

**INDAGINE CONGIUNTURALE
DELL'ECONOMIA PROVINCIALE**

Sovracampionamento dell'indagine congiunturale

AREA DELLA ROMAGNA

Tavole statistiche

**Risultati del I trimestre 2019
e previsioni per il II trimestre 2019**

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)

Area ROMAGNA **1° trimestre 2019**

	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO AL DETTAGLIO	20	33	47	-26
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	6	55	39	-33
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	26	31	43	-16
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	10	12	78	-68
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	17	42	41	-25
Media distribuzione	25	29	46	-21
Grande distribuzione	24	22	55	-31

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 %)**Area ROMAGNA** **1° trimestre 2019**

	aumento	stabilità	diminuzione	Variaz. %
COMMERCIO AL DETTAGLIO	31	31	38	-0,5
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	14	49	38	-2,4
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	35	29	36	-0,2
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	35	18	46	0,8
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	25	37	37	-0,9
Media distribuzione	34	29	37	-1,5
Grande distribuzione	38	23	39	0,5

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)

Area ROMAGNA **1° trimestre 2019**

	esuberanti	adeguate	scarse
COMMERCIO AL DETTAGLIO	11	85	3
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	7	90	3
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	15	81	4
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	0	100	0
CLASSI DIMENSIONALI			
Piccola distribuzione	17	80	4
Media distribuzione	11	87	2
Grande distribuzione	4	93	3

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		1° trimestre 2019		
	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO AL DETTAGLIO	20	63	16	4
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	25	69	6	18
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	16	62	22	-5
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	36	63	2	34
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	13	64	23	-9
Media distribuzione	21	61	18	3
Grande distribuzione	30	63	7	23

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		1° trimestre 2019		
	in sviluppo	stabile	in diminu-zione	ritiro dal mercato
COMMERCIO AL DETTAGLIO	46	45	8	1
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	28	71	1	0
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	54	34	11	1
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	31	69	0	0
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	44	44	12	1
Media distribuzione	53	40	6	1
Grande distribuzione	47	50	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		1° trimestre 2019		
	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO AL DETTAGLIO	31	59	10	22
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	26	67	6	20
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	32	56	12	20
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	35	64	2	33
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	29	59	12	17
Media distribuzione	27	59	14	14
Grande distribuzione	37	59	4	33

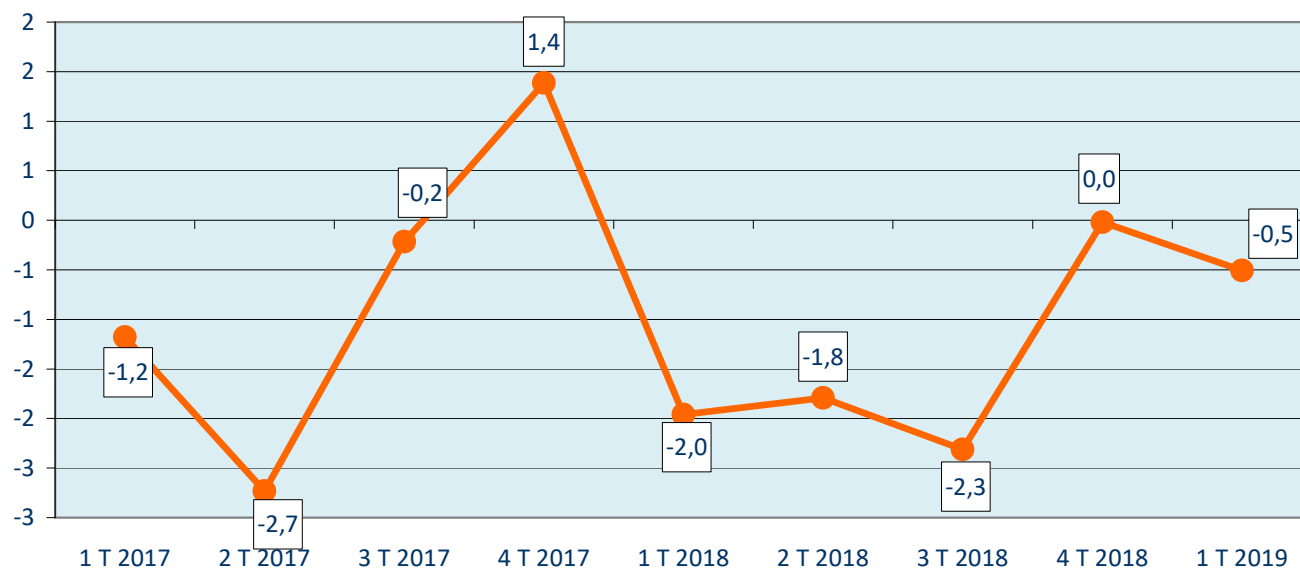
Unioncamere e Camere di commercio dell'Emilia-Romagna, Indagine congiunturale per l'area della Romagna

Area della ROMAGNA

Settore commercio al dettaglio

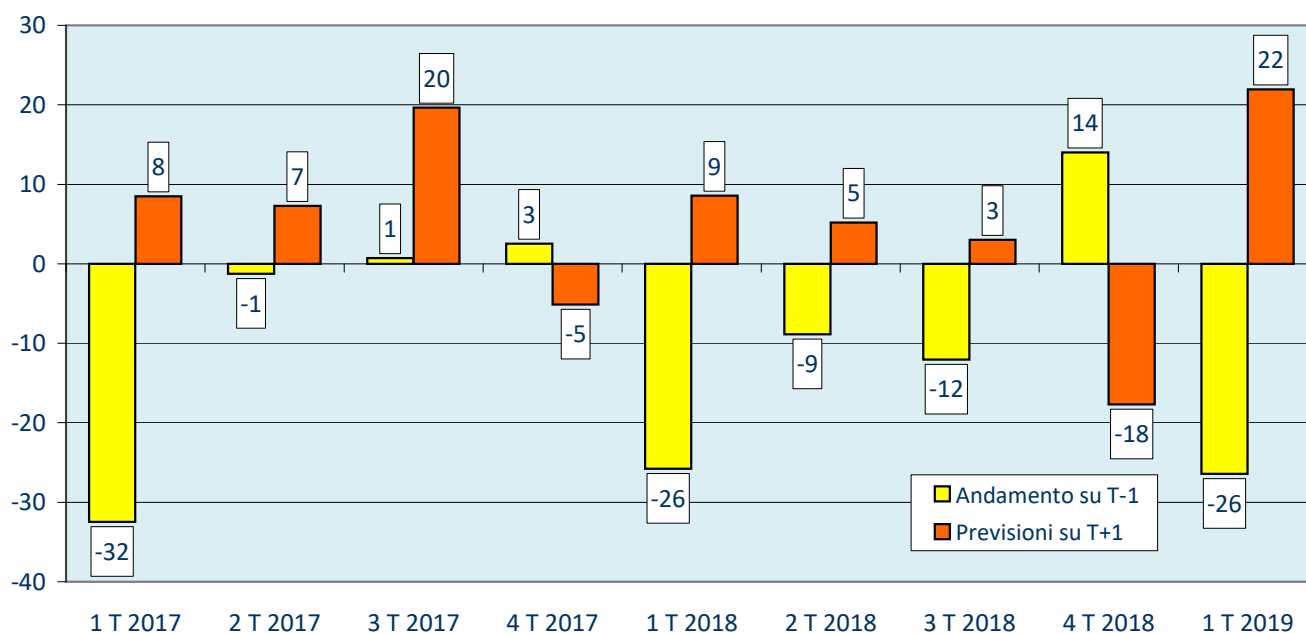
Serie storica dell'andamento delle vendite

(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		1° trimestre 2019		
	aumento	stabilità	diminu-zione	saldo
ALLOGGIO E RISTORAZIONE	12	63	24	-12
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	1	81	18	-17
10 dipendenti e oltre	20	52	28	-9

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		1° trimestre 2019		
	aumento	stabilità	diminu-zione	Variaz. %
ALLOGGIO E RISTORAZIONE	20	62	18	-2,1
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	8	75	17	-3,2
10 dipendenti e oltre	28	54	18	-1,4

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		1° trimestre 2019		
	aumento	stabilità	diminu-zione	saldo
ALLOGGIO E RISTORAZIONE	37	50	14	23
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	38	50	13	25
10 dipendenti e oltre	36	50	14	22

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 1° trimestre 2019 sono state realizzate nei mesi di aprile-maggio 2019.

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 2019 sono state realizzate nei mesi di aprile-maggio 2019.