

**INDAGINE CONGIUNTURALE
DELL'ECONOMIA PROVINCIALE**

Sovracampionamento dell'indagine congiunturale

PROVINCIA DI RIMINI

Tavole statistiche

**Risultati del II trimestre 2025
e previsioni per il III trimestre 2025**

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 terza - Costruzioni

Tavola 1	Andamento del VOLUME D'AFFARI rispetto al trimestre precedente
Tavola 2	Andamento del VOLUME D'AFFARI rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente
Tavola 3	Previsioni relative al VOLUME D'AFFARI nel trimestre successivo
Tavola 4	Indicazioni delle imprese sull'ANDAMENTO del proprio settore rispetto al trimestre precedente
Tavola 5	Indicazioni delle imprese sull'ANDAMENTO del proprio settore rispetto allo stesso trimestre dell'anno
Tavola 6	Orientamento delle imprese circa l'EVOLUZIONE della propria attività nei dodici mesi successivi

Parte prima

Commercio al dettaglio

Tavola 1
Andamento delle VENDITE del commercio al dettaglio rispetto al trimestre precedente
 (distribuzione % risposte delle imprese)

RIMINI				2° trimestre 2025
	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO AL DETTAGLIO	26	56	18	8
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	29	61	10	19
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	19	58	23	-5
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	62	38	0	62
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	13	59	27	-14
Media distribuzione	23	65	12	12
Grande distribuzione	46	47	8	38

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				2° trimestre 2025
	aumento	stabilità	diminuzione	Variaz.%
COMMERCIO AL DETTAGLIO	23	48	29	-1,7
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	17	64	18	-0,8
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	13	50	37	-3,7
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	86	14	0	7,7
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	12	45	43	-3,7
Media distribuzione	20	66	14	-1,3
Grande distribuzione	43	42	16	1,0

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				2° trimestre 2025
	esuberanti	adeguate	scarse	
COMMERCIO AL DETTAGLIO	9	87	4	
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	12	88	0	
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	11	84	6	
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	0	100	0	
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	12	84	4	
Media distribuzione	11	88	2	
Grande distribuzione	4	90	5	

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				2° trimestre 2025
	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO AL DETTAGLIO	22	63	15	7
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	27	56	17	10
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	9	73	17	-8
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	86	14	0	86
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	13	66	21	-8
Media distribuzione	7	76	16	-9
Grande distribuzione	44	50	6	38

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				2° trimestre 2025
	in sviluppo	stabile	in diminu-zione	ritiro dal mercato
COMMERCIO AL DETTAGLIO	18	78	2	2
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	28	72	0	0
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	16	78	3	2
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	14	86	0	0
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	15	81	0	4
Media distribuzione	21	74	5	0
Grande distribuzione	20	76	4	0

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)

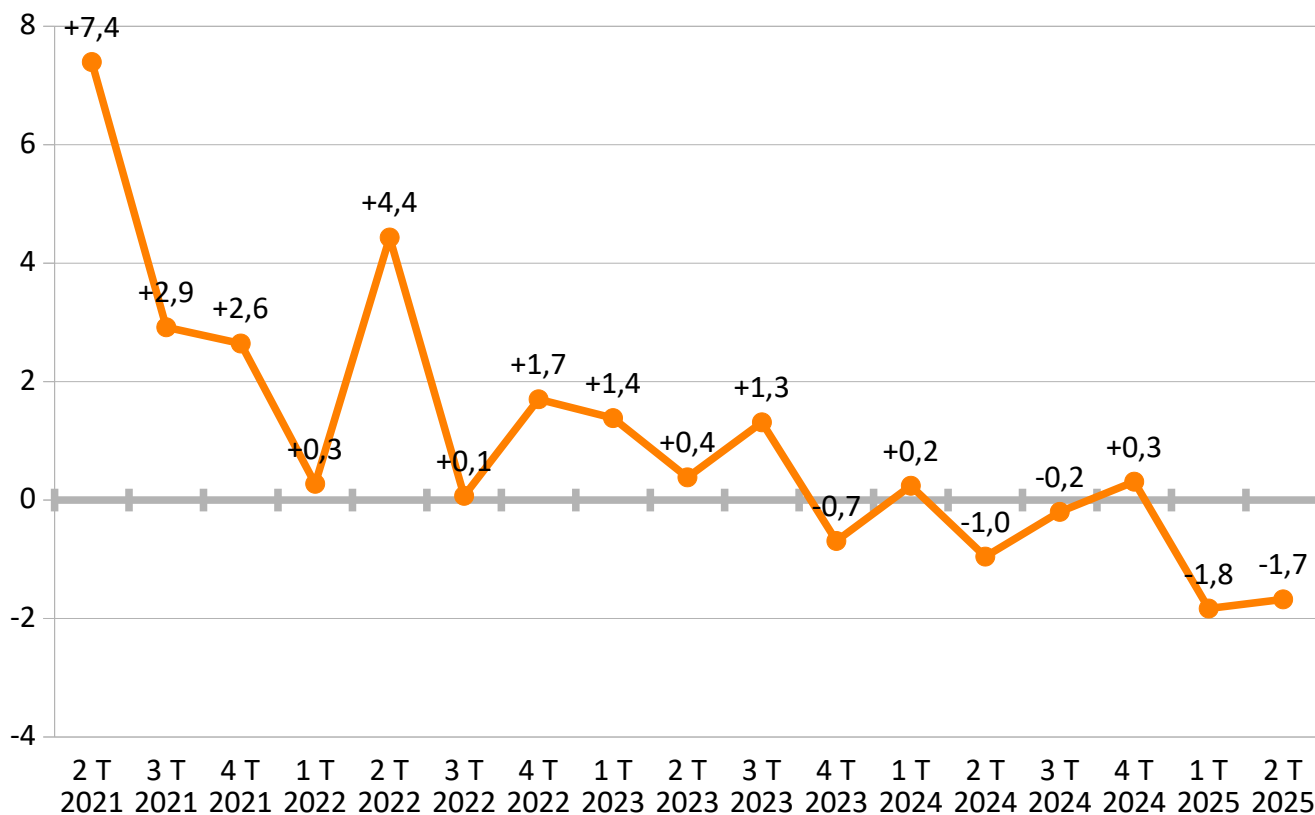
RIMINI				2° trimestre 2025
	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO AL DETTAGLIO	28	64	9	19
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	32	55	13	18
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	16	75	9	6
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	86	14	0	86
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	19	69	12	7
Media distribuzione	15	77	8	7
Grande distribuzione	47	49	4	43

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

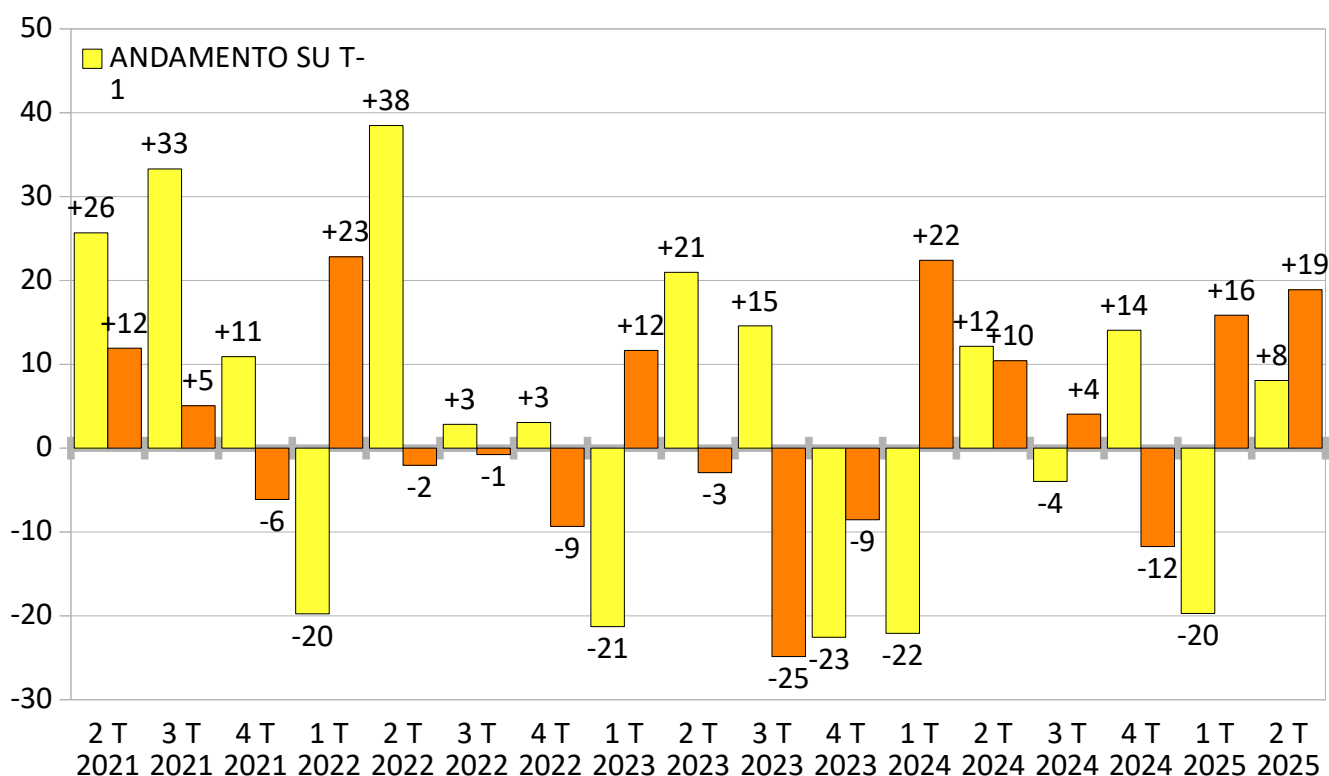
Provincia di RIMINI

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				2° trimestre 2025
	aumento	stabilità	diminu-zione	saldo
ALLOGGIO E RISTORAZIONE	54	29	17	37
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	30	42	29	1
10 dipendenti e oltre	67	23	10	57

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				2° trimestre 2025
	aumento	stabilità	diminu-zione	Variaz. %
ALLOGGIO E RISTORAZIONE	39	44	17	2,6
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	21	57	21	0,6
10 dipendenti e oltre	48	37	15	3,7

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				2° trimestre 2025
	aumento	stabilità	diminu-zione	saldo
ALLOGGIO E RISTORAZIONE	45	36	19	26
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	28	41	32	-4
10 dipendenti e oltre	54	34	12	42

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

Parte terza

Costruzioni

Tavola 1
Andamento del VOLUME D'AFFARI rispetto al trimestre precedente
 (distribuzione % risposte delle imprese)

RIMINI	2° trimestre 2025			
	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COSTRUZIONI	20	51	30	-10
- di cui: <i>Artigianato</i>	23	42	35	-13
1-9 dipendenti	22	34	44	-22
10 dipendenti e oltre	18	64	18	1

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

Tavola 2
Andamento del VOLUME D'AFFARI rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente
 (distribuzione % risposte delle imprese e variazione %)

RIMINI	2° trimestre 2025			
	aumento	stabilità	diminuzione	Variaz.%
COSTRUZIONI	11	71	19	-1,9
- di cui: <i>Artigianato</i>	9	74	17	-2,0
1-9 dipendenti	3	82	15	-2,6
10 dipendenti e oltre	17	61	22	-1,4

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

Tavola 3
Previsioni relative al VOLUME D'AFFARI nel trimestre successivo
 (distribuzione % risposte delle imprese)

RIMINI	2° trimestre 2025			
	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COSTRUZIONI	10	63	27	-17
- di cui: <i>Artigianato</i>	0	64	36	-36
1-9 dipendenti	4	55	41	-37
10 dipendenti e oltre	16	70	15	1

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

Tavola 4
Indicazioni delle imprese sull'ANDAMENTO del proprio settore rispetto al trimestre precedente
 (distribuzione % risposte delle imprese)

RIMINI	2° trimestre 2025		
	espansione	stabilità	diminuzione
COSTRUZIONI	15	57	27
- di cui: Artigianato	16	50	34
1-9 dipendenti	19	37	44
10 dipendenti e oltre	12	75	13

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

Tavola 5
Indicazioni delle imprese sull'ANDAMENTO del proprio settore rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente
 (distribuzione % risposte delle imprese)

RIMINI	2° trimestre 2025		
	espansione	stabilità	diminuzione
COSTRUZIONI	4	50	45
- di cui: Artigianato	4	46	51
1-9 dipendenti	3	37	60
10 dipendenti e oltre	5	62	33

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

Tavola 6
Orientamento delle imprese circa l'EVOLUZIONE della propria attività nei dodici mesi successivi
 (distribuzione % risposte delle imprese)

RIMINI	2° trimestre 2025			
	in sviluppo	stabile	in diminuz.	ritiro dal merc.
COSTRUZIONI	39	52	6	3
- di cui: Artigianato	23	66	9	2
1-9 dipendenti	24	57	12	7
10 dipendenti e oltre	51	49	0	0

Fonte: Unioncamere e Camere di commercio dell’Emilia-Romagna, 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

COSTRUZIONI

Settori di indagine	ATECO 2007
Costruzioni	41 Costruzione di edifici 42 Ingegneria civile 43 Lavori di costruzione specializzati

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 2025 sono state realizzate nel mese di luglio 2025.

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 2025 sono state realizzate nel mese di luglio 2025.

Nota metodologica

L'indagine congiunturale sulle imprese del settore delle Costruzioni, realizzata dall'Unioncamere dell'Emilia Romagna e dalla Camera di Commercio della Romagna - Forlì-Cesena e Rimini, si rivolge trimestralmente ad un campione complessivo di circa un'ottantina di 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. Viene inoltre data evidenza ai risultati relativi al di cui artigianato.

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 2025 sono state realizzate nel mese di luglio 2025.