

**INDAGINE CONGIUNTURALE  
DELL'ECONOMIA PROVINCIALE**  
Sovracampionamento dell'indagine congiunturale

**AREA DELLA ROMAGNA**

Tavole statistiche

**Risultati del III trimestre 2022  
e previsioni per il IV trimestre 2022**

## Indice delle tavole

### Parte prima - Commercio al dettaglio

- Tavola 1 Andamento delle VENDITE del commercio al dettaglio rispetto al trimestre precedente
- Tavola 2 Andamento delle VENDITE del commercio al dettaglio rispetto allo stesso trimestre
- Tavola 3 Consistenza delle GIACENZE di magazzino del commercio al dettaglio a fine trimestre
- Tavola 4 Previsioni relative agli ORDINATIVI A FORNITORI da parte delle imprese del settore commercio al dettaglio per il prossimo trimestre
- Tavola 5 Orientamento delle imprese del settore commercio al dettaglio sull'EVOLUZIONE della propria attività nei prossimi 12 mesi
- Tavola 6 Previsioni relative all'andamento delle VENDITE nel trimestre successivo da parte delle imprese del settore commercio al dettaglio

### Parte seconda - Alloggio e ristorazione

- Tavola 1 Andamento del VOLUME D'AFFARI del settore dell'Alloggio e ristorazione rispetto al trimestre precedente
- Tavola 2 Andamento del VOLUME D'AFFARI del settore dell'Alloggio e ristorazione rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente
- Tavola 3 Previsioni relative al VOLUME D'AFFARI del settore dell'Alloggio e ristorazione nel trimestre successivo al trimestre di riferimento

**Parte prima**

**Commercio al dettaglio**

**Tavola 1****Andamento delle VENDITE del commercio al dettaglio rispetto al trimestre precedente**

(distribuzione % risposte delle imprese)

<b>Area ROMAGNA</b>		<b>3° trimestre 2022</b>			
	aumento	stabilità	diminuzione	saldo	
<b>COMMERCIO AL DETTAGLIO</b>	<b>32</b>	<b>45</b>	<b>24</b>	<b>8</b>	
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	35	39	26	9	
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	23	48	29	-6	
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	63	37	0	63	
<b>CLASSI DIMENSIONALI</b>					
Piccola distribuzione	23	51	26	-3	
Media distribuzione	38	32	30	9	
Grande distribuzione	39	43	18	21	

*Unioncamere e Camere di commercio dell'Emilia-Romagna, Indagine congiunturale per l'area della Romagna***Tavola 2****Andamento delle VENDITE del commercio al dettaglio rispetto allo stesso trimestre****dell'anno precedente** (distribuzione % risposte delle imprese e variazione %)

<b>Area ROMAGNA</b>		<b>3° trimestre 2022</b>			
	aumento	stabilità	diminuzione	Variaz.%	
<b>COMMERCIO AL DETTAGLIO</b>	<b>45</b>	<b>31</b>	<b>24</b>	<b>1,5</b>	
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	42	26	32	-0,6	
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	38	35	27	0,7	
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	79	21	0	6,9	
<b>CLASSI DIMENSIONALI</b>					
Piccola distribuzione	32	40	29	-0,3	
Media distribuzione	40	33	27	2,5	
Grande distribuzione	64	20	16	3,2	

*Unioncamere e Camere di commercio dell'Emilia-Romagna, Indagine congiunturale per l'area della Romagna***Tavola 3****Consistenza delle GIACENZE di magazzino del commercio al dettaglio****a fine trimestre**

(distribuzione % risposte delle imprese)

<b>Area ROMAGNA</b>		<b>3° trimestre 2022</b>		
	esuberanti	adeguate	scarse	
<b>COMMERCIO AL DETTAGLIO</b>	<b>11</b>	<b>84</b>	<b>4</b>	
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	2	95	3	
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	17	77	6	
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	0	100	0	
<b>CLASSI DIMENSIONALI</b>				
Piccola distribuzione	16	80	4	
Media distribuzione	11	81	9	
Grande distribuzione	5	91	4	

*Unioncamere e Camere di commercio dell'Emilia-Romagna, Indagine congiunturale per l'area della Romagna*

**Tavola 4**

**Previsioni relative agli ORDINATIVI A FORNITORI da parte delle imprese del settore commercio al dettaglio per il prossimo trimestre**  
(distribuzione % risposte delle imprese)

Area ROMAGNA	3° trimestre 2022			
	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
<b>COMMERCIO AL DETTAGLIO</b>	<b>21</b>	<b>48</b>	<b>30</b>	<b>-9</b>
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	25	44	30	-5
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	21	46	33	-12
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	18	61	20	-2
<b>CLASSI DIMENSIONALI</b>				
Piccola distribuzione	14	49	37	-23
Media distribuzione	13	53	34	-20
Grande distribuzione	34	45	21	13

*Unioncamere e Camere di commercio dell'Emilia-Romagna, Indagine congiunturale per l'area della Romagna*

**Tavola 5**

**Orientamento delle imprese del settore commercio al dettaglio sull'EVOLUZIONE della propria attività nei prossimi 12 mesi**  
(distribuzione % risposte delle imprese)

Area ROMAGNA	3° trimestre 2022			
	in sviluppo	stabile	in diminuzione	ritiro dal mercato
<b>COMMERCIO AL DETTAGLIO</b>	<b>31</b>	<b>63</b>	<b>4</b>	<b>2</b>
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	21	74	3	2
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	35	57	5	3
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	24	76	0	0
<b>CLASSI DIMENSIONALI</b>				
Piccola distribuzione	26	66	5	3
Media distribuzione	42	50	4	4
Grande distribuzione	32	65	3	0

*Unioncamere e Camere di commercio dell'Emilia-Romagna, Indagine congiunturale per l'area della Romagna*

**Tavola 6**

**Previsioni relative all'andamento delle VENDITE nel trimestre successivo da parte delle imprese del settore commercio al dettaglio**  
(distribuzione % risposte delle imprese)

Area ROMAGNA	3° trimestre 2022			
	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
<b>COMMERCIO AL DETTAGLIO</b>	<b>31</b>	<b>40</b>	<b>29</b>	<b>2</b>
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	29	44	27	1
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	33	34	32	1
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	25	57	17	8
<b>CLASSI DIMENSIONALI</b>				
Piccola distribuzione	25	41	34	-9
Media distribuzione	24	35	42	-18
Grande distribuzione	42	40	17	25

*Unioncamere e Camere di commercio dell'Emilia-Romagna, Indagine congiunturale per l'area della Romagna*

## Area della ROMAGNA

### Settore commercio al dettaglio

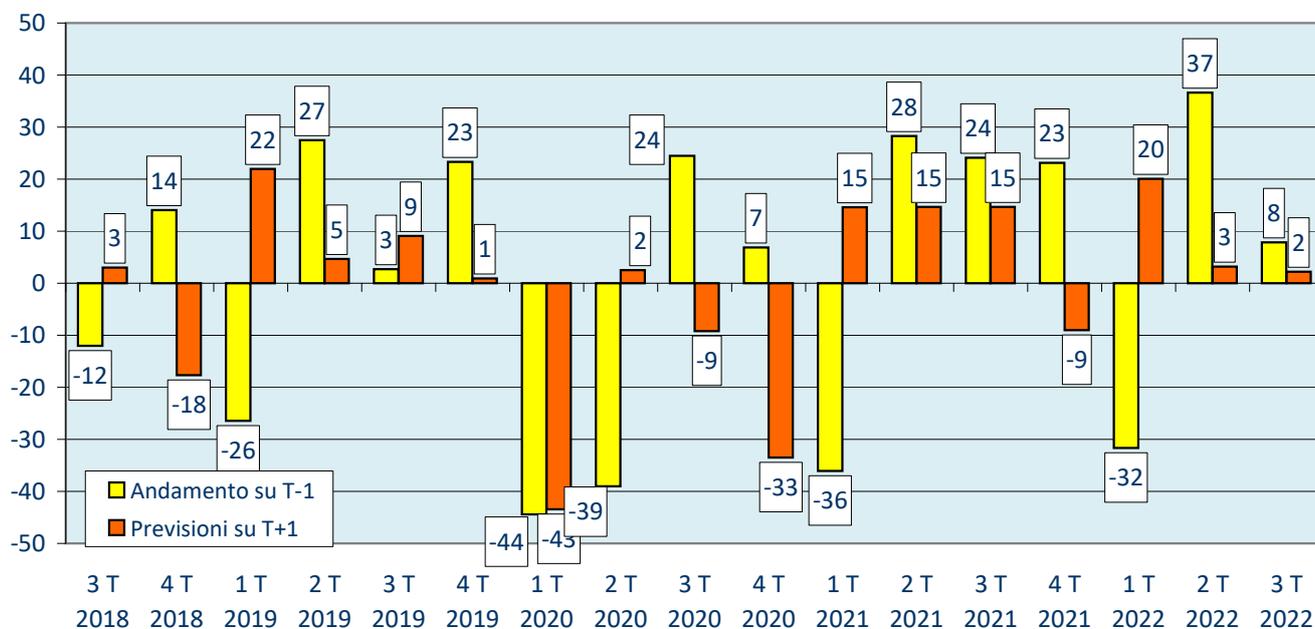
#### Serie storica dell'andamento delle vendite

(variazione % su stesso trimestre anno precedente)



#### Serie storica dell'andamento delle vendite e delle previsioni per il trimestre successivo

(saldi % tra indicazioni di aumento e di diminuzione da parte delle imprese)



**Parte seconda**

**Alloggio e ristorazione**

**Tavola 1**

**Andamento del VOLUME D'AFFARI del settore dell'Alloggio e ristorazione rispetto al trimestre precedente**  
(distribuzione % risposte delle imprese)

Area ROMAGNA	3° trimestre 2022			
	aumento	stabilità	diminu-zione	saldo
<b>ALLOGGIO E RISTORAZIONE</b>	<b>59</b>	<b>29</b>	<b>12</b>	<b>47</b>
<b>CLASSI DIMENSIONALI</b>				
1-9 dipendenti	54	31	14	40
10 dipendenti e oltre	62	27	11	52

*Unioncamere e Camere di commercio dell'Emilia-Romagna, Indagine congiunturale per l'area della Romagna*

**Tavola 2**

**Andamento del VOLUME D'AFFARI del settore dell'Alloggio e ristorazione rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente**  
(distribuzione % risposte delle imprese e variazione %)

Area ROMAGNA	3° trimestre 2022			
	aumento	stabilità	diminu-zione	Variaz. %
<b>ALLOGGIO E RISTORAZIONE</b>	<b>47</b>	<b>35</b>	<b>17</b>	<b>3,8</b>
<b>CLASSI DIMENSIONALI</b>				
1-9 dipendenti	31	55	14	0,8
10 dipendenti e oltre	56	24	20	5,5

*Unioncamere e Camere di commercio dell'Emilia-Romagna, Indagine congiunturale per l'area della Romagna*

**Tavola 3**

**Previsioni relative al VOLUME D'AFFARI del settore dell'Alloggio e ristorazione nel trimestre successivo al trimestre di riferimento**  
(distribuzione % risposte delle imprese)

Area ROMAGNA	3° trimestre 2022			
	aumento	stabilità	diminu-zione	saldo
<b>ALLOGGIO E RISTORAZIONE</b>	<b>5</b>	<b>39</b>	<b>56</b>	<b>-52</b>
<b>CLASSI DIMENSIONALI</b>				
1-9 dipendenti	4	53	43	-38
10 dipendenti e oltre	5	31	64	-60

*Fonte: Unioncamere-Istituto Guglielmo Tagliacarne - Indagine congiunturale per l'area della Romagna*

## ***Appendice***

***Classificazione delle divisioni e dei gruppi di  
attività economica (ATECO 2007)  
nei settori dell'indagine trimestrale  
per l'area della Romagna***

CLASSIFICAZIONE DELLE DIVISIONI E DEI GRUPPI DI ATTIVITÀ ECONOMICA (ATECO 2007) NEI SETTORI DI INDAGINE

**COMMERCIO AL DETTAGLIO**

SETTORI DI INDAGINE	ATECO 2007
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	47.11.3 <i>Discount di alimentari</i> 47.11.4 <i>Minimercati ed altri esercizi non specializzati di alimentari vari</i> 47.11.5 <i>Commercio al dettaglio di prodotti surgelati</i> 47.2 COMMERCIO AL DETTAGLIO DI PRODOTTI ALIMENTARI, BEVANDE E TABACCO IN ESERCIZI SPECIALIZZATI
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	47.19.2 <i>Commercio al dettaglio in esercizi non specializzati di computer, periferiche, attrezzature per le telecomunicazioni, elettronica di consumo audio e video, elettrodomestici</i> 47.19.9 <i>Empori ed altri negozi non specializzati di vari prodotti non alimentari</i> 47.4 COMMERCIO AL DETTAGLIO DI APPARECCHIATURE INFORMATICHE E PER LE TELECOMUNICAZIONI (ICT) IN ESERCIZI SPECIALIZZATI 47.5 COMMERCIO AL DETTAGLIO DI ALTRI PRODOTTI PER USO DOMESTICO IN ESERCIZI SPECIALIZZATI 47.6 COMMERCIO AL DETTAGLIO DI ARTICOLI CULTURALI E RICREATIVI IN ESERCIZI SPECIALIZZATI 47.7 COMMERCIO AL DETTAGLIO DI ALTRI PRODOTTI IN ESERCIZI SPECIALIZZATI 47.8 COMMERCIO AL DETTAGLIO AMBULANTE 47.9 COMMERCIO AL DETTAGLIO AL DI FUORI DI NEGOZI, BANCHI E MERCATI
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	47.11.1 <i>Ipermercati</i> 47.11.2 <i>Supermercati</i> 47.19.1 <i>Grandi magazzini</i>

**ATTIVITÀ DEI SERVIZI DI ALLOGGIO E DI RISTORAZIONE**

Settori di indagine	ATECO 2007
Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione	55 ALLOGGIO 56 ATTIVITÀ DEI SERVIZI DI RISTORAZIONE

## Nota metodologica

L'indagine congiunturale sulle imprese del commercio al dettaglio, realizzata dall'Unioncamere dell'Emilia Romagna e dalla Camera di Commercio della Romagna - Forlì-Cesena e Rimini, si rivolge trimestralmente ad un campione di circa 190 aziende con addetti e con almeno un dipendente. L'indagine è rappresentativa della totalità delle imprese con dipendenti, interessando, a differenza dell'indagine condotta sull'industria, anche le imprese con più di 500 addetti.

I dati sono disaggregati per 3 settori di attività economica (ipermercati, supermercati e grandi magazzini, commercio al dettaglio di prodotti alimentari e commercio al dettaglio di prodotti non alimentari) e per provincia.

Per tutti i settori la numerosità campionaria è calcolata in modo da garantire, per ognuno dei domini di indagine, un errore massimo del 10% ed una significatività del 85%.

L'universo di riferimento è costituito dalle imprese con dipendenti desunto dal Registro Imprese integrato con i dati ottenuti da altre fonti (in particolare INPS e ISTAT).

Nell'indagine, condotta con tecnica mista CATI-CAWI, viene chiesto alle imprese di dichiarare l'andamento congiunturale e tendenziale di una serie di indicatori economici (tra i quali l'andamento delle vendite e la consistenza delle giacenze di magazzino), nonché la previsione per i tre mesi (ad es. del volume degli ordini emessi nei confronti dei fornitori) e i dodici mesi successivi al trimestre di indagine.

Alcuni dei dati tendenziali sono di tipo quantitativo (variazioni registrate nel trimestre rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente), mentre i dati congiunturali (rispetto al trimestre precedente) e previsionali (riferiti al trimestre successivo e a 4 trimestri) sono di tipo qualitativo (aumento, stabilità, diminuzione).

L'unità di riporto è costituita dalle unità provinciali d'impresa (anche se la classe dimensionale è quella dell'impresa nel suo complesso).

Le ponderazioni infra-dominio e inter-dominio delle risposte vengono effettuate sulla base del numero di addetti di ciascuna unità provinciale d'impresa / cluster d'appartenenza (sempre desunto dal Registro Imprese opportunamente integrato).

Le interviste relative al 3° trimestre 2022 sono state realizzate nel mese di ottobre 2022.

## Nota metodologica

L'indagine congiunturale sulle imprese del settore del turismo, realizzata dall'Unioncamere dell'Emilia Romagna e dalla Camera di Commercio della Romagna - Forlì-Cesena e Rimini, si rivolge trimestralmente ad un campione di circa 130 aziende con dipendenti.

L'indagine è rappresentativa della totalità delle imprese fino a 500 dipendenti.

I dati sono disaggregati per due classi dimensionali (da 1 a 9 dipendenti e 10 dipendenti e oltre) e per provincia.

Per tutti i settori la numerosità campionaria è calcolata in modo da garantire, per ognuno dei domini di indagine, un errore massimo del 10% ed una significatività del 75%.

L'universo di riferimento è costituito dalle imprese con dipendenti desunto dal Registro Imprese integrato con i dati ottenuti da altre fonti (in particolare INPS e ISTAT).

Nell'indagine, condotta con tecnica mista CATI-CAWI, viene chiesto alle imprese di dichiarare l'andamento congiunturale e tendenziale di una serie di indicatori economici (tra i quali l'andamento del volume d'affari), nonché la previsione per il trimestre successivo al trimestre di indagine. Alcuni dei dati tendenziali sono di tipo quantitativo (variazioni registrate nel trimestre rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente), mentre i dati congiunturali (rispetto al trimestre precedente) e previsionali (riferiti al trimestre successivo) sono di tipo qualitativo (aumento, stabilità, diminuzione).

L'unità di riporto è costituita dalle unità provinciali d'impresa (anche se la classe dimensionale è quella dell'impresa nel suo complesso).

Le ponderazioni infra-dominio e inter-dominio delle risposte vengono effettuate sulla base del numero di dipendenti di ciascuna unità provinciale d'impresa / cluster d'appartenenza (sempre desunto dal Registro Imprese opportunamente integrato).

Le interviste relative al 3° trimestre 2022 sono state realizzate nel mese di ottobre 2022.