

**INDAGINE CONGIUNTURALE
SULLE AZIENDE COMMERCIALI**

REGIONE EMILIA ROMAGNA

Tavole statistiche

- Dati provinciali -

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

Tavola 20

Andamento delle VENDITE rispetto al trimestre precedente per provincia
Quota di imprese che dichiarano aumento, stabilità e diminuzione

EMILIA-ROMAGNA	2° trimestre 2015		
	Totale imprese		
	aumento	stabilità	diminuzione
TOTALE COMMERCIO AL DETTAGLIO	35	35	30
PROVINCE			
Bologna	49	25	26
Ferrara	38	29	33
Forlì	38	41	21
Modena	24	32	44
Parma	30	38	31
Piacenza	32	40	28
Ravenna	34	35	31
Reggio nell'Emilia	33	40	27
Rimini	21	47	32

Fonte: Unioncamere-Istituto Guglielmo Tagliacarne - Indagine congiunturale per la regione Emilia-Romagna

Tavola 21

Andamento delle VENDITE rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente per provincia
Quota di imprese che dichiarano aumento, stabilità e diminuzione

EMILIA-ROMAGNA	2° trimestre 2015			
	Totale imprese			
	aumento	stabilità	diminuzione	var.%
TOTALE COMMERCIO AL DETTAGLIO	32	32	36	-0,6
PROVINCE				
Bologna	37	24	38	-0,3
Ferrara	37	37	26	-0,7
Forlì	32	36	32	0,7
Modena	32	34	35	0,1
Parma	34	34	32	0,4
Piacenza	29	31	40	-1,4
Ravenna	37	23	40	-0,8
Reggio nell'Emilia	28	33	39	-1,2
Rimini	14	44	42	-3,2

Fonte: Unioncamere-Istituto Guglielmo Tagliacarne - Indagine congiunturale per la regione Emilia-Romagna

Tavola 22

Andamento previsto delle VENDITE nel trimestre successivo per provincia
Quota di imprese che dichiarano aumento, stabilità e diminuzione

EMILIA-ROMAGNA	2° trimestre 2015		
	Totale imprese		
	aumento	stabilità	diminuzione
TOTALE COMMERCIO AL DETTAGLIO	32	43	25
PROVINCE			
Bologna	38	33	29
Ferrara	35	43	22
Forlì	32	45	22
Modena	35	31	34
Parma	31	48	22
Piacenza	27	57	16
Ravenna	31	45	23
Reggio nell'Emilia	24	53	23
Rimini	20	58	22

Fonte: Unioncamere-Istituto Guglielmo Tagliacarne - Indagine congiunturale per la regione Emilia-Romagna

Tavola 23**Consistenza delle GIACENZE a fine trimestre per provincia****Quota di imprese che dichiarano aumento, stabilità e diminuzione****EMILIA-ROMAGNA****2° trimestre 2015**

	Totale imprese		
	aumento	stabilità	diminuzione
TOTALE COMMERCIO AL DETTAGLIO	14	83	3
PROVINCE			
Bologna	8	90	2
Ferrara	13	86	1
Forlì	11	85	3
Modena	20	73	7
Parma	8	87	6
Piacenza	18	82	1
Ravenna	14	85	1
Reggio nell'Emilia	19	77	5
Rimini	19	80	1

Fonte: Unioncamere-Istituto Guglielmo Tagliacarne - Indagine congiunturale per la regione Emilia- Romagna

Tavola 24

Previsioni relative agli ORDINATIVI rivolti ai fornitori nel trimestre successivo per provincia. Quota di imprese che dichiarano aumento, stabilità e diminuzione

EMILIA-ROMAGNA	2° trimestre 2015		
	Totale imprese		
	aumento	stabilità	diminuzione
TOTALE COMMERCIO AL DETTAGLIO	22	54	24
PROVINCE			
Bologna	25	54	21
Ferrara	33	46	21
Forlì	30	51	19
Modena	13	54	33
Parma	20	53	27
Piacenza	22	59	19
Ravenna	24	46	30
Reggio nell'Emilia	17	56	27
Rimini	19	64	17

Fonte: Unioncamere-Istituto Guglielmo Tagliacarne - Indagine congiunturale per la regione Emilia-Romagna

Tavola 25**Orientamento delle imprese circa l'EVOLUZIONE della propria attività nei dodici mesi successivi per provincia.** (distribuzione % risposte delle imprese)**EMILIA-ROMAGNA****2° trimestre 2015**

	Totale imprese			
	in sviluppo	stabile	in diminuzione	ritiro dal mercato
TOTALE COMMERCIO AL DETTAGLIO	48	42	7	3
PROVINCE				
Bologna	64	32	1	3
Ferrara	40	47	10	3
Forlì	44	44	11	1
Modena	48	38	11	4
Parma	34	58	5	3
Piacenza	49	46	4	1
Ravenna	53	39	8	1
Reggio nell'Emilia	40	47	8	5
Rimini	42	49	8	1

Fonte: Unioncamere-Istituto Guglielmo Tagliacarne - Indagine congiunturale per la regione Emilia- Romagna

Nota metodologica

L'indagine congiunturale sulle imprese del commercio al dettaglio, realizzata dall'Istituto Guglielmo Tagliacarne, Fondazione di Unioncamere, per conto di Unioncamere Emilia Romagna, si rivolge trimestralmente ad un campione di circa 800 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 tre classi dimensionali (fino a 5 addetti, 6-19 addetti e 20 addetti e oltre), per 5 settori di attività economica (ipermercati, supermercati e grandi magazzini, commercio al dettaglio di prodotti alimentari, commercio al dettaglio di abbigliamento e accessori, commercio al dettaglio di prodotti per la casa ed elettrodomestici e commercio al dettaglio di altri 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 2015 sono state realizzate nel mese di luglio 2015.