UNIONCAMERE

CAMERE DI COMMERCIO D'ITALIA

L'evoluzione congiunturale dell'economia provinciale

Sovracampionamento dell'indagine congiunturale per la provincia di Forlì Cesena

Risultati del 4° trimestre 2011 e previsioni per il 1° trimestre 2011

Imprese sino a 500 dipendenti

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 Presenza di un sito web (distribuzione % risposte delle imprese che dichiarano di possedere un sito web)

Tavola 8 Andamento della previsione di investimenti nei confronti dell'anno precedente e principale destinazione degli stessi

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)

FORLI' - CESENA **4° trimestre 2011**

	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO AL DETTAGLIO	**26**	**34**	**40**	**-14**
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	10	50	40	-29
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	26	31	43	-17
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	41	29	30	11
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	11	43	46	-35
Media distribuzione	19	38	43	-24
Grande distribuzione	40	26	34	6

Fonte: Unioncamere - 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 %)

FORLI' - CESENA **4° trimestre 2011**

	aumento	stabilità	diminuzione	Variaz. %
COMMERCIO AL DETTAGLIO	**15**	**37**	**48**	**-4,8**
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	9	40	51	-4,1
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	10	36	54	-6,6
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	38	40	22	0,6
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	5	48	48	-8,6
Media distribuzione	19	37	44	-3,3
Grande distribuzione	21	30	49	-2,8

Fonte: Unioncamere - 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)

FORLI' - CESENA **4° trimestre 2011**

	esuberanti	adeguate	scarse
COMMERCIO AL DETTAGLIO	**14**	**85**	**1**
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	8	86	6
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	19	81	0
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	0	100	0
CLASSI DIMENSIONALI			
Piccola distribuzione	16	81	3
Media distribuzione	23	77	0
Grande distribuzione	8	92	0

Fonte: Unioncamere - 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 **4° trimestre 2011**

	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO AL DETTAGLIO	**4**	**55**	**42**	**-38**
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	3	47	50	-47
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	3	52	45	-42
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	7	69	24	-18
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	0	54	45	-45
Media distribuzione	8	56	36	-28
Grande distribuzione	4	54	41	-37

Fonte: Unioncamere - 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 **4° trimestre 2011**

	in sviluppo	stabile	in diminu-zione	ritiro dal mercato
COMMERCIO AL DETTAGLIO	**34**	**56**	**7**	**3**
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	30	65	3	3
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	35	51	10	4
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	33	67	0	0
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	16	67	12	5
Media distribuzione	33	57	4	5
Grande distribuzione	47	49	4	1

Fonte: Unioncamere - 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 **4° trimestre 2011**

	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO AL DETTAGLIO	**4**	**56**	**40**	**-36**
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	3	37	60	-57
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	3	52	44	-41
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	7	83	11	-4
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	1	52	48	-47
Media distribuzione	9	54	37	-28
Grande distribuzione	4	59	37	-32

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

Tavola 7
Presenza di un sito web (distribuzione % risposte delle imprese che dichiarano di possedere un sito web)

FORLI' - CESENA **4° trimestre 2011**

	Imprese che possiedono un sito web (%)
COMMERCIO AL DETTAGLIO	**26,3**
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	25,5
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	26,3
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	46,5
CLASSI DIMENSIONALI	
Piccola distribuzione	23,3
Media distribuzione	49,7
Grande distribuzione	58,2

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

Tavola 8
Andamento della previsione di investimenti nei confronti dell'anno precedente e principale destinazione degli stessi
(distribuzione % risposte delle imprese che dichiarano di effettuare investimenti)

FORLI' - CESENA **4° trimestre 2011**

	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
TOTALE	**28**	**42**	**18**	**40**	**17**	**12**	**3**	**5**	**0**	**40**	**32**	**59**	**5**
SETTORI DI ATTIVITA'													
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	15	27	30	43	13	55	0	0	0	0	17	32	13
Commercio al dettaglio di prod. non aliment.	34	33	20	47	8	9	4	7	0	52	40	55	4
Ipermercati, supermercati e grandi magazz.	20	100	0	0	67	0	0	0	0	0	0	100	0

(1) La somma dei valori percentuali può superare il 100% in quanto le imprese possono indicare più di una modalità di destinazione degli investimenti

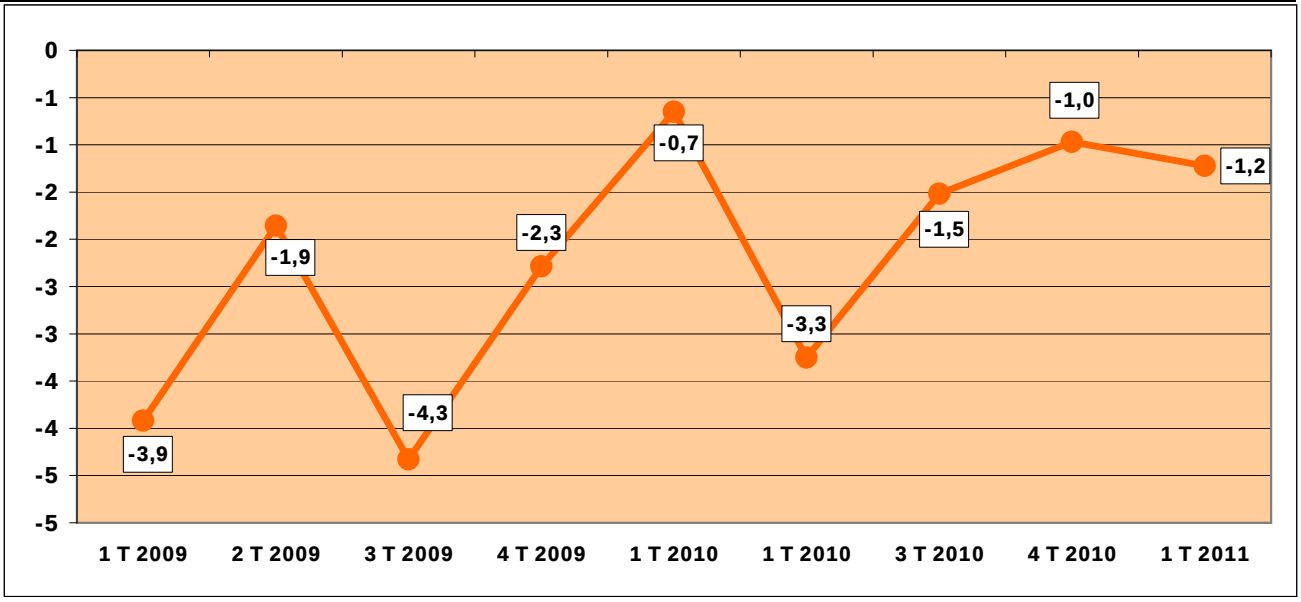
Fonte: Unioncamere - Indagine congiunturale sul commercio per la provincia di Perugia

Provincia di FORLI' CESENA

Settore commercio al dettaglio

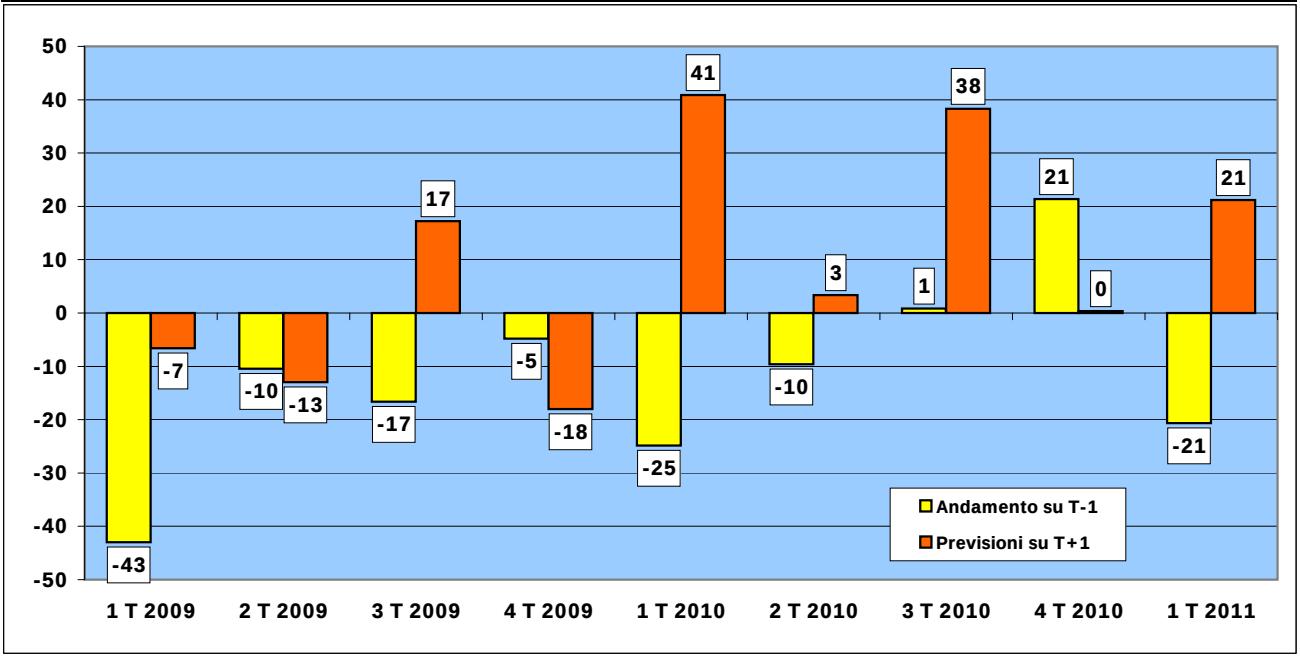
Serie storica dell'andamento delle vendite

(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 **4° trimestre 2011**

	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO ALL'INGROSSO	**16**	**43**	**41**	**-25**
Commercio all'ingrosso prodotti alimentari	18	48	34	-16
Commercio all'ingrosso non alimentari	14	38	48	-34
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	32	28	40	-8
10 dipendenti e oltre	13	46	41	-29

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 dell'anno precedente (distribuzione % risposte delle imprese e variazione %)

FORLI' - CESENA **4° trimestre 2011**

	aumento	stabilità	diminuzione	Variaz. %
COMMERCIO ALL'INGROSSO	**15**	**43**	**42**	**-3,6**
Commercio all'ingrosso prodotti alimentari	26	52	22	-0,3
Commercio all'ingrosso non alimentari	2	33	64	-7,2
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	13	36	51	-5,3
10 dipendenti e oltre	15	45	40	-3,3

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 al trimestre di riferimento (distribuzione % risposte delle imprese)

FORLI' - CESENA **4° trimestre 2011**

	aumento	stabilità	diminu-zione	saldo
COMMERCIO ALL'INGROSSO	**8**	**48**	**44**	**-36**
Commercio all'ingrosso prodotti alimentari	9	55	36	-27
Commercio all'ingrosso non alimentari	7	41	52	-44
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	3	54	43	-40
10 dipendenti e oltre	9	47	44	-34

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 **4° trimestre 2011**

	aumento	stabilità	diminu-zione	saldo
TRASPORTI E MAGAZZINAGGIO	**46**	**30**	**24**	**22**
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	18	73	10	8
10 dipendenti e oltre	50	24	26	24

Fonte: Unioncamere - 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 **4° trimestre 2011**

	aumento	stabilità	diminu-zione	Variaz. %
TRASPORTI E MAGAZZINAGGIO	**16**	**53**	**30**	**-0,5**
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	11	65	24	-0,6
10 dipendenti e oltre	17	52	31	-0,5

Fonte: Unioncamere - 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 **4° trimestre 2011**

	aumento	stabilità	diminu-zione	saldo
TRASPORTI E MAGAZZINAGGIO	**4**	**44**	**52**	**-49**
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	2	58	40	-39
10 dipendenti e oltre	4	42	54	-50

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

Parte terza

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 **4° trimestre 2011**

	aumento	stabilità	diminu-zione	saldo
ALLOGGIO E RISTORAZIONE	**3**	**33**	**64**	**-61**
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	1	34	65	-63
10 dipendenti e oltre	4	32	64	-59

Fonte: Unioncamere - 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 **4° trimestre 2011**

	aumento	stabilità	diminu-zione	Variaz. %
ALLOGGIO E RISTORAZIONE	**11**	**44**	**45**	**-8,2**
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	1	40	59	-14,0
10 dipendenti e oltre	18	47	35	-3,8

Fonte: Unioncamere - 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 **4° trimestre 2011**

	aumento	stabilità	diminu-zione	saldo
ALLOGGIO E RISTORAZIONE	**12**	**44**	**45**	**-33**
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	22	45	33	-11
10 dipendenti e oltre	4	43	53	-49

Fonte: Unioncamere - 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 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*

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 dal Centro Studi Unioncamere per conto della Camera di Commercio di Forlì-Cesena, si rivolge trimestralmente ad un campione di circa 100 aziende con dipendenti. 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 dipendenti.

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).

Anche l'indagine Unioncamere si basa sul principio che nelle rilevazioni campionarie condotte a cadenza periodica è opportuno non rinnovare completamente il campione ogni volta, ma mantenere nel campione per due o più interviste una predeterminata quota delle unità (panel), utilizzando la tecnica dei campioni ruotati. Per questo motivo, tenendo conto anche della necessità di ridurre il fastidio statistico per i rispondenti e il tasso di caduta delle interviste, si è scelto di ricorrere una domanda diretta in cui al termine di ogni contatto positivo si chiede la disponibilità dell'intervistato a essere contattato anche per il successivo trimestre.

Nell'indagine, condotta telefonicamente con la tecnica CATI, 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 e i dodici mesi successivi al trimestre di indagine (ad es. del volume degli ordini emessi nei confronti dei fornitori).
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 valore aggiunto per addetto (desunto da un database statistico di bilanci stratificato e aggiornato al 2008), che viene moltiplicato per il numero di dipendenti di ciascuna impresa/dominio.

Le interviste relative al 4° trimestre 2011 sono state realizzate nel mese di gennaio 2012.

Nota metodologica

L'indagine congiunturale sulle imprese dei settori del commercio all'ingrosso, dei trasporti e del turismo, realizzata dal Centro Studi 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).

Anche l'indagine Unioncamere si basa sul principio che nelle rilevazioni campionarie condotte a cadenza periodica è opportuno non rinnovare completamente il campione ogni volta, ma mantenere nel campione per due o più interviste una predeterminata quota delle unità (panel), utilizzando la tecnica dei campioni ruotati. Per questo motivo, tenendo conto anche della necessità di ridurre il fastidio statistico per i rispondenti e il tasso di caduta delle interviste, si è scelto di ricorrere una domanda diretta in cui al termine di ogni contatto positivo si chiede la disponibilità dell'intervistato a essere contattato anche per il successivo trimestre.

Nell'indagine, condotta telefonicamente con la tecnica CATI, viene chiesto alle imprese di dichiarare l'andamento congiunturale e tendenziale di una serie di indicatori economici (tra i quali l'andamento di produzione, fatturato, ordinativi ed esportazioni), nonché la previsione per i tre 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 valore aggiunto per addetto (desunto da un database statistico di bilanci stratificato e aggiornato al 2008), che viene moltiplicato per il numero di dipendenti di ciascuna impresa/dominio.

Le interviste relative al 4° trimestre 2011 sono state realizzate nel mese di gennaio 2012.