

**INDAGINE CONGIUNTURALE  
DELL'ECONOMIA PROVINCIALE**  
Sovracampionamento dell'indagine congiunturale

**AREA DELLA ROMAGNA**

Tavole statistiche

**Risultati del IV trimestre 2021  
e previsioni per il I 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
Tavola 7	Andamento della previsione di investimenti nei confronti dell'anno precedente e principale destinazione degli stessi

### 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		4° trimestre 2021		
	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
<b>COMMERCIO AL DETTAGLIO</b>	<b>45</b>	<b>33</b>	<b>22</b>	<b>23</b>
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	30	40	30	0
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	47	35	17	30
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	54	12	34	21
<b>CLASSI DIMENSIONALI</b>				
Piccola distribuzione	45	33	22	23
Media distribuzione	32	47	20	12
Grande distribuzione	51	26	23	29

*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		4° trimestre 2021		
	aumento	stabilità	diminuzione	Variaz.%
<b>COMMERCIO AL DETTAGLIO</b>	<b>52</b>	<b>24</b>	<b>24</b>	<b>4,5</b>
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	22	38	41	-0,9
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	60	23	17	6,1
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	55	12	33	4,0
<b>CLASSI DIMENSIONALI</b>				
Piccola distribuzione	58	22	20	4,1
Media distribuzione	46	32	22	4,8
Grande distribuzione	45	25	30	4,9

*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		4° trimestre 2021		
	esuberanti	adeguate	scarse	
<b>COMMERCIO AL DETTAGLIO</b>	<b>10</b>	<b>83</b>	<b>7</b>	
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	3	94	3	
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	13	81	6	
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	4	79	16	
<b>CLASSI DIMENSIONALI</b>				
Piccola distribuzione	13	83	5	
Media distribuzione	8	86	6	
Grande distribuzione	7	82	11	

*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)

<b>Area ROMAGNA</b>		<b>4° trimestre 2021</b>			
	aumento	stabilità	diminuzione	saldo	
<b>COMMERCIO AL DETTAGLIO</b>	<b>8</b>	<b>70</b>	<b>22</b>	<b>-14</b>	
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	3	60	37	-34	
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	6	75	19	-13	
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	26	59	15	12	
<b>CLASSI DIMENSIONALI</b>					
Piccola distribuzione	2	77	21	-19	
Media distribuzione	11	66	23	-12	
Grande distribuzione	15	63	22	-6	

*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)

<b>Area ROMAGNA</b>		<b>4° trimestre 2021</b>			
	in sviluppo	stabile	in diminu-zione	ritiro dal mercato	
<b>COMMERCIO AL DETTAGLIO</b>	<b>28</b>	<b>69</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	14	82	2	3	
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	35	62	3	0	
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	14	86	0	0	
<b>CLASSI DIMENSIONALI</b>					
Piccola distribuzione	27	72	1	0	
Media distribuzione	30	63	7	0	
Grande distribuzione	30	67	2	1	

*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)

<b>Area ROMAGNA</b>		<b>4° trimestre 2021</b>			
	aumento	stabilità	diminuzione	saldo	
<b>COMMERCIO AL DETTAGLIO</b>	<b>16</b>	<b>59</b>	<b>25</b>	<b>-9</b>	
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	3	51	46	-44	
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	13	66	21	-8	
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	48	37	15	34	
<b>CLASSI DIMENSIONALI</b>					
Piccola distribuzione	12	67	21	-9	
Media distribuzione	11	61	28	-17	
Grande distribuzione	24	47	29	-6	

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

Tavola 7

**Andamento della previsione di investimenti nei confronti dell'anno precedente e principale destinazione degli stessi**  
(distribuzione % risposte delle imprese che dichiarano di effettuare investimenti)

Area ROMAGNA

4° trimestre 2021

	Imprese che hanno realizzato investimenti (%)	Andamento degli investimenti rispetto all'anno precedente			Destinazione degli investimenti (1)								
		Superiori	Uguali	Inferiori	Acquisto impianti e/o macchinari uguali a quelli esistenti	Introduzione nuovi impianti e/o macchinari innovativi	Miglioramento di prodotti esistenti	Introduzione nuovi prodotti	Marchi e brevetti	Sviluppo della distribuzione	Acquisto computer e software	Apertura nuova sede, rinnovo sede	Altro
<b>TOTALE</b>	<b>32</b>	<b>81</b>	<b>13</b>	<b>6</b>	<b>31</b>	<b>50</b>	<b>33</b>	<b>35</b>	<b>6</b>	<b>11</b>	<b>33</b>	<b>13</b>	<b>10</b>
<b>SETTORI DI ATTIVITA'</b>													
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	22	71	24	5	40	58	41	8	0	0	0	10	0
Commercio al dettaglio di prod. non aliment.	33	78	15	8	30	39	18	34	9	16	46	17	13
Ipermercati, supermercati e grandi magazz.	41	100	0	0	28	88	88	58	0	0	8	0	4

(1) La somma dei valori percentuali può superare il 100% in quanto le imprese possono indicare più di una modalità di destinazione degli investimenti  
Unioncamere e Camere di commercio dell'Emilia-Romagna, Indagine congiunturale per l'area della Romagna

## Area della ROMAGNA

### Settore commercio al dettaglio

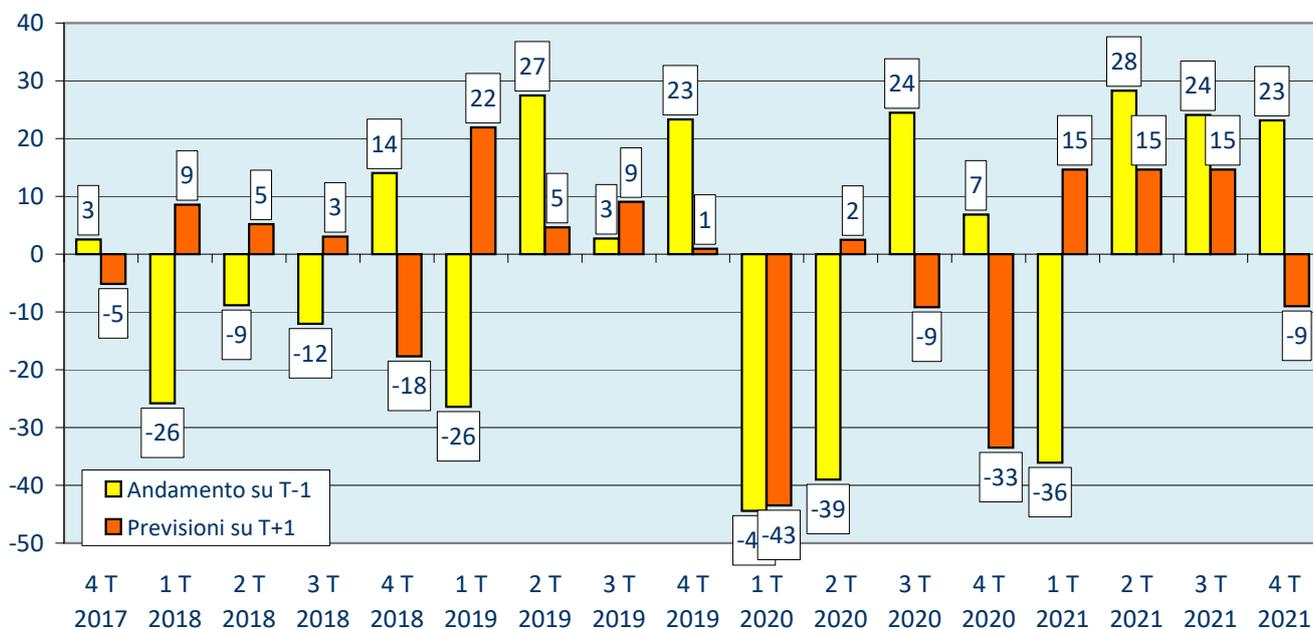
#### Serie storica dell'andamento delle vendite

(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	4° trimestre 2021			
	aumento	stabilità	diminu-zione	saldo
<b>ALLOGGIO E RISTORAZIONE</b>	<b>11</b>	<b>27</b>	<b>62</b>	<b>-50</b>
<b>CLASSI DIMENSIONALI</b>				
1-9 dipendenti	10	30	60	-50
10 dipendenti e oltre	13	25	63	-50

*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	4° trimestre 2021			
	aumento	stabilità	diminu-zione	Variaz. %
<b>ALLOGGIO E RISTORAZIONE</b>	<b>44</b>	<b>47</b>	<b>9</b>	<b>17,6</b>
<b>CLASSI DIMENSIONALI</b>				
1-9 dipendenti	23	59	18	4,9
10 dipendenti e oltre	57	39	4	25,5

*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	4° trimestre 2021			
	aumento	stabilità	diminu-zione	saldo
<b>ALLOGGIO E RISTORAZIONE</b>	<b>7</b>	<b>55</b>	<b>38</b>	<b>-30</b>
<b>CLASSI DIMENSIONALI</b>				
1-9 dipendenti	0	76	24	-24
10 dipendenti e oltre	12	41	47	-35

*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 4° trimestre 2021 sono state realizzate nel mese di gennaio 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 4° trimestre 2021 sono state realizzate nel mese di gennaio 2022.