INDAGINE CONGIUNTURALE DELL'ECONOMIA PROVINCIALE

Sovracampionamento dell'indagine congiunturale

PROVINCIA DI RIMINI

Tavole statistiche

Risultati del I trimestre 2022
e previsioni per il II 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)

RIMINI **1° trimestre 2022**

	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO AL DETTAGLIO	**19**	**42**	**39**	**-20**
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	3	48	49	-45
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	25	44	31	-5
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	7	24	69	-62
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	26	41	33	-7
Media distribuzione	13	44	43	-30
Grande distribuzione	13	42	45	-33

Unioncamere e Camere di commercio dell'Emilia-Romagna, Indagine congiunturale per la provincia di Rimini

Tavola 2
Andamento delle VENDITE del commercio al dettaglio rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente (distribuzione % risposte delle imprese e variazione %)

RIMINI **1° trimestre 2022**

	aumento	stabilità	diminuzione	Variaz.%
COMMERCIO AL DETTAGLIO	**31**	**41**	**28**	**0,3**
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	9	54	37	-4,6
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	32	41	27	1,5
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	55	25	20	0,1
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	24	44	32	-1,4
Media distribuzione	28	37	35	-0,6
Grande distribuzione	43	39	18	3,2

Unioncamere e Camere di commercio dell'Emilia-Romagna, Indagine congiunturale per la provincia di Rimini

Tavola 3
Consistenza delle GIACENZE di magazzino del commercio al dettaglio a fine trimestre
(distribuzione % risposte delle imprese)

RIMINI **1° trimestre 2022**

	esuberanti	adeguate	scarse
COMMERCIO AL DETTAGLIO	**17**	**82**	**1**
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	9	87	3
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	19	79	1
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	14	86	0
CLASSI DIMENSIONALI			
Piccola distribuzione	22	77	1
Media distribuzione	12	86	2
Grande distribuzione	12	85	2

Unioncamere e Camere di commercio dell'Emilia-Romagna, Indagine congiunturale per la provincia di Rimini

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)

RIMINI **1° trimestre 2022**

	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO AL DETTAGLIO	**28**	**61**	**12**	**16**
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	14	79	7	6
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	23	62	15	8
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	69	31	0	69
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	21	64	15	6
Media distribuzione	31	56	13	18
Grande distribuzione	35	59	6	29

Unioncamere e Camere di commercio dell'Emilia-Romagna, Indagine congiunturale per la provincia di Rimini

Tavola 5
Orientamento delle imprese del settore commercio al dettaglio sull'EVOLUZIONE della propria attività nei prossimi 12 mesi
(distribuzione % risposte delle imprese)

RIMINI **1° trimestre 2022**

	in sviluppo	stabile	in diminu-zione	ritiro dal mercato
COMMERCIO AL DETTAGLIO	**27**	**70**	**2**	**1**
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	34	66	0	0
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	31	65	3	1
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	0	100	0	0
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	30	67	3	0
Media distribuzione	43	53	2	2
Grande distribuzione	14	84	1	1

Unioncamere e Camere di commercio dell'Emilia-Romagna, Indagine congiunturale per la provincia di Rimini

Tavola 6
Previsioni relative all'andamento delle VENDITE nel trimestre successivo da parte delle imprese del settore commercio al dettaglio
(distribuzione % risposte delle imprese)

RIMINI **1° trimestre 2022**

	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO AL DETTAGLIO	**30**	**62**	**7**	**23**
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	21	73	7	14
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	25	67	8	18
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	69	24	7	62
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	26	67	7	19
Media distribuzione	31	60	8	23
Grande distribuzione	36	56	8	28

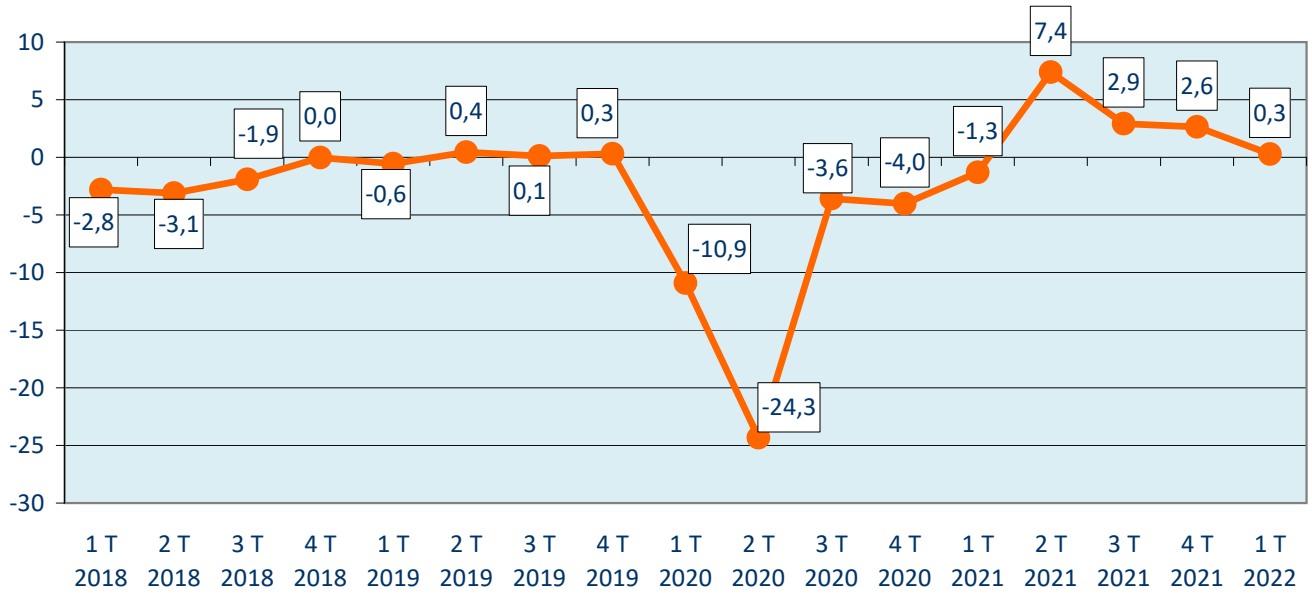
Unioncamere e Camere di commercio dell'Emilia-Romagna, Indagine congiunturale per la provincia di Rimini

Provincia di RIMINI

Settore commercio al dettaglio

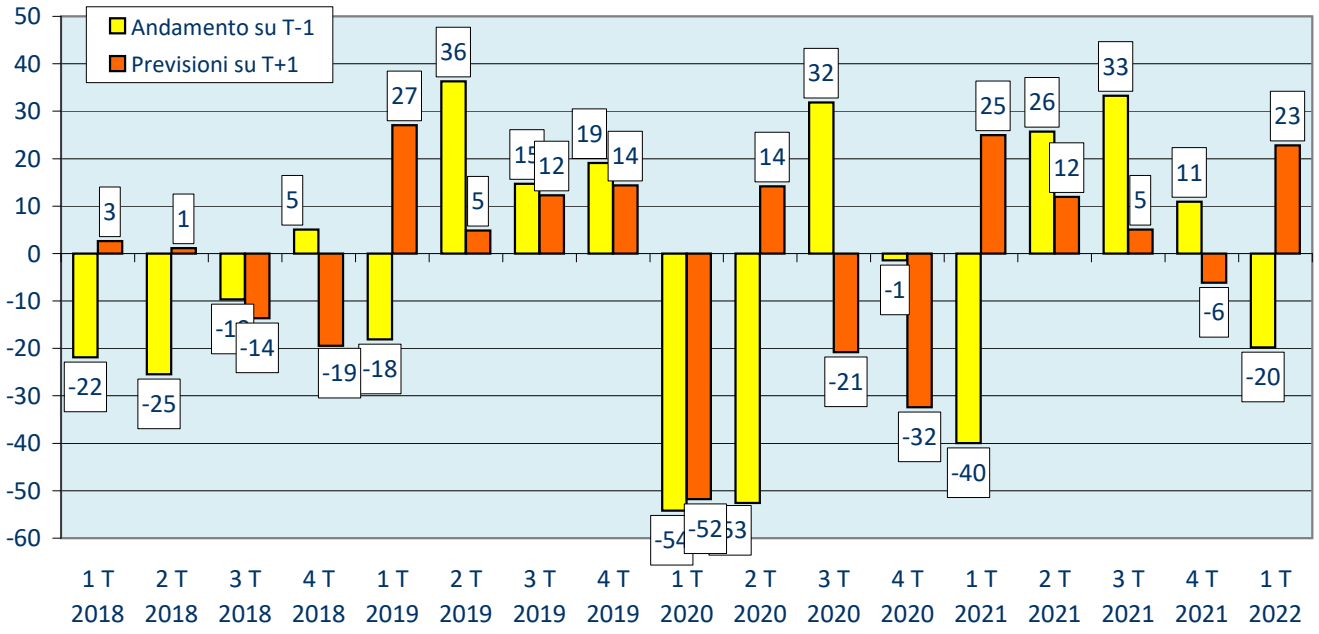
Serie storica dell'andamento delle vendite

(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)

RIMINI **1° trimestre 2022**

	aumento	stabilità	diminu-zione	saldo
ALLOGGIO E RISTORAZIONE	**13**	**53**	**34**	**-22**
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	13	63	24	-12
10 dipendenti e oltre	13	48	40	-27

Unioncamere e Camere di commercio dell'Emilia-Romagna, Indagine congiunturale per la provincia di Rimini

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 %)

RIMINI **1° trimestre 2022**

	aumento	stabilità	diminu-zione	Variaz. %
ALLOGGIO E RISTORAZIONE	**53**	**40**	**7**	**24,2**
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	15	70	15	-0,3
10 dipendenti e oltre	72	24	3	37,1

Unioncamere e Camere di commercio dell'Emilia-Romagna, Indagine congiunturale per la provincia di Rimini

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)

RIMINI **1° trimestre 2022**

	aumento	stabilità	diminu-zione	saldo
ALLOGGIO E RISTORAZIONE	**66**	**27**	**7**	**59**
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	60	35	5	56
10 dipendenti e oltre	69	23	8	61

Fonte: Unioncamere-Istituto Guglielmo Tagliacarne - Indagine congiunturale per la provincia di Rimini

Appendice

Classificazione delle divisioni e dei gruppi di attività economica (ATECO 2007) nei settori dell'indagine trimestrale per la provincia di Rimini

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 Discount di alimentari* *47.11.4 Minimercati ed altri esercizi non specializzati di alimentari vari* *47.11.5 Commercio al dettaglio di prodotti surgelati* 47.2 COMMERCIO AL DETTAGLIO DI PRODOTTI ALIMENTARI, BEVANDE E TABACCO IN ESERCIZI SPECIALIZZATI
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	*47.19.2 Commercio al dettaglio in esercizi non specializzati di computer, periferiche, attrezzature per le telecomunicazioni, elettronica di consumo audio e video, elettrodomestici* *47.19.9 Empori ed altri negozi non specializzati di vari prodotti non alimentari* 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 Ipermercati* *47.11.2 Supermercati* *47.19.1 Grandi magazzini*

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 1° trimestre 2022 sono state realizzate nel mese di aprile 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 1° trimestre 2022 sono state realizzate nel mese di aprile 2022.