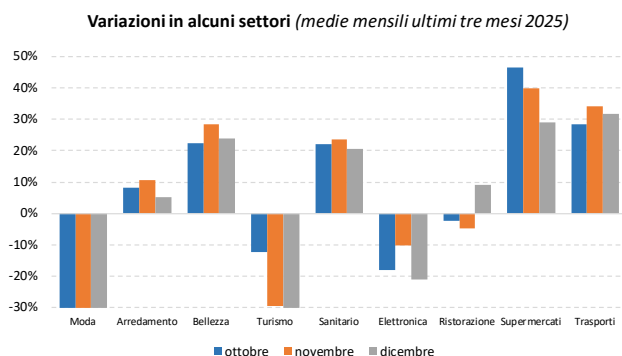
I dati World Line – Axepta mensilizzati consentono di notare come, in termini nominali, la dinamica a partire dall'inizio del secondo semestre sia iniziata a diminuire (-2,7%) per andare a deteriorarsi in modo graduale ma sempre più intenso (-6% a settembre e -8,3% a dicembre) generando una percezione di criticità che sta interessando il mercato interno, o perlomeno di mancata capacità di acquisire un ruolo trainante per l'economia locale: è anche vero che è proprio l'incertezza costante a frenare le intenzioni d'acquisto delle famiglie, nonostante a un lieve recupero del potere d'acquisto, come si è visto prima, ma che non si traduce in nuovi consumi con una risalita della propensione al risparmio. I dati del secondo semestre 2025 descrivono una fase di reazione indotta da una nuova moderazione salariale, che si vanno a collegare ad un orientamento fortemente cautelativo, caratterizzante le aspettative per il 2026. Osservando i settori possiamo notare come i supermercati stiano mantenendo una crescita costante (tra +27% e +46%) che rispecchia l'effetto dell'inflazione sui redditi delle famiglie, piuttosto che un vero e proprio aumento dei volumi, suggerendo che le famiglie continuano a privilegiare gli acquisti essenziali; l'incremento del costo dei carburanti e dei costi della mobilità si riflette anche su una maggior variazione per i trasporti (costantemente al di sopra del 30% nel secondo semestre 2025) oltre che a spostamenti per motivi di lavoro e di piacere.

Il calo rilevato nei settori moda e la crescita contenuta nella ristorazione potrebbero continuare a segnalare un cambiamento nelle priorità di spesa dei consumatori. In un contesto di incertezza economica, dinamica salariale moderata, con un aumento sostenuto del costo della vita (soprattutto rispetto al 2019), i beni non essenziali e le attività discrezionali stanno passando in

secondo piano per il consumatore medio anche se ciò non vale per tutto, visto l'aumento dell'intrattenimento. La contrazione nelle transazioni turistiche effettuate con carta di credito in Toscana (-23,4% a luglio, -36,9% a giugno), nonostante una generale ripresa del turismo, anche se inferiore alle aspettative, potrebbe suggerire che i visitatori stiano optando per altre forme di pagamento (contante o app dedicate) o che una quota maggiore della spesa turistica avvenga tramite piattaforme online che non rientrano nell'ambito di queste statistiche locali. Potrebbe anche segnalare in parte il fatto che il turismo di prossimità sta riscontrando una qualche criticità per la moderazione del potere d'acquisto.

La contrazione rilevata per l'elettronica e il rallentamento della dinamica che ha riguardato l'arredamento (che rallenta drasticamente dal +18,2% di luglio al +5,3% di dicembre) conferma che i beni durevoli e semidurevoli a passare in secondo piano, in questo caso, quando le bollette e il cibo assorbono una maggior quota del budget familiare.

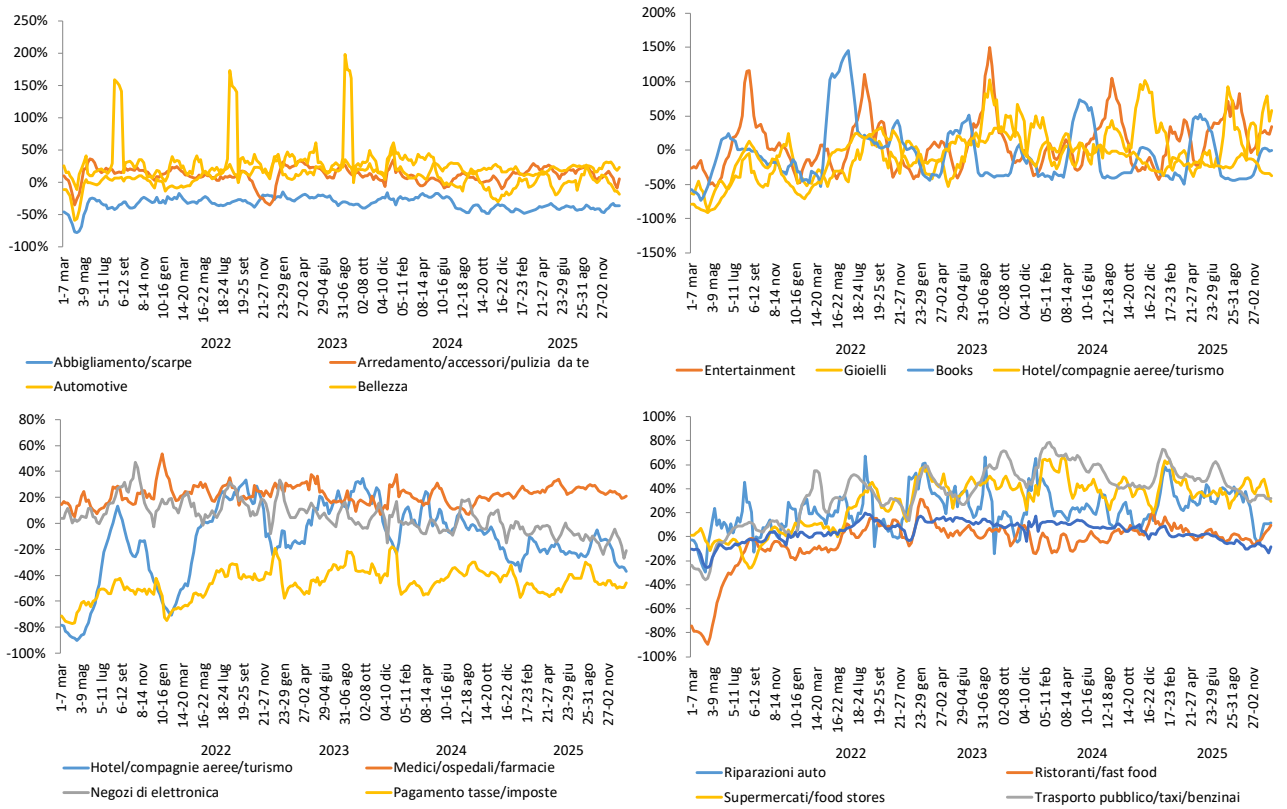
Indubbiamente vi sono anche segnali positivi che stanno riguardando quattro voci di spesa molto differenti fra loro: l'aumento rilevato per le attività legate alla salute e alla cura estetica segnalano che soprattutto le prime rappresentano spese incompressibili; incremento crescente rilevato per la componente dei gioielli riflettendo probabilmente anche la necessità di ricerca e di investimento in un bene rifugio, in un momento di incertezza come quello attuale; la dinamica sostenuta rilevata anche per le palestre, che insieme all'aumento delle attività di intrattenimento potrebbe andare a segnalare un valore gradualmente crescente, attribuito al tempo libero.



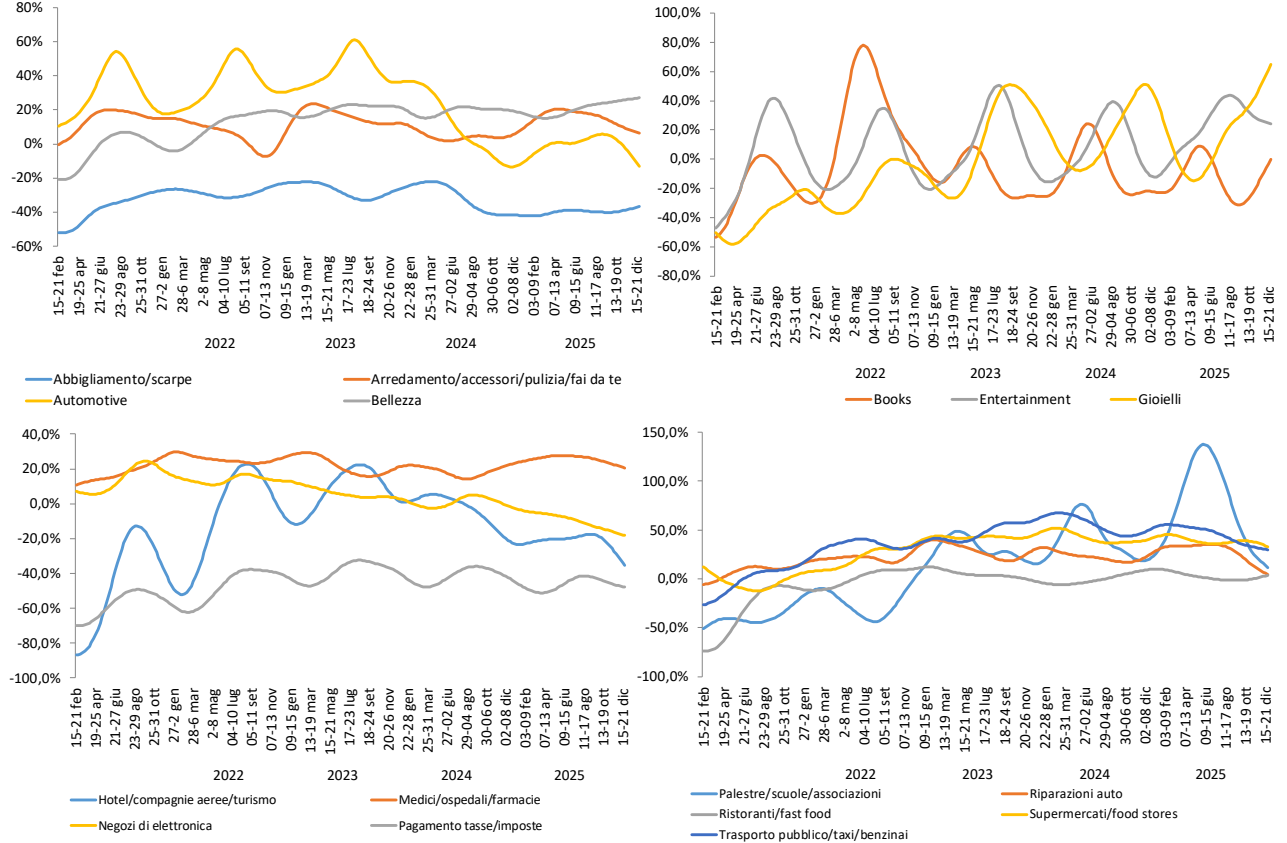
Fonte: elaborazioni su dati Istat e Confcommercio



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



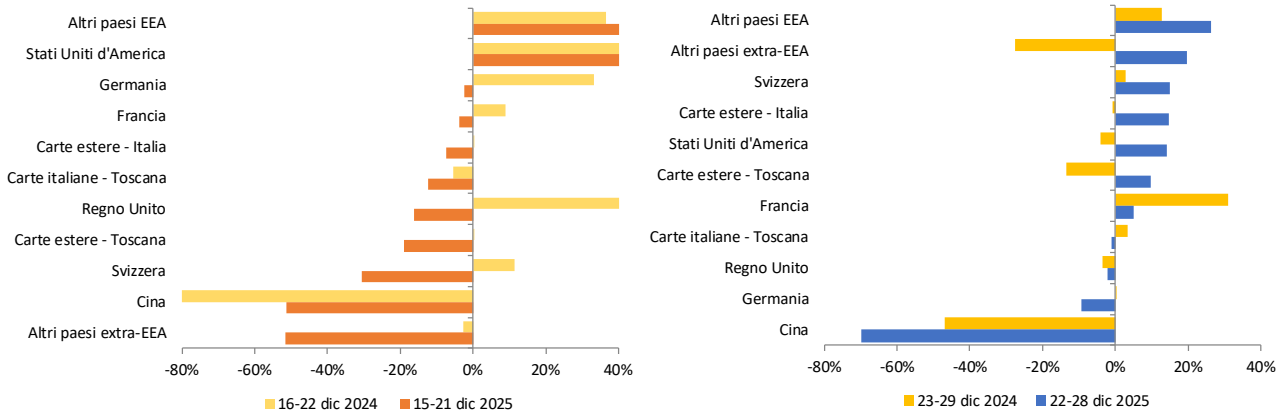
Dinamica delle operazioni con carta di credito per settore, trend



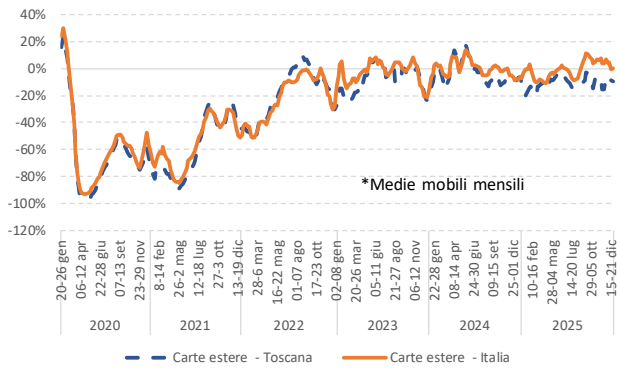
	Numeri Indice a giugno (base mobile settimanale 2019=100)		
	Dic_2023	Dic_2024	Dic_2025
Abbigliamento/scarpe	74,8	63,6	63,8
Arredamento/accessori/pulizia casa/fai da te	118,9	115,7	100,5
Automotive	114,0	92,6	105,3
Bellezza	129,9	79,1	82,0
Bollette	133,1	117,9	124,0
Books	353,0	345,9	430,8
Entertainment	82,9	96,2	99,9
Gioielli	77,5	80,1	134,0
Hotel/compagnie aeree/turismo	129,8	177,7	157,9
Medici/ospedali/farmacie	82,4	71,1	63,1
Negozi di elettronica	125,4	121,9	120,7
Pagamento tasse/imposte	102,9	87,8	78,8
Palestre/scuole/associazioni	78,7	61,0	53,9
Riparazioni auto	111,1	120,9	139,6
Ristoranti/fast food	138,9	117,0	111,4
Supermercati/food stores	97,3	113,9	109,2
Trasporto pubblico/taxi/benzinai	129,9	124,2	129,1

Fonte: elaborazioni su dati World Line - Axepta

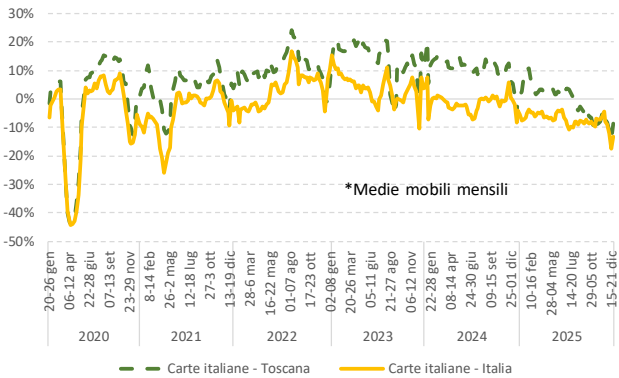
Confronto variazioni ultime due settimane: provenienza



Confronto dinamica carte estere\*



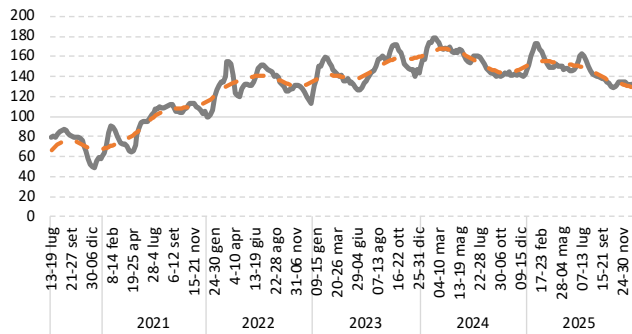
Confronto dinamica carte italiane\*



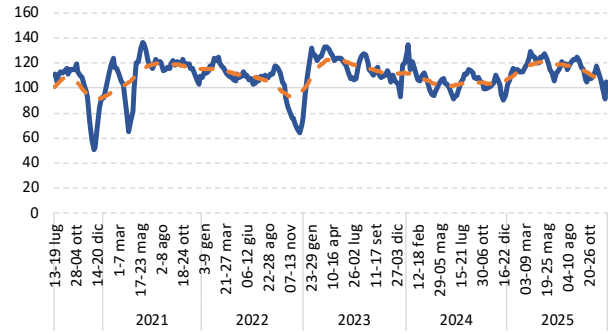
Fonte: elaborazioni su dati World Line – Axepta

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

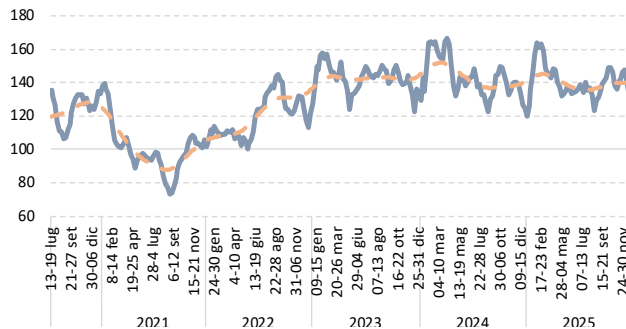
Trasporto pubblico/taxi/benzinai



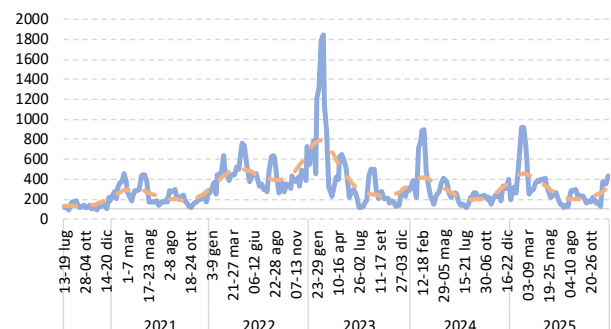
Arredamento/accessori/pulizia casa/fai da te



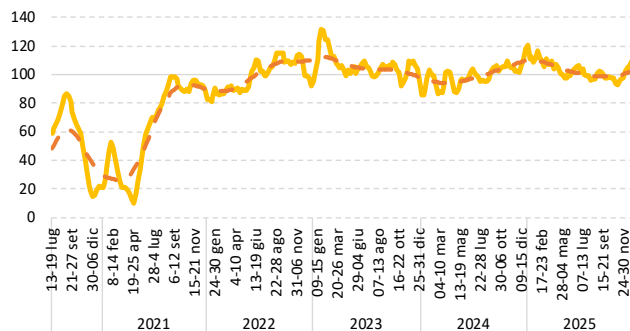
Supermercati/food stores



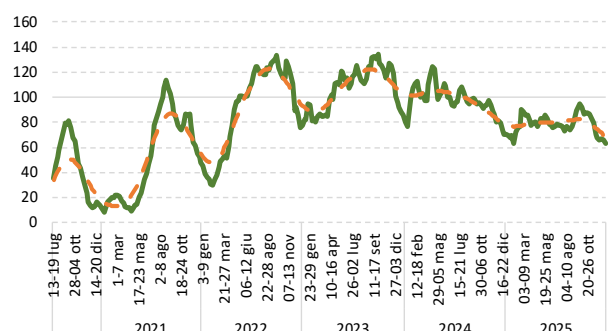
Bollette



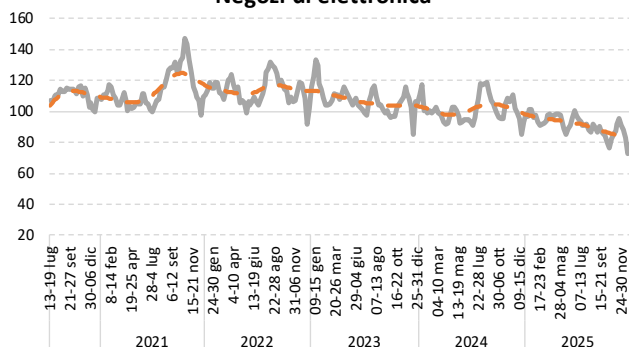
Ristoranti/fast food



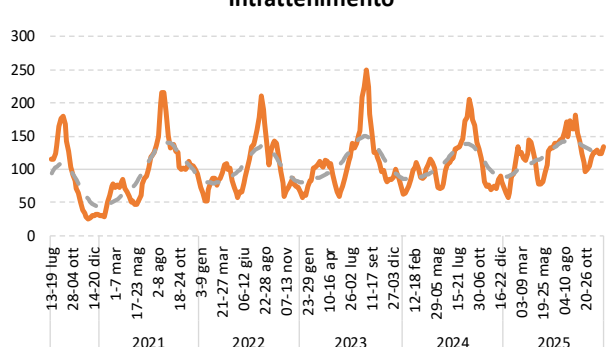
Hotel/compagnie aeree/turismo



Negozi di elettronica

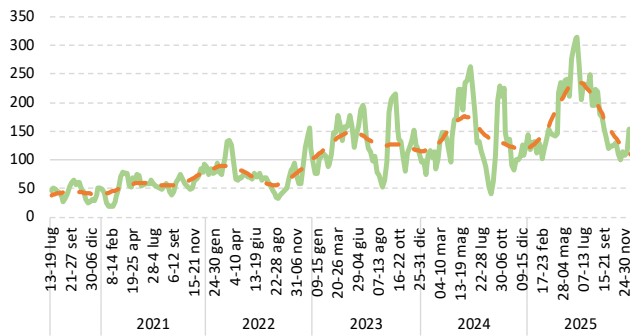


Intrattenimento

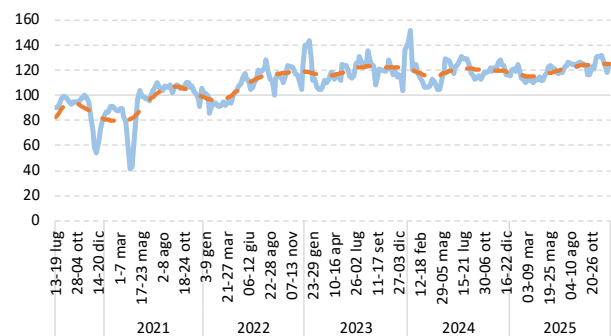


## Dinamica per alcuni settori (Numeri indice a base 2019=100; medie mobili mensili e trend)

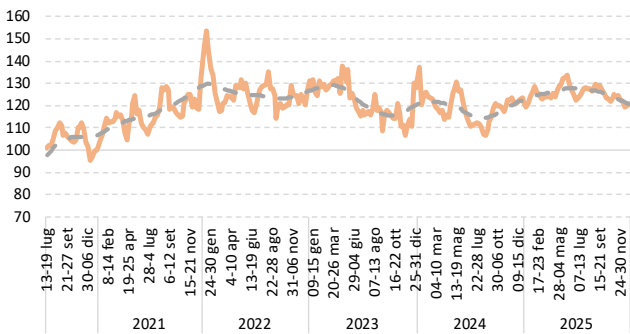
### Palestre/scuole/associazioni



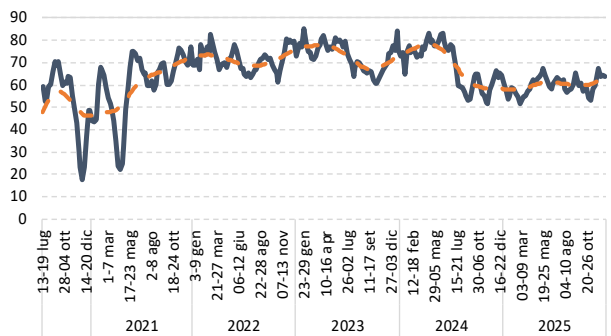
### Istituti di bellezza



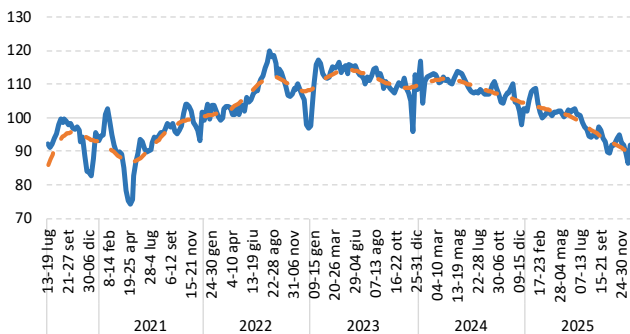
### Medici/ospedali



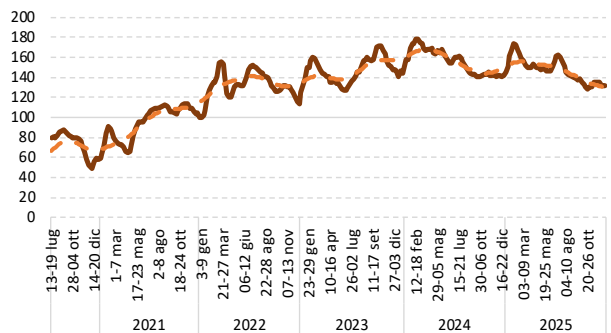
### Abbigliamento/scarpe



### Totale Toscana

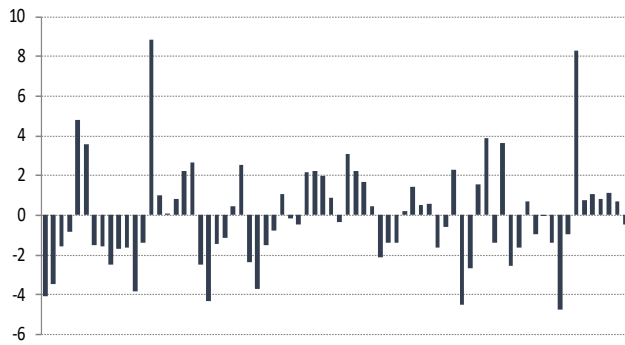


### Carte estere Toscana

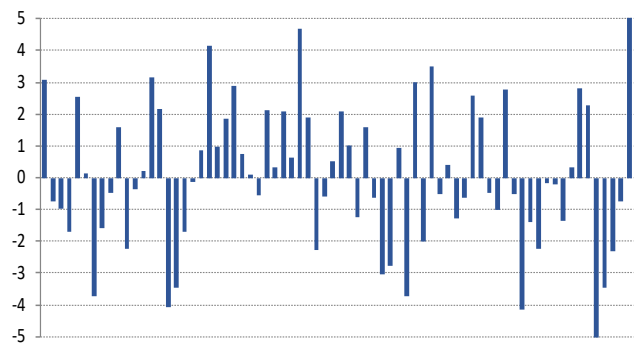


## Variazioni congiunturali principali settori (ottobre-dicembre 2025)

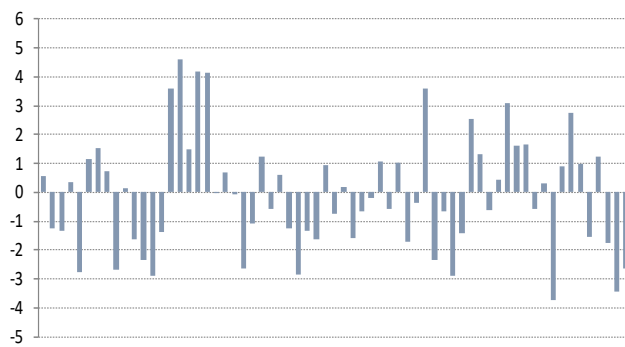
### Abbigliamento/scarpe



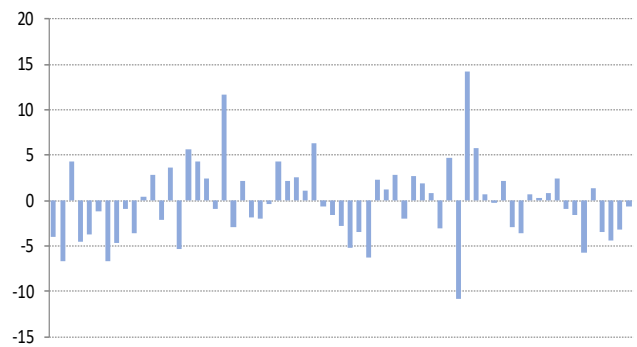
### Arredamento/accessori/pulizia casa/fai da te



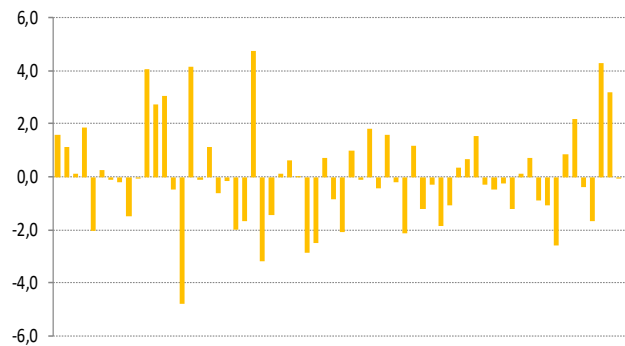
### Supermercati/food stores



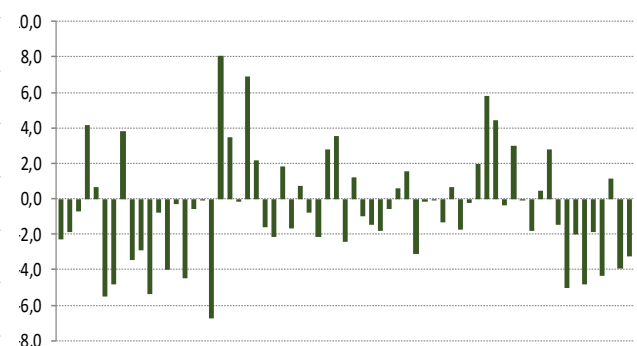
### Automotive



### Ristorazione

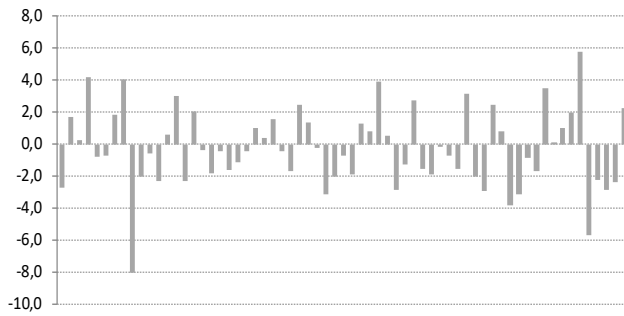


### Servizi per il turismo (compreso alloggi)

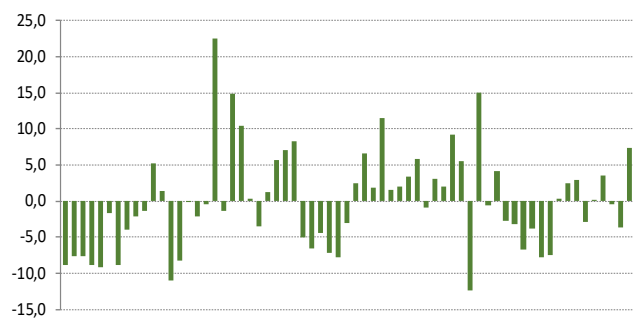


## Variazioni congiunturali principali settori (ottobre-dicembre 2025)

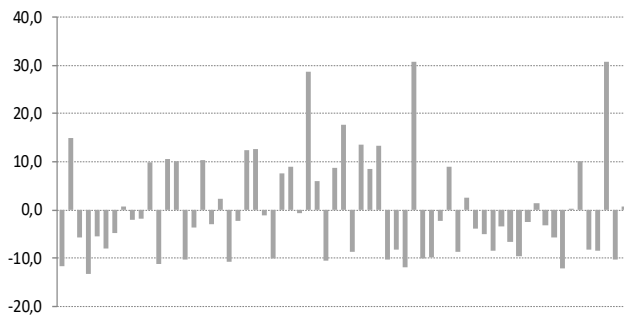
### Negozi di elettronica



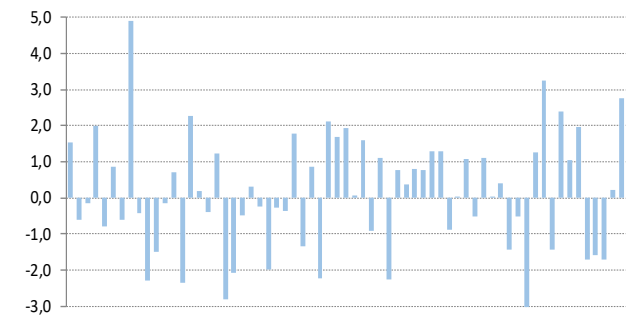
### Entertainment



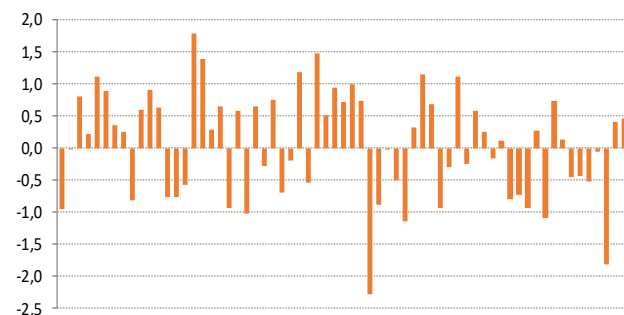
### Palestre/scuole/associazioni



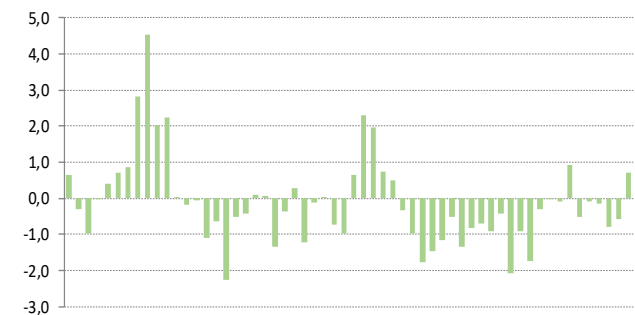
### Bellezza



### Medici/ospedali/farmacie



### Trasporto pubblico/taxi/benzina



**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 2023 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 2023 e quindi trarre conclusioni improprie e fuorviante. L'evoluzione di un settore può esser 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 gestiti 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**

*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](mailto:statistica@fi.camcom.it)**