

INDAGINE CONGIUNTURALE DELL'ECONOMIA PROVINCIALE

Sovracampionamento dell'indagine congiunturale

AREA DELLA ROMAGNA

Tavole statistiche

**Risultati del I trimestre 2022
e previsioni per il II 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

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 2022		
	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO AL DETTAGLIO	14	41	45	-32
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	3	52	45	-42
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	19	44	36	-17
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	3	14	83	-80
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	19	44	37	-18
Media distribuzione	8	51	41	-34
Grande distribuzione	10	33	58	-48

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 2022		
	aumento	stabilità	diminuzione	Variaz. %
COMMERCIO AL DETTAGLIO	33	36	31	0,7
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	8	48	45	-6,3
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	34	39	28	2,3
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	62	11	27	2,1
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	22	42	36	-2,2
Media distribuzione	33	39	28	1,3
Grande distribuzione	48	27	25	4,0

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 2022		
		esuberanti	adeguate	scarse
COMMERCIO AL DETTAGLIO		17	81	3
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari		5	94	2
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari		22	74	4
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini		6	94	0
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione		22	76	2
Media distribuzione		14	82	3
Grande distribuzione		11	86	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 2022
	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO AL DETTAGLIO	25	59	16	9
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	16	71	13	3
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	23	58	19	4
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	44	49	7	37
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	18	60	23	-5
Media distribuzione	28	59	12	16
Grande distribuzione	32	59	9	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 2022
	in sviluppo	stabile	in diminu-zione	ritiro dal mercato
COMMERCIO AL DETTAGLIO	28	68	3	1
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	23	77	0	0
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	34	62	3	1
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	7	87	6	0
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	29	67	2	1
Media distribuzione	37	60	3	1
Grande distribuzione	22	74	4	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 2022
	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO AL DETTAGLIO	31	58	11	20
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	17	69	13	4
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	29	62	9	19
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	55	32	13	41
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	26	62	12	14
Media distribuzione	30	61	9	22
Grande distribuzione	37	52	11	26

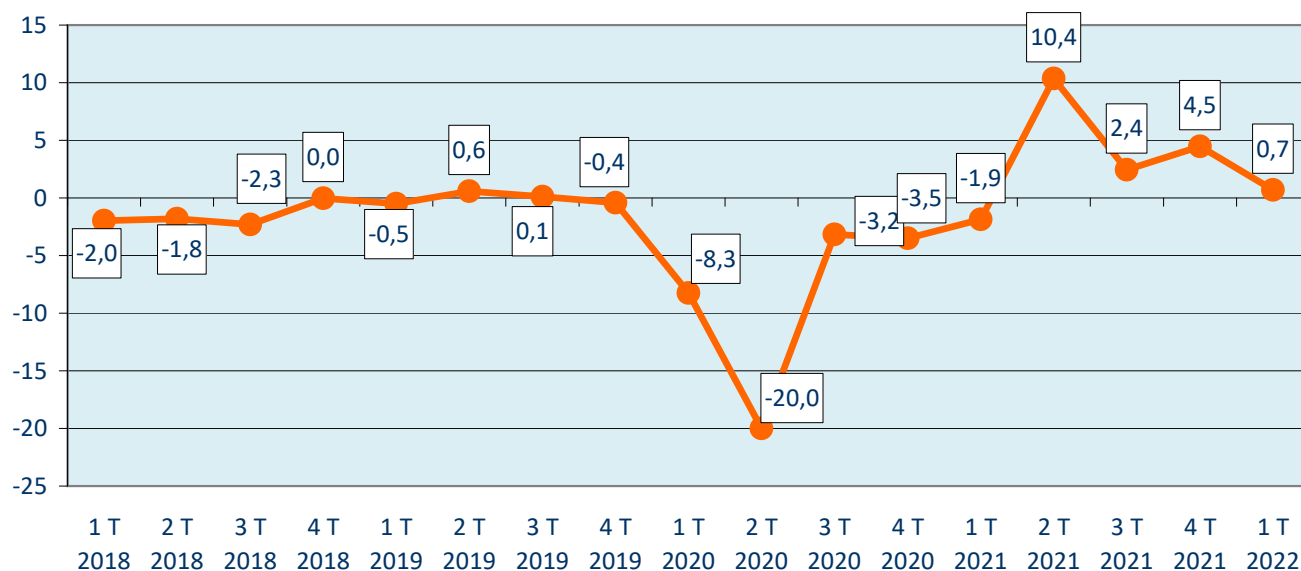
Unioncamere e Camere di commercio dell'Emilia-Romagna, Indagine congiunturale per l'area della Romagna

Area della ROMAGNA

Settore commercio al dettaglio

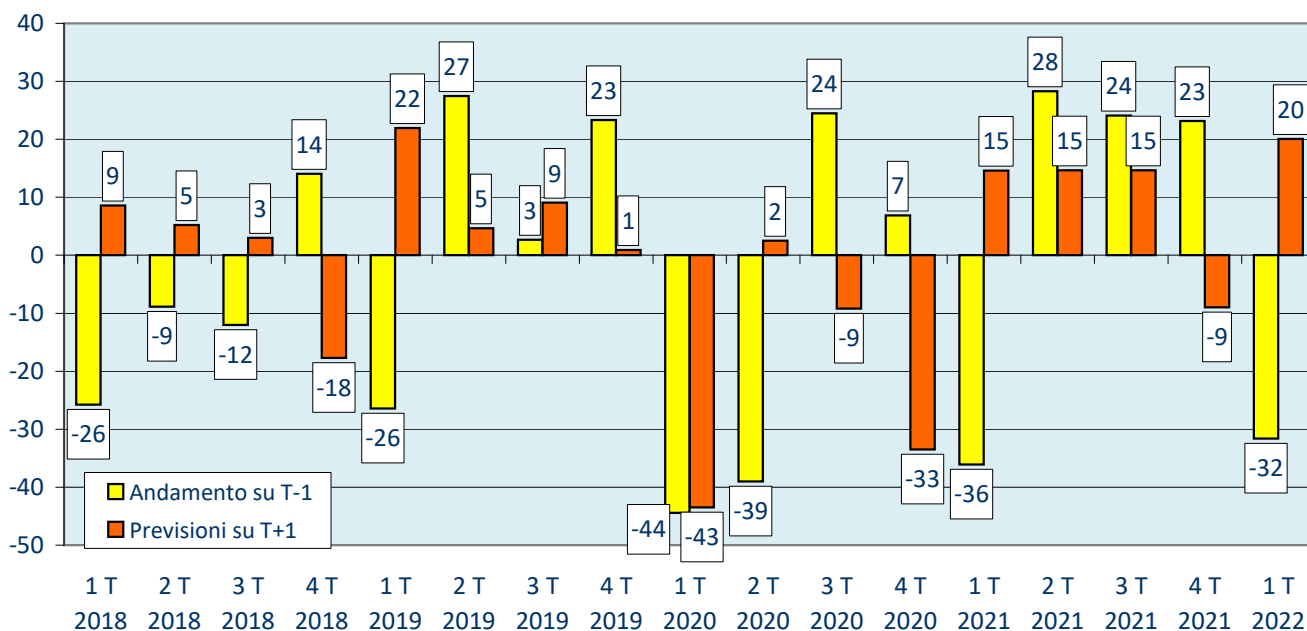
Serie storica dell'andamento delle vendite

(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 2022			
		aumento	stabilità	diminu-zione	saldo
ALLOGGIO E RISTORAZIONE		11	55	34	-23
CLASSI DIMENSIONALI					
1-9 dipendenti		9	66	26	-17
10 dipendenti e oltre		13	49	38	-26

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 2022			
		aumento	stabilità	diminu-zione	Variaz. %
ALLOGGIO E RISTORAZIONE		49	44	7	22,9
CLASSI DIMENSIONALI					
1-9 dipendenti		16	69	14	1,0
10 dipendenti e oltre		68	30	2	35,3

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 2022			
		aumento	stabilità	diminu-zione	saldo
ALLOGGIO E RISTORAZIONE		55	36	9	46
CLASSI DIMENSIONALI					
1-9 dipendenti		48	46	6	42
10 dipendenti e oltre		59	31	10	48

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 2022 sono state realizzate nel mese di aprile 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 1° trimestre 2022 sono state realizzate nel mese di aprile 2022.