

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

**PROVINCIA DI RIMINI**

Tavole statistiche

**Risultati del II trimestre 2021  
e previsioni per il III 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)

<b>RIMINI</b>		<b>2° trimestre 2021</b>			
	aumento	stabilità	diminuzione	saldo	
<b>COMMERCIO AL DETTAGLIO</b>	<b>35</b>	<b>56</b>	<b>9</b>	<b>26</b>	
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	35	42	24	11	
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	37	56	7	30	
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	23	77	0	23	
<b>CLASSI DIMENSIONALI</b>					
Piccola distribuzione	39	52	10	29	
Media distribuzione	27	53	20	7	
Grande distribuzione	33	64	3	30	

*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 %)

<b>RIMINI</b>		<b>2° trimestre 2021</b>			
	aumento	stabilità	diminuzione	Variaz.%	
<b>COMMERCIO AL DETTAGLIO</b>	<b>48</b>	<b>42</b>	<b>10</b>	<b>7,4</b>	
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	28	50	22	-0,7	
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	52	40	8	10,3	
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	59	35	6	2,0	
<b>CLASSI DIMENSIONALI</b>					
Piccola distribuzione	53	38	9	7,7	
Media distribuzione	23	54	23	-0,9	
Grande distribuzione	54	41	5	11,0	

*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)

<b>RIMINI</b>		<b>2° trimestre 2021</b>		
	esuberanti	adeguate	scarse	
<b>COMMERCIO AL DETTAGLIO</b>	<b>13</b>	<b>87</b>	<b>0</b>	
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	9	91	0	
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	16	84	0	
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	0	100	0	
<b>CLASSI DIMENSIONALI</b>				
Piccola distribuzione	19	81	0	
Media distribuzione	9	91	0	
Grande distribuzione	4	95	0	

*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 2021			
	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
<b>COMMERCIO AL DETTAGLIO</b>	<b>18</b>	<b>68</b>	<b>14</b>	<b>4</b>
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	27	54	19	8
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	8	77	15	-7
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	65	35	0	65
<b>CLASSI DIMENSIONALI</b>				
Piccola distribuzione	10	72	18	-8
Media distribuzione	12	71	17	-5
Grande distribuzione	33	61	6	27

*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 2021			
	in sviluppo	stabile	in diminuzione	ritiro dal mercato
<b>COMMERCIO AL DETTAGLIO</b>	<b>20</b>	<b>76</b>	<b>4</b>	<b>0</b>
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	28	65	8	0
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	21	75	4	0
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	0	100	0	0
<b>CLASSI DIMENSIONALI</b>				
Piccola distribuzione	18	75	7	0
Media distribuzione	29	66	4	0
Grande distribuzione	18	82	0	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 2021			
	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
<b>COMMERCIO AL DETTAGLIO</b>	<b>25</b>	<b>61</b>	<b>13</b>	<b>12</b>
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	33	48	19	14
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	17	69	14	2
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	65	35	0	65
<b>CLASSI DIMENSIONALI</b>				
Piccola distribuzione	21	59	19	2
Media distribuzione	23	68	10	13
Grande distribuzione	33	61	6	27

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

## Provincia di RIMINI

### Settore commercio al dettaglio

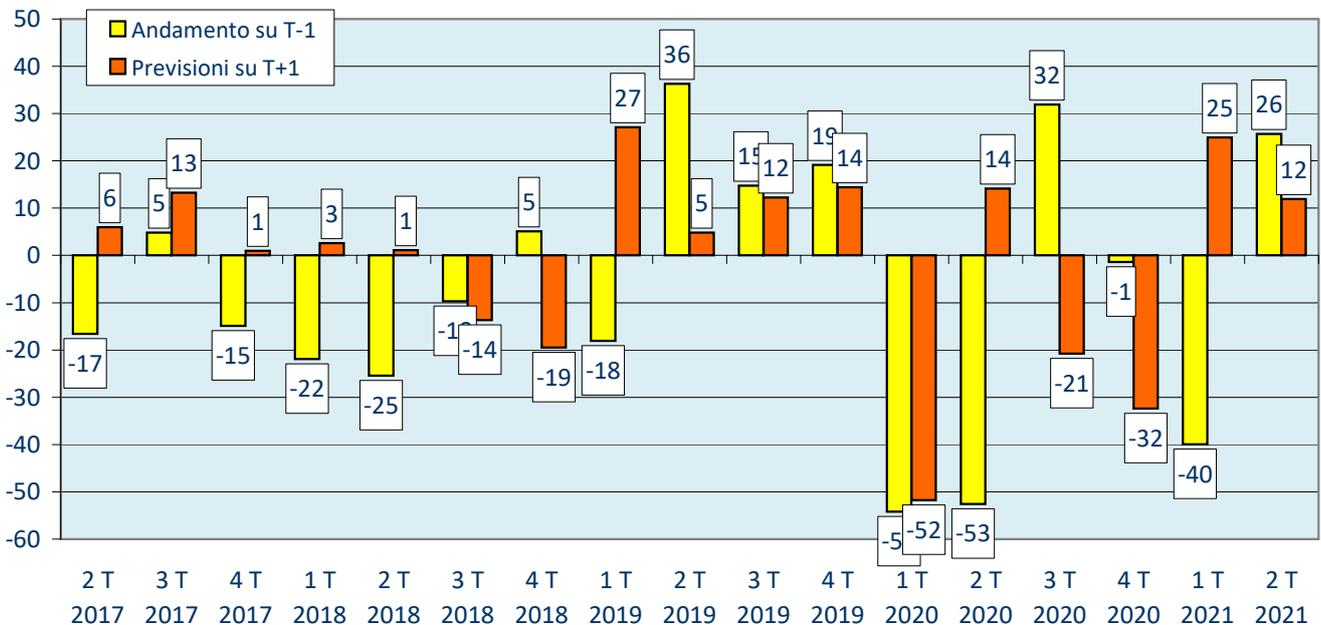
#### Serie storica dell'andamento delle vendite

(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 2021			
	aumento	stabilità	diminu-zione	saldo
<b>ALLOGGIO E RISTORAZIONE</b>	<b>68</b>	<b>25</b>	<b>7</b>	<b>61</b>
<b>CLASSI DIMENSIONALI</b>				
1-9 dipendenti	64	21	15	49
10 dipendenti e oltre	71	27	2	69

*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 2021			
	aumento	stabilità	diminu-zione	Variaz. %
<b>ALLOGGIO E RISTORAZIONE</b>	<b>61</b>	<b>32</b>	<b>7</b>	<b>39,5</b>
<b>CLASSI DIMENSIONALI</b>				
1-9 dipendenti	58	37	5	26,4
10 dipendenti e oltre	62	28	9	47,2

*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 2021			
	aumento	stabilità	diminu-zione	saldo
<b>ALLOGGIO E RISTORAZIONE</b>	<b>65</b>	<b>32</b>	<b>4</b>	<b>61</b>
<b>CLASSI DIMENSIONALI</b>				
1-9 dipendenti	63	31	6	57
10 dipendenti e oltre	66	32	2	64

*Fonte: Unioncamere-Istituto Guglielmo Tagliacarne - 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 <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 2021 sono state realizzate nel mese di luglio 2021.

## 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 2021 sono state realizzate nel mese di luglio 2021.