



**ISTITUTO
GUGLIELMO TAGLIACARNE**

per la promozione
della cultura economica

Fondazione di Unioncamere

INDAGINE CONGIUNTURALE DELL'ECONOMIA PROVINCIALE

Sovracampionamento dell'indagine congiunturale

PROVINCIA DI FORLI'-CESENA

Tavole statistiche

Imprese fino a 500 dipendenti

**Risultati del II trimestre 2015
e previsioni per il III trimestre 2015**

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 - 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)

FORLÌ - CESENA **2° trimestre 2015**

	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO AL DETTAGLIO	38	41	21	16
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	22	55	23	-1
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	36	40	24	12
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	65	27	8	58
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	31	45	23	8
Media distribuzione	34	39	27	7
Grande distribuzione	48	36	17	31

Fonte: Unioncamere-Istituto Guglielmo Tagliacarne - 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 %)

FORLÌ - CESENA **2° trimestre 2015**

	aumento	stabilità	diminuzione	Variaz. %
COMMERCIO AL DETTAGLIO	32	36	32	0,7
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	26	49	24	0,4
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	36	39	25	1,0
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	19	6	75	-0,9
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	34	44	22	1,5
Media distribuzione	32	33	35	-1,6
Grande distribuzione	30	27	43	0,6

Fonte: Unioncamere-Istituto Guglielmo Tagliacarne - 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)

FORLÌ - CESENA **2° trimestre 2015**

	esuberanti	adeguate	scarse
COMMERCIO AL DETTAGLIO	11	85	3
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	5	95	0
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	15	80	5
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	0	99	1
CLASSI DIMENSIONALI			
Piccola distribuzione	12	82	6
Media distribuzione	15	84	1
Grande distribuzione	8	90	1

Fonte: Unioncamere-Istituto Guglielmo Tagliacarne - 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)

FORLÌ - CESENA		2° trimestre 2015		
	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO AL DETTAGLIO	30	51	19	11
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	25	42	33	-8
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	29	52	18	11
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	39	53	8	32
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	26	49	25	1
Media distribuzione	21	55	23	-2
Grande distribuzione	40	50	10	30

Fonte: Unioncamere-Istituto Guglielmo Tagliacarne - 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)

FORLÌ - CESENA		2° trimestre 2015		
	in sviluppo	stabile	in diminu-zione	ritiro dal mercato
COMMERCIO AL DETTAGLIO	44	44	11	1
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	11	87	2	0
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	54	33	11	2
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	33	48	19	0
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	35	54	9	2
Media distribuzione	43	46	11	0
Grande distribuzione	57	30	13	1

Fonte: Unioncamere-Istituto Guglielmo Tagliacarne - 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)

FORLÌ - CESENA		2° trimestre 2015		
	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO AL DETTAGLIO	32	45	22	10
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	30	40	30	0
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	31	46	23	8
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	42	45	13	29
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	31	39	30	1
Media distribuzione	29	49	22	6
Grande distribuzione	36	51	12	24

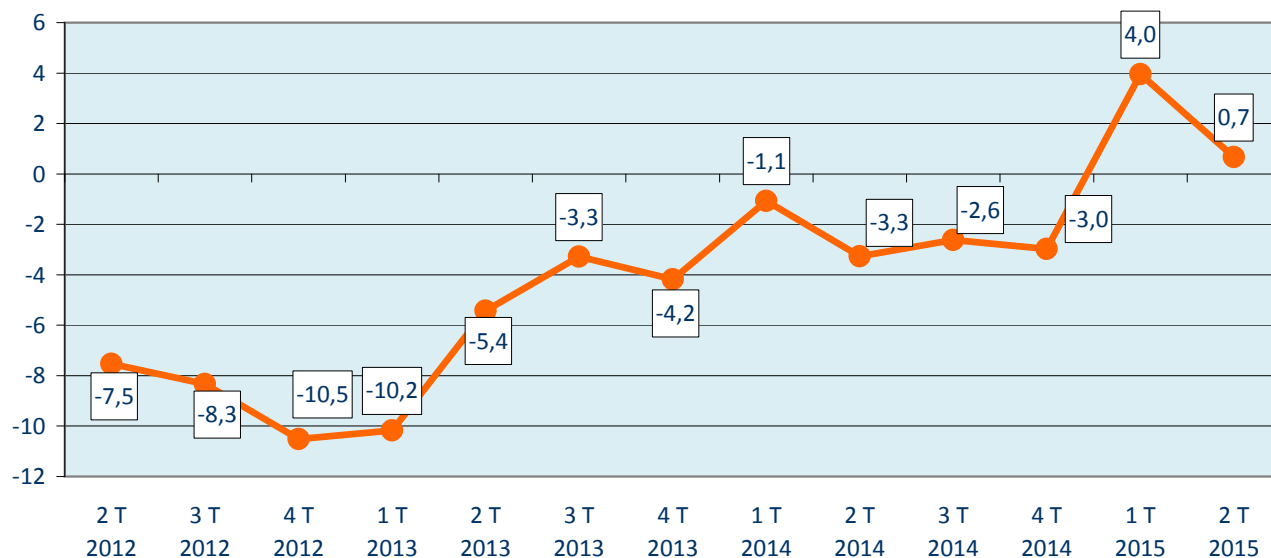
Fonte: Unioncamere-Istituto Guglielmo Tagliacarne - Indagine congiunturale per la provincia di Forlì Cesena

Provincia di FORLÌ CESENA

Settore commercio al dettaglio

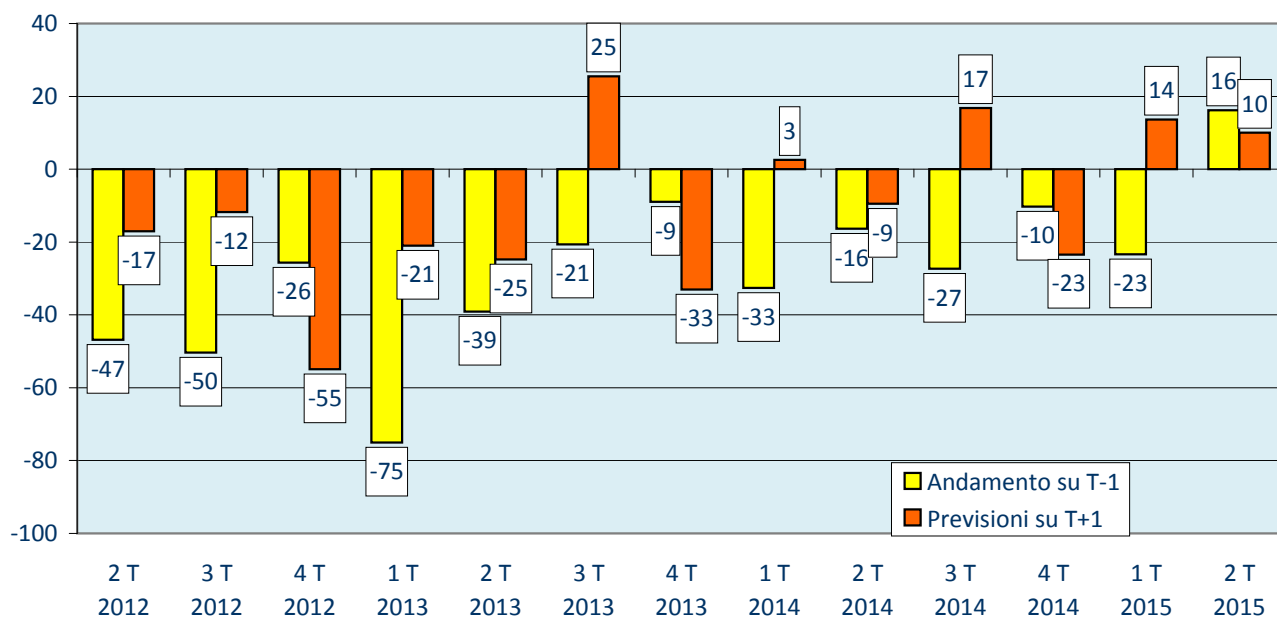
Serie storica dell'andamento delle vendite

(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				2° trimestre 2015
	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO ALL'INGROSSO	45	35	20	24
Commercio all'ingrosso prodotti alimentari	55	29	16	39
Commercio all'ingrosso non alimentari	35	41	25	10
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	9	68	24	-15
10 dipendenti e oltre	57	24	19	38

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				2° trimestre 2015
	aumento	stabilità	diminu-zione	Variaz. %
COMMERCIO ALL'INGROSSO	40	44	16	3,1
Commercio all'ingrosso prodotti alimentari	38	45	17	1,9
Commercio all'ingrosso non alimentari	42	43	15	4,2
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	31	52	17	1,5
10 dipendenti e oltre	43	41	16	3,6

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				2° trimestre 2015
	aumento	stabilità	diminu-zione	saldo
COMMERCIO ALL'INGROSSO	31	53	16	15
Commercio all'ingrosso prodotti alimentari	48	47	5	42
Commercio all'ingrosso non alimentari	15	58	27	-11
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	23	54	24	-1
10 dipendenti e oltre	34	52	13	21

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)

FORLÌ - CESENA		2° trimestre 2015		
	aumento	stabilità	diminu-zione	saldo
TRASPORTI E MAGAZZINAGGIO	38	49	13	24
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	34	57	9	25
10 dipendenti e oltre	38	47	14	24

Fonte: Unioncamere-Istituto Guglielmo Tagliacarne - 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 %)

FORLÌ - CESENA		2° trimestre 2015		
	aumento	stabilità	diminu-zione	Variaz. %
TRASPORTI E MAGAZZINAGGIO	40	31	29	0,6
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	40	39	21	1,1
10 dipendenti e oltre	40	29	31	0,5

Fonte: Unioncamere-Istituto Guglielmo Tagliacarne - 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)

FORLÌ - CESENA		2° trimestre 2015		
	aumento	stabilità	diminu-zione	saldo
TRASPORTI E MAGAZZINAGGIO	22	73	5	17
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	34	39	27	8
10 dipendenti e oltre	20	80	0	20

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

Parte quarta

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		2° trimestre 2015			
		aumento	stabilità	diminu-zione	saldo
ALLOGGIO E RISTORAZIONE		42	41	17	26
CLASSI DIMENSIONALI					
1-9 dipendenti		60	22	17	43
10 dipendenti e oltre		18	66	16	3

Fonte: Unioncamere-Istituto Guglielmo Tagliacarne - 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		2° trimestre 2015			
		aumento	stabilità	diminu-zione	Variaz. %
ALLOGGIO E RISTORAZIONE		38	48	14	1,1
CLASSI DIMENSIONALI					
1-9 dipendenti		38	48	14	2,0
10 dipendenti e oltre		37	49	14	0,1

Fonte: Unioncamere-Istituto Guglielmo Tagliacarne - 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		2° trimestre 2015			
		aumento	stabilità	diminu-zione	saldo
ALLOGGIO E RISTORAZIONE		37	55	8	29
CLASSI DIMENSIONALI					
1-9 dipendenti		40	58	2	37
10 dipendenti e oltre		34	50	17	17

Fonte: Unioncamere-Istituto Guglielmo Tagliacarne - 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 <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>

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 magazzino	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 dall'Istituto Guglielmo Tagliacarne, Fondazione di Unioncamere, per conto della Camera di Commercio di Forlì-Cesena, si rivolge trimestralmente ad un campione di circa 100 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).

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 intra-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 2015 sono state realizzate nel mese di luglio 2015.

Nota metodologica

L'indagine congiunturale sulle imprese dei settori del commercio all'ingrosso, dei trasporti e del turismo, realizzata dall'Istituto Guglielmo Tagliacarne, Fondazione di 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).

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 2015 sono state realizzate nel mese di luglio 2015.