



**ISTITUTO
GUGLIELMO TAGLIACARNE**

per la promozione
della cultura economica

Fondazione di Unioncamere

INDAGINE CONGIUNTURALE DELL'ECONOMIA PROVINCIALE

Sovracampionamento dell'indagine congiunturale

PROVINCIA DI FORLI'-CESENA

Tavole statistiche

**Risultati del II trimestre 2016
e previsioni per il III trimestre 2016**

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 - Commercio all'ingrosso

Tavola 1	Andamento del VOLUME D'AFFARI del settore del Commercio all'ingrosso rispetto al trimestre precedente (distribuzione % risposte delle imprese)
Tavola 2	Andamento del VOLUME D'AFFARI del settore del Commercio all'ingrosso rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente (distribuzione % risposte delle imprese e variazione %)
Tavola 3	Previsioni relative al VOLUME D'AFFARI del settore del Commercio all'ingrosso nel trimestre successivo al trimestre di riferimento (distribuzione % risposte delle imprese)

Parte terza - Trasporti e magazzinaggio

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

Parte quarta - 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)

FORLÌ - CESENA **2° trimestre 2016**

	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO AL DETTAGLIO	42	31	26	16
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	28	45	28	0
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	47	31	22	25
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	36	18	46	-10
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	36	37	27	9
Media distribuzione	32	42	27	5
Grande distribuzione	55	20	25	30

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

Tavola 2**Andamento delle VENDITE del commercio al dettaglio rispetto allo stesso trimestre****dell'anno precedente** (distribuzione % risposte delle imprese e variazione %)**FORLÌ - CESENA** **2° trimestre 2016**

	aumento	stabilità	diminuzione	Variaz.%
COMMERCIO AL DETTAGLIO	44	26	31	1,9
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	28	23	49	2,2
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	43	26	30	2,1
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	63	25	12	0,9
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	34	25	41	2,3
Media distribuzione	25	32	43	-1,4
Grande distribuzione	64	24	12	2,8

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

Tavola 3**Consistenza delle GIACENZE di magazzino del commercio al dettaglio****a fine trimestre**

(distribuzione % risposte delle imprese)

FORLÌ - CESENA **2° trimestre 2016**

	esuberanti	adeguate	scarse
COMMERCIO AL DETTAGLIO	12	88	0
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	10	89	1
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	15	85	0
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	0	100	0
CLASSI DIMENSIONALI			
Piccola distribuzione	21	79	0
Media distribuzione	6	93	1
Grande distribuzione	3	97	0

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

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)

FORLI' - CESENA	2° trimestre 2016			
	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO AL DETTAGLIO	22	57	21	0
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	23	39	38	-15
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	26	54	21	5
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	0	92	8	-8
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	20	50	30	-10
Media distribuzione	12	65	23	-11
Grande distribuzione	28	62	10	18

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

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

FORLI' - CESENA	2° trimestre 2016			
	in sviluppo	stabile	in diminu-zione	ritiro dal mercato
COMMERCIO AL DETTAGLIO	43	52	4	1
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	17	76	0	8
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	49	45	6	0
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	39	61	0	0
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	29	62	6	2
Media distribuzione	34	59	7	1
Grande distribuzione	63	37	0	0

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

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

FORLI' - CESENA	2° trimestre 2016			
	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO AL DETTAGLIO	29	47	24	5
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	23	47	31	-8
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	28	47	25	3
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	39	50	12	27
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	30	41	30	0
Media distribuzione	13	58	29	-16
Grande distribuzione	35	51	14	20

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

Provincia di FORLÌ CESENA

Settore commercio al dettaglio

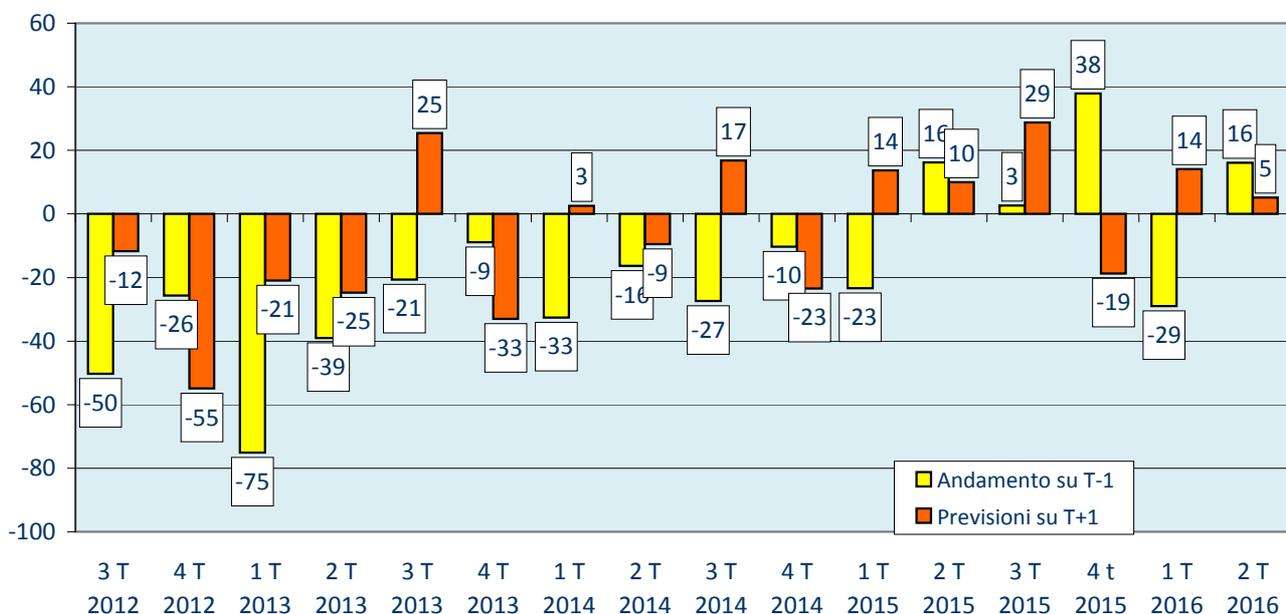
Serie storica dell'andamento delle vendite

(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

Commercio all'ingrosso

Tavola 1**Andamento del VOLUME D'AFFARI del settore del Commercio all'ingrosso rispetto al trimestre precedente**

(distribuzione % risposte delle imprese)

FORLI' - CESENA	2° trimestre 2016			
	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO ALL'INGROSSO	48	37	15	33
Commercio all'ingrosso prodotti alimentari	47	36	16	31
Commercio all'ingrosso non alimentari	48	38	14	34
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	41	46	13	28
10 dipendenti e oltre	50	35	16	34

Fonte: Unioncamere - Indagine congiunturale per la provincia di Forlì-Cesena

Tavola 2**Andamento del VOLUME D'AFFARI del settore del Commercio all'ingrosso rispetto allo stesso trimestre**

(distribuzione % risposte delle imprese e variazione %)

FORLI' - CESENA	2° trimestre 2016			
	aumento	stabilità	diminuzione	Variaz. %
COMMERCIO ALL'INGROSSO	38	45	17	2,8
Commercio all'ingrosso prodotti alimentari	34	45	20	2,8
Commercio all'ingrosso non alimentari	42	45	13	2,9
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	34	61	5	2,6
10 dipendenti e oltre	40	40	20	2,9

Fonte: Unioncamere - Indagine congiunturale per la provincia di Forlì-Cesena

Tavola 3**Previsioni relative al VOLUME D'AFFARI del settore del Commercio all'ingrosso nel trimestre successivo**

(distribuzione % risposte delle imprese)

FORLI' - CESENA	2° trimestre 2016			
	aumento	stabilità	diminu-zione	saldo
COMMERCIO ALL'INGROSSO	42	52	7	35
Commercio all'ingrosso prodotti alimentari	40	53	8	32
Commercio all'ingrosso non alimentari	44	51	6	38
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	30	56	15	15
10 dipendenti e oltre	45	50	4	41

Fonte: Unioncamere - Indagine congiunturale per la provincia di Forlì-Cesena

Parte terza

Trasporti e magazzinaggio

Tavola 1

Andamento del VOLUME D'AFFARI del settore dei Trasporti e magazzinaggio rispetto al trimestre precedente
(distribuzione % risposte delle imprese)

FORLI' - CESENA		2° trimestre 2016			
	aumento	stabilità	diminu-zione	saldo	
TRASPORTI E MAGAZZINAGGIO	19	51	29	-10	
CLASSI DIMENSIONALI					
1-9 dipendenti	31	62	7	25	
10 dipendenti e oltre	16	49	35	-19	

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

Tavola 2

Andamento del VOLUME D'AFFARI del settore dei Trasporti e magazzinaggio rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente
(distribuzione % risposte delle imprese e variazione %)

FORLI' - CESENA		2° trimestre 2016			
	aumento	stabilità	diminu-zione	Variaz. %	
TRASPORTI E MAGAZZINAGGIO	26	54	20	0,1	
CLASSI DIMENSIONALI					
1-9 dipendenti	25	52	23	0,4	
10 dipendenti e oltre	26	55	19	0,0	

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

Tavola 3

Previsioni relative al VOLUME D'AFFARI del settore dei Trasporti e magazzinaggio nel trimestre successivo al trimestre di riferimento
(distribuzione % risposte delle imprese)

FORLI' - CESENA		2° trimestre 2016			
	aumento	stabilità	diminu-zione	saldo	
TRASPORTI E MAGAZZINAGGIO	9	81	10	-2	
CLASSI DIMENSIONALI					
1-9 dipendenti	13	70	17	-4	
10 dipendenti e oltre	7	84	8	-1	

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

Parte quarta

Alloggio e ristorazione

Tavola 1

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

FORLI' - CESENA		2° trimestre 2016			
	aumento	stabilità	diminu-zione	saldo	
ALLOGGIO E RISTORAZIONE	41	33	26	14	
CLASSI DIMENSIONALI					
1-9 dipendenti	27	41	32	-5	
10 dipendenti e oltre	60	22	18	41	

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

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 %)

FORLI' - CESENA		2° trimestre 2016			
	aumento	stabilità	diminu-zione	Variaz. %	
ALLOGGIO E RISTORAZIONE	29	41	30	-1,5	
CLASSI DIMENSIONALI					
1-9 dipendenti	20	49	31	-2,7	
10 dipendenti e oltre	42	29	29	0,2	

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

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)

FORLI' - CESENA		2° trimestre 2016			
	aumento	stabilità	diminu-zione	saldo	
ALLOGGIO E RISTORAZIONE	36	59	5	30	
CLASSI DIMENSIONALI					
1-9 dipendenti	38	55	6	32	
10 dipendenti e oltre	32	64	4	28	

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

Appendice

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

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>

COMMERCIO ALL'INGROSSO

Settori di indagine	ATECO 2007
Commercio all'ingrosso prodotti alimentari	46.3 COMMERCIO ALL'INGROSSO DI PRODOTTI ALIMENTARI, BEVANDE E PRODOTTI DEL TABACCO
Commercio all'ingrosso non alimentari	46.2 COMMERCIO ALL'INGROSSO DI MATERIE PRIME AGRICOLE E DI ANIMALI VIVI 46.4 COMMERCIO ALL'INGROSSO DI BENI DI CONSUMO FINALE 46.5 COMMERCIO ALL'INGROSSO DI APPARECCHIATURE ICT

TRASPORTI E MAGAZZINAGGIO

Settori di indagine	ATECO 2007
Trasporti e magazzinaggio	50 TRASPORTO MARITTIMO E PER VIE D'ACQUA 51 TRASPORTO AEREO 52 MAGAZZINAGGIO E ATTIVITÀ DI SUPPORTO AI TRASPORTI 53 SERVIZI POSTALI E ATTIVITÀ DI CORRIERE

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'Istituto Guglielmo Tagliacarne, Fondazione di Unioncamere, per conto della Camera di Commercio di Forlì-Cesena, si rivolge trimestralmente ad un campione di circa 100 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).

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 2016 sono state realizzate nel mese di luglio 2016.

Nota metodologica

L'indagine congiunturale sulle imprese dei settori del commercio all'ingrosso, dei trasporti e del turismo, realizzata dall'Istituto Guglielmo Tagliacarne, Fondazione di Unioncamere, per conto della Camera di Commercio di Forlì-Cesena, si rivolge trimestralmente ad un campione di circa 150 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 4 settori di attività economica (commercio all'ingrosso prodotti alimentari, commercio all'ingrosso prodotti non alimentari, trasporti e magazzinaggio, alloggio e ristorazione).

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 2016 sono state realizzate nel mese di luglio 2016.