

**INDAGINE CONGIUNTURALE
DELL'ECONOMIA PROVINCIALE**

Sovracampionamento dell'indagine congiunturale

AREA DELLA ROMAGNA

Tavole statistiche

**Risultati del II trimestre 2020
e previsioni per il III trimestre 2020**

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		2° trimestre 2020			
	aumento	stabilità	diminuzione	saldo	
COMMERCIO AL DETTAGLIO	25	12	64	-39	
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	48	20	33	15	
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	12	9	78	-66	
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	53	15	32	21	
CLASSI DIMENSIONALI					
Piccola distribuzione	16	13	71	-55	
Media distribuzione	28	16	56	-27	
Grande distribuzione	35	9	56	-22	

*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		2° trimestre 2020			
	aumento	stabilità	diminuzione	Variaz.%	
COMMERCIO AL DETTAGLIO	20	12	68	-20,0	
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	44	23	34	0,4	
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	9	10	82	-28,6	
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	42	10	49	-4,9	
CLASSI DIMENSIONALI					
Piccola distribuzione	17	16	67	-23,2	
Media distribuzione	18	13	69	-19,2	
Grande distribuzione	25	6	70	-15,9	

*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		2° trimestre 2020		
	esuberanti	adeguate	scarse	
COMMERCIO AL DETTAGLIO	29	66	6	
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	16	79	6	
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	38	55	7	
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	0	100	0	
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	36	61	4	
Media distribuzione	34	62	4	
Grande distribuzione	17	74	9	

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	2° trimestre 2020			
	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO AL DETTAGLIO	24	39	37	-13
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	15	50	34	-19
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	27	31	42	-15
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	21	61	18	2
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	17	38	44	-27
Media distribuzione	21	36	43	-23
Grande distribuzione	35	40	25	10

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	2° trimestre 2020			
	in sviluppo	stabile	in diminuzione	ritiro dal mercato
COMMERCIO AL DETTAGLIO	23	64	13	0
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	20	72	7	0
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	27	55	18	0
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	7	93	0	0
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	18	64	18	0
Media distribuzione	35	51	14	0
Grande distribuzione	24	69	7	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	2° trimestre 2020			
	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO AL DETTAGLIO	35	33	32	2
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	19	46	35	-16
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	35	31	33	2
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	54	22	24	30
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	26	36	38	-11
Media distribuzione	27	42	31	-3
Grande distribuzione	50	24	26	24

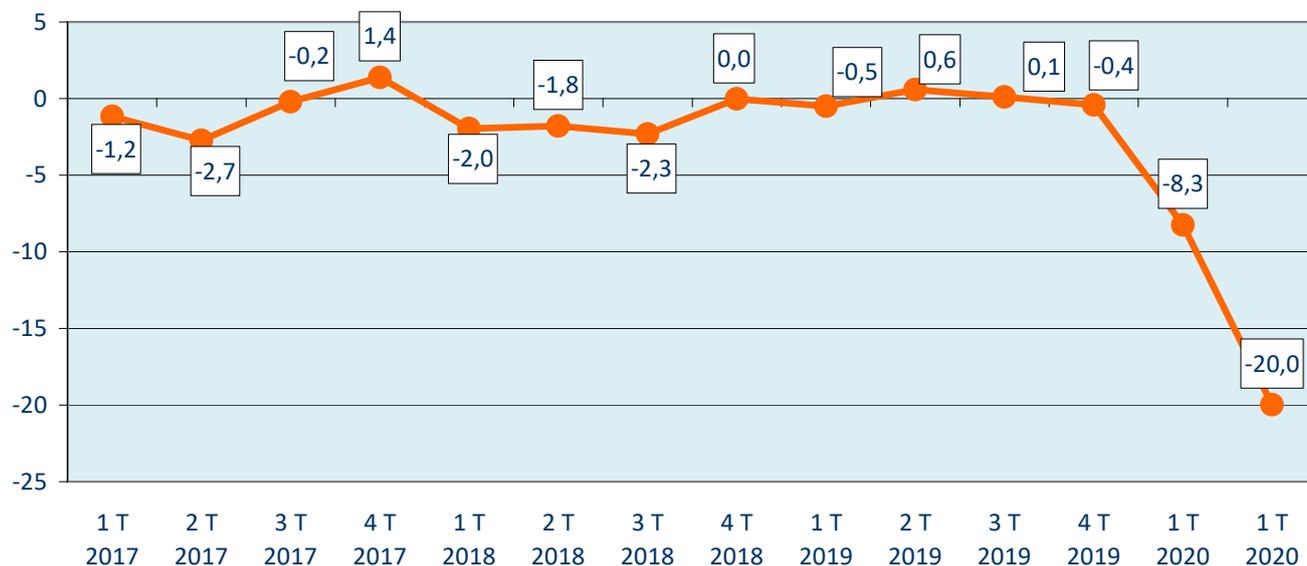
Unioncamere e Camere di commercio dell'Emilia-Romagna, Indagine congiunturale per l'area della Romagna

Area della ROMAGNA

Settore commercio al dettaglio

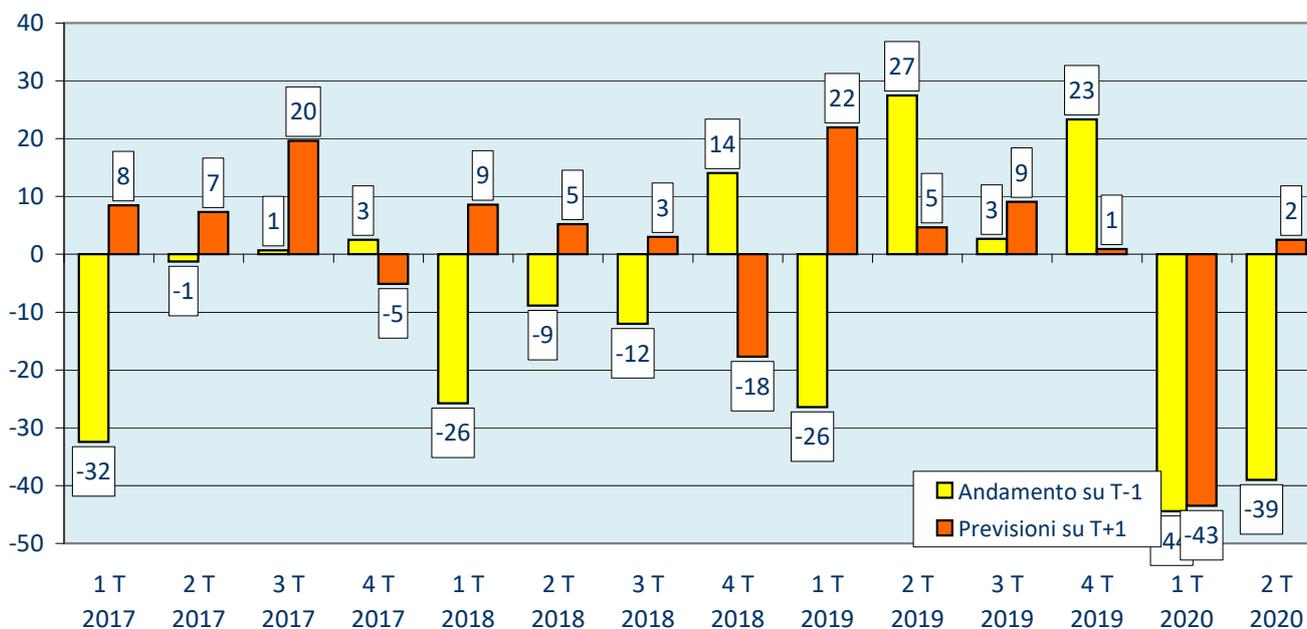
Serie storica dell'andamento delle vendite

(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	2° trimestre 2020			
	aumento	stabilità	diminu-zione	saldo
ALLOGGIO E RISTORAZIONE	16	15	69	-54
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	16	23	61	-46
10 dipendenti e oltre	16	10	74	-59

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	2° trimestre 2020			
	aumento	stabilità	diminu-zione	Variaz. %
ALLOGGIO E RISTORAZIONE	1	10	89	-56,5
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	2	24	74	-48,5
10 dipendenti e oltre	1	1	98	-61,4

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	2° trimestre 2020			
	aumento	stabilità	diminu-zione	saldo
ALLOGGIO E RISTORAZIONE	43	19	38	5
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	37	34	29	8
10 dipendenti e oltre	47	10	43	4

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 2° trimestre 2020 sono state realizzate nel mese di luglio 2020.

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 2° trimestre 2020 sono state realizzate nel mese di luglio 2020.