

**INDAGINE CONGIUNTURALE
DELL'ECONOMIA PROVINCIALE**

Sovracampionamento dell'indagine congiunturale

PROVINCIA DI FORLI'-CESENA

Tavole statistiche

**Risultati del I trimestre 2025
e previsioni per il II trimestre 2025**

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)

FORLI' - CESENA				1° trimestre 2025
	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO AL DETTAGLIO	12	31	56	-44
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	10	45	45	-35
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	11	31	58	-48
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	18	20	61	-43
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	6	26	68	-62
Media distribuzione	21	42	37	-17
Grande distribuzione	16	33	51	-35

Unioncamere e Camere di commercio dell'Emilia-Romagna, 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				1° trimestre 2025
	aumento	stabilità	diminuzione	Variaz.%
COMMERCIO AL DETTAGLIO	19	32	49	-3,5
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	21	36	43	-3,3
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	17	35	48	-4,5
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	27	18	55	-0,9
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	11	36	53	-6,3
Media distribuzione	30	34	36	-1,2
Grande distribuzione	24	27	49	-1,5

Unioncamere e Camere di commercio dell'Emilia-Romagna, 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				1° trimestre 2025
	esuberanti	adeguate	scarse	
COMMERCIO AL DETTAGLIO	15	80	6	
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	0	97	3	
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	24	68	8	
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	0	100	0	
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	24	66	10	
Media distribuzione	12	87	1	
Grande distribuzione	6	92	2	

Unioncamere e Camere di commercio dell'Emilia-Romagna, 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				1° trimestre 2025
	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO AL DETTAGLIO	24	61	14	10
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	19	68	13	6
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	20	61	20	0
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	45	55	0	45
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	11	65	24	-13
Media distribuzione	29	52	19	10
Grande distribuzione	37	60	3	35

Unioncamere e Camere di commercio dell’Emilia-Romagna, 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				1° trimestre 2025
	in sviluppo	stabile	in diminu-zione	ritiro dal mercato
COMMERCIO AL DETTAGLIO	28	71	1	0
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	23	77	0	0
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	33	66	2	0
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	18	82	0	0
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	18	80	2	0
Media distribuzione	50	48	1	0
Grande distribuzione	31	69	0	0

Unioncamere e Camere di commercio dell’Emilia-Romagna, 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)

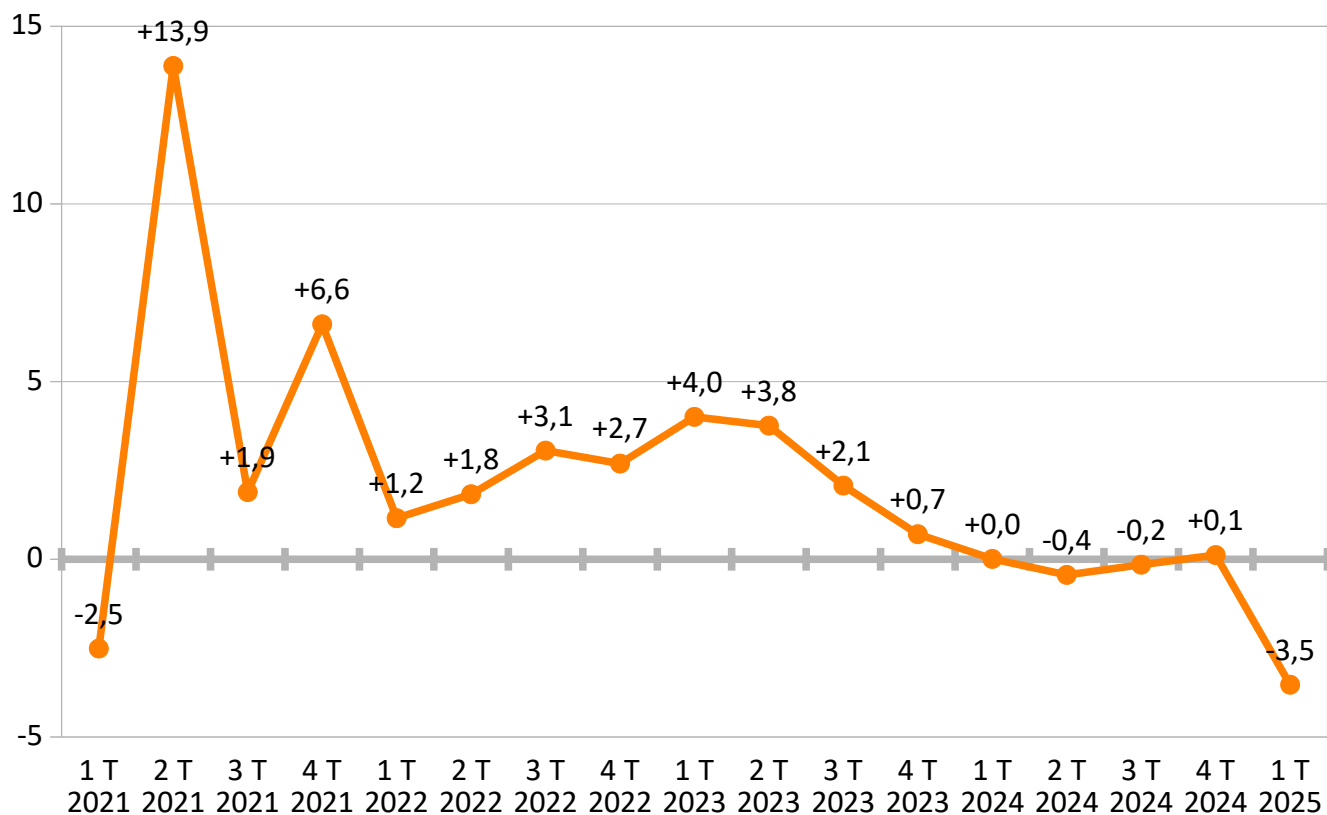
FORLI' - CESENA				1° trimestre 2025
	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO AL DETTAGLIO	28	62	10	17
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	25	58	16	9
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	29	60	12	17
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	27	73	0	27
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	19	64	17	2
Media distribuzione	33	55	11	22
Grande distribuzione	35	63	2	32

Unioncamere e Camere di commercio dell’Emilia-Romagna, Indagine congiunturale per la provincia di Forlì Cesena

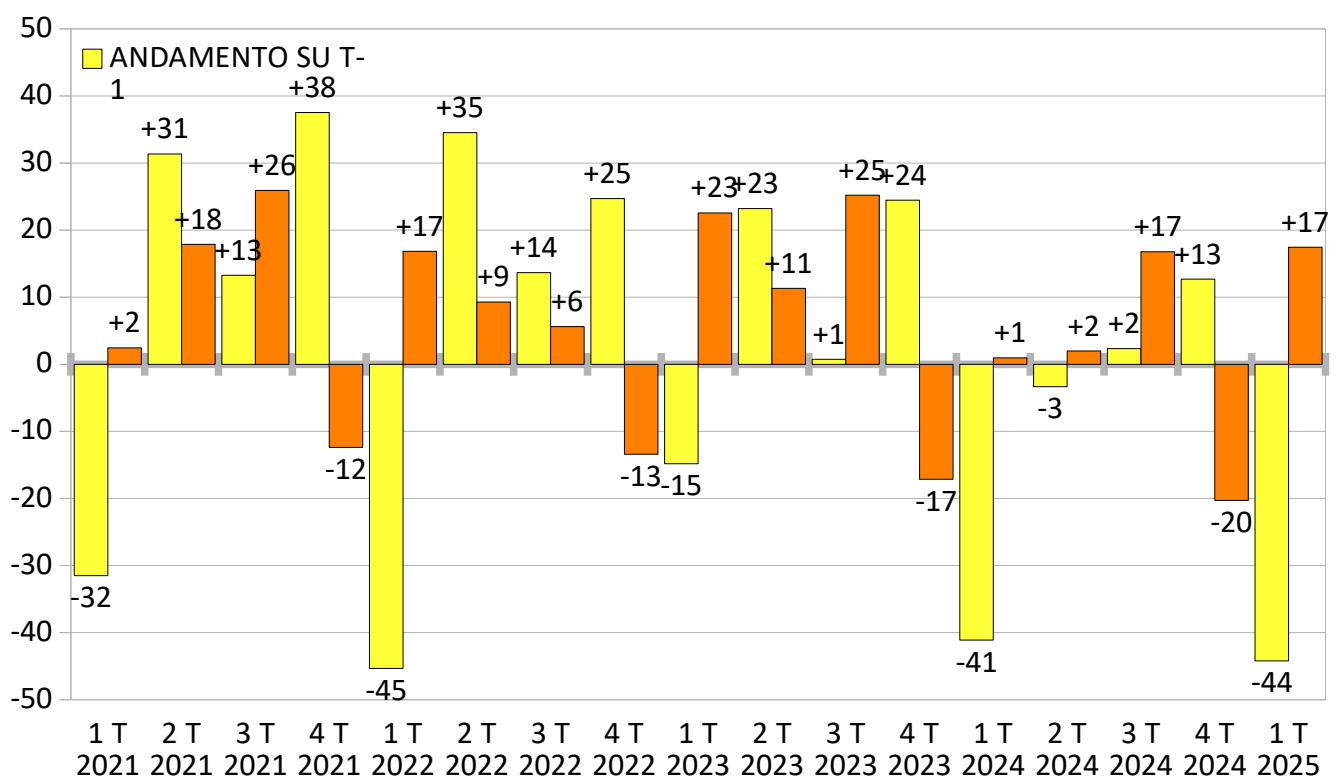
Provincia di FORLÌ CESENA

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

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				1° trimestre 2025
	aumento	stabilità	diminu-zione	saldo
ALLOGGIO E RISTORAZIONE	8	58	34	-26
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	14	61	26	-12
10 dipendenti e oltre	4	57	39	-35

Unioncamere e Camere di commercio dell’Emilia-Romagna, 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				1° trimestre 2025
	aumento	stabilità	diminu-zione	Variaz. %
ALLOGGIO E RISTORAZIONE	29	54	17	0,6
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	18	59	23	0,0
10 dipendenti e oltre	37	51	13	1,0

Unioncamere e Camere di commercio dell’Emilia-Romagna, 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				1° trimestre 2025
	aumento	stabilità	diminu-zione	saldo
ALLOGGIO E RISTORAZIONE	27	71	2	24
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	14	86	0	14
10 dipendenti e oltre	35	61	4	31

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 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

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 1° trimestre 2025 sono state realizzate nei mesi di aprile e maggio 2025.

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 1° trimestre 2025 sono state realizzate nei mesi di aprile e maggio 2025.