



L'evoluzione congiunturale dell'economia provinciale

**Sovracampionamento dell'indagine congiunturale
per la provincia di Forlì Cesena**

**Risultati del 2° trimestre 2011
e previsioni per il 3° 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)

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**2° trimestre 2011**

	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO AL DETTAGLIO	21	43	36	-14
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	4	49	47	-44
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	26	43	31	-5
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	21	36	43	-22
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	12	48	40	-28
Media distribuzione	8	52	41	-33
Grande distribuzione	34	36	31	3

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**2° trimestre 2011**

	aumento	stabilità	diminuzione	Variaz.%
COMMERCIO AL DETTAGLIO	29	38	33	-0,4
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	26	25	49	-2,1
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	26	47	27	-0,4
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	41	18	41	0,9
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	7	54	38	-3,5
Media distribuzione	17	47	36	-2,6
Grande distribuzione	49	23	28	2,7

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**2° trimestre 2011**

	esuberanti	adeguate	scarse
COMMERCIO AL DETTAGLIO	5	92	2
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	3	95	1
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	7	91	2
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	0	96	4
CLASSI DIMENSIONALI			
Piccola distribuzione	3	95	2
Media distribuzione	17	79	4
Grande distribuzione	2	96	2

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**2° trimestre 2011**

	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO AL DETTAGLIO	33	53	15	18
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	21	62	17	3
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	34	53	14	20
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	40	45	14	26
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	10	65	24	-14
Media distribuzione	17	65	18	-1
Grande distribuzione	55	39	6	49

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**2° trimestre 2011**

	in sviluppo	stabile	in diminuzione	ritiro dal mercato
COMMERCIO AL DETTAGLIO	23	74	2	0
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	22	76	2	0
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	27	70	3	0
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	13	87	0	0
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	2	95	3	0
Media distribuzione	14	79	7	0
Grande distribuzione	41	59	0	0

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**2° trimestre 2011**

	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO AL DETTAGLIO	36	51	14	22
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	21	65	14	6
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	38	49	13	25
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	40	45	14	26
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	13	64	24	-11
Media distribuzione	19	67	14	4
Grande distribuzione	59	35	6	53

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)****FORLÌ - CESENA****2° trimestre 2011**

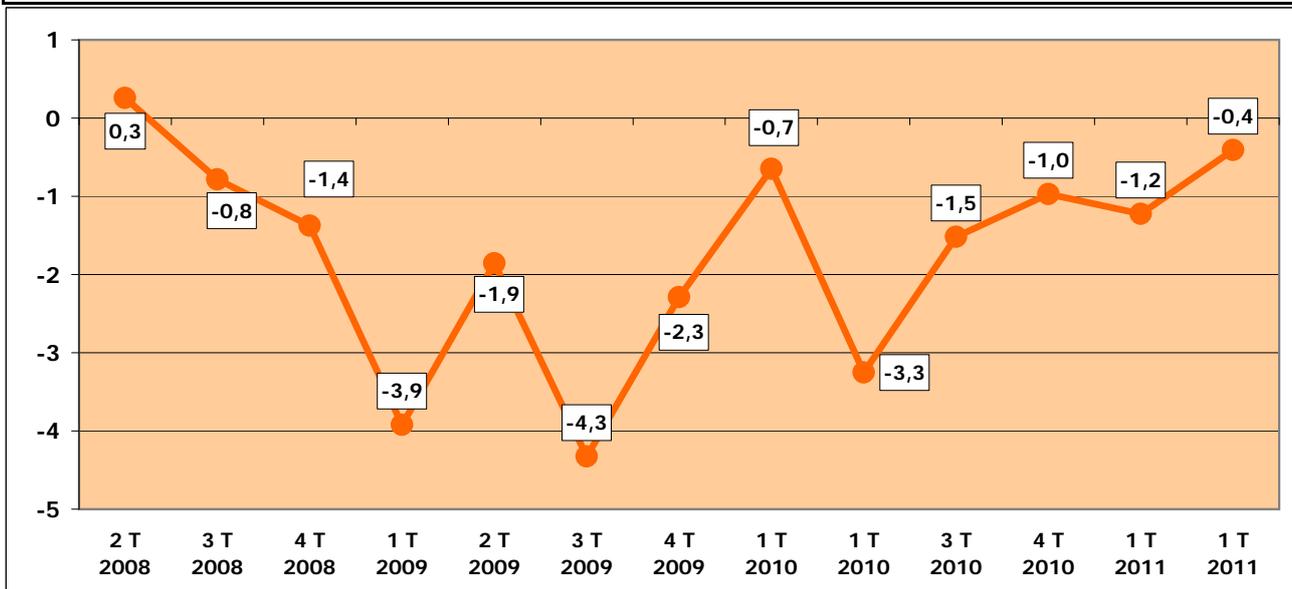
	Imprese che possiedono un sito web (%)
COMMERCIO AL DETTAGLIO	28,1
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	22,1
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	29,9
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	20,9
CLASSI DIMENSIONALI	
Piccola distribuzione	24,7
Media distribuzione	52,1
Grande distribuzione	68,2

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

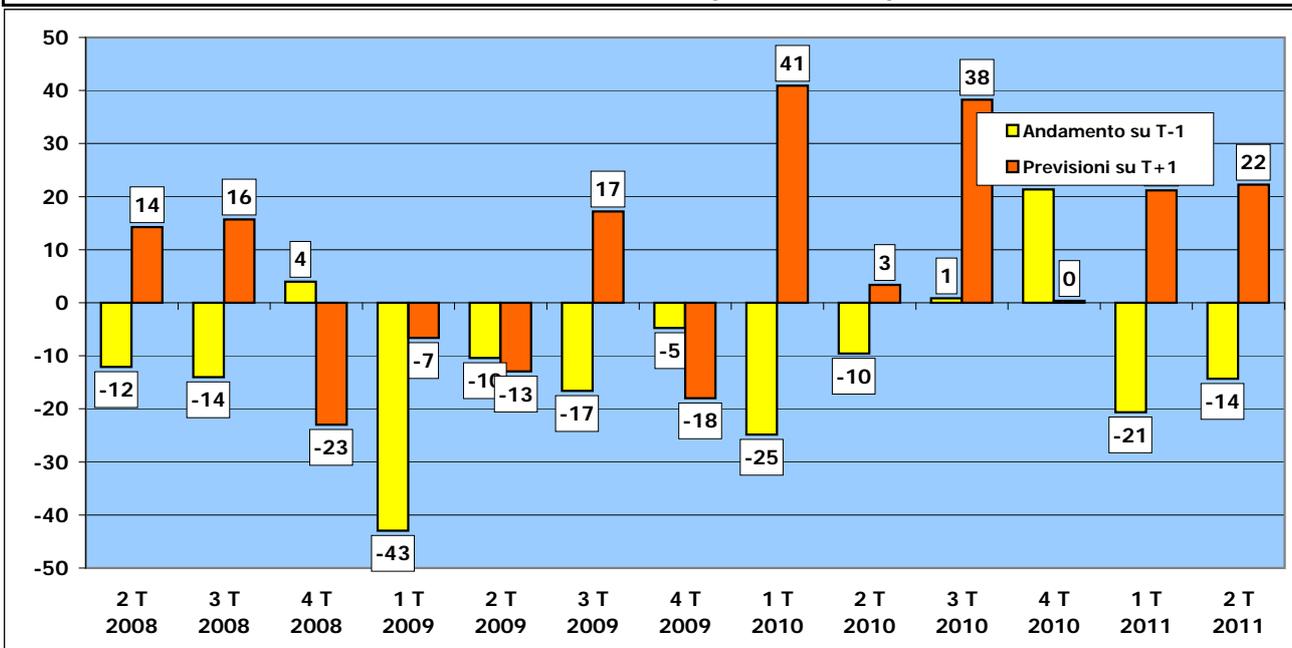
Provincia di FORLI' CESENA

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**2° trimestre 2011**

	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO ALL'INGROSSO	19	67	15	4
Commercio all'ingrosso prodotti alimentari	11	78	10	1
Commercio all'ingrosso non alimentari	27	54	19	8
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	17	57	27	-10
10 dipendenti e oltre	19	69	12	7

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 2011**

	aumento	stabilità	diminuzione	Variaz. %
COMMERCIO ALL'INGROSSO	23	66	10	0,8
Commercio all'ingrosso prodotti alimentari	19	68	13	-0,1
Commercio all'ingrosso non alimentari	27	65	8	1,8
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	20	59	20	0,9
10 dipendenti e oltre	24	68	8	0,8

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 2011**

	aumento	stabilità	diminu-zione	saldo
COMMERCIO ALL'INGROSSO	21	54	24	-3
Commercio all'ingrosso prodotti alimentari	36	37	28	8
Commercio all'ingrosso non alimentari	6	73	21	-15
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	14	66	20	-6
10 dipendenti e oltre	23	52	25	-2

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**2° trimestre 2011**

	aumento	stabilità	diminu- zione	saldo
TRASPORTI E MAGAZZINAGGIO	11	66	23	-12
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	27	35	37	-10
10 dipendenti e oltre	9	70	21	-12

*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**2° trimestre 2011**

	aumento	stabilità	diminu- zione	Variaz. %
TRASPORTI E MAGAZZINAGGIO	26	40	34	-3,7
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	15	69	16	-0,5
10 dipendenti e oltre	27	36	37	-4,2

*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**2° trimestre 2011**

	aumento	stabilità	diminu- zione	saldo
TRASPORTI E MAGAZZINAGGIO	26	74	1	25
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	42	53	5	37
10 dipendenti e oltre	23	77	0	23

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**2° trimestre 2011**

	aumento	stabilità	diminu- zione	saldo
ALLOGGIO E RISTORAZIONE	20	44	35	-15
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	25	35	40	-15
10 dipendenti e oltre	17	51	32	-15

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**2° trimestre 2011**

	aumento	stabilità	diminu- zione	Variaz. %
ALLOGGIO E RISTORAZIONE	3	62	35	-3,4
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	7	62	32	-4,0
10 dipendenti e oltre	0	63	37	-3,0

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**2° trimestre 2011**

	aumento	stabilità	diminu- zione	saldo
ALLOGGIO E RISTORAZIONE	29	52	19	10
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	25	53	22	4
10 dipendenti e oltre	31	52	17	14

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 <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 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 2° trimestre 2011 sono state realizzate nel mese di luglio (2011).

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 2° trimestre 2011 sono state realizzate nel mese di luglio (2011).