

**INDAGINE CONGIUNTURALE
DELL'ECONOMIA PROVINCIALE**

Sovracampionamento dell'indagine congiunturale

AREA DELLA ROMAGNA

Tavole statistiche

**Risultati del II trimestre 2019
e previsioni per il III trimestre 2019**

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)

Area ROMAGNA **2° trimestre 2019**

	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO AL DETTAGLIO	46	35	19	27
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	23	58	19	4
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	48	31	21	27
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	71	21	8	63
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	41	36	23	18
Media distribuzione	29	52	19	9
Grande distribuzione	61	26	12	49

Unioncamere e Camere di commercio dell'Emilia-Romagna, Indagine congiunturale per l'area della Romagna

Tavola 2**Andamento delle VENDITE del commercio al dettaglio rispetto allo stesso trimestre****dell'anno precedente** (distribuzione % risposte delle imprese e variazione %)**Area ROMAGNA** **2° trimestre 2019**

	aumento	stabilità	diminuzione	Variaz. %
COMMERCIO AL DETTAGLIO	45	22	33	0,6
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	18	47	34	-1,4
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	45	16	39	0,3
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	81	16	3	5,0
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	37	21	42	-0,4
Media distribuzione	25	36	39	-2,1
Grande distribuzione	65	17	18	3,2

Unioncamere e Camere di commercio dell'Emilia-Romagna, Indagine congiunturale per l'area della Romagna

Tavola 3**Consistenza delle GIACENZE di magazzino del commercio al dettaglio****a fine trimestre**

(distribuzione % risposte delle imprese)

Area ROMAGNA **2° trimestre 2019**

	esuberanti	adeguate	scarse
COMMERCIO AL DETTAGLIO	12	86	2
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	7	93	0
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	16	81	3
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	0	100	0
CLASSI DIMENSIONALI			
Piccola distribuzione	16	81	3
Media distribuzione	15	84	1
Grande distribuzione	6	94	0

Unioncamere e Camere di commercio dell'Emilia-Romagna, Indagine congiunturale per l'area della Romagna

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)

Area ROMAGNA		2° trimestre 2019		
	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO AL DETTAGLIO	21	53	26	-5
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	18	67	15	3
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	18	48	34	-16
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	41	54	4	37
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	15	58	28	-13
Media distribuzione	14	56	30	-16
Grande distribuzione	33	45	22	11

Unioncamere e Camere di commercio dell'Emilia-Romagna, Indagine congiunturale per l'area della Romagna

Tavola 5

Orientamento delle imprese del settore commercio al dettaglio sull'EVOLUZIONE della propria attività nei prossimi 12 mesi
(distribuzione % risposte delle imprese)

Area ROMAGNA		2° trimestre 2019		
	in sviluppo	stabile	in diminu-zione	ritiro dal mercato
COMMERCIO AL DETTAGLIO	44	52	4	1
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	32	68	0	0
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	52	42	5	1
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	23	77	0	0
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	43	53	3	1
Media distribuzione	43	49	7	1
Grande distribuzione	46	51	3	0

Unioncamere e Camere di commercio dell'Emilia-Romagna, Indagine congiunturale per l'area della Romagna

Tavola 6

Previsioni relative all'andamento delle VENDITE nel trimestre successivo da parte delle imprese del settore commercio al dettaglio
(distribuzione % risposte delle imprese)

Area ROMAGNA		2° trimestre 2019		
	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO AL DETTAGLIO	25	56	20	5
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	20	60	19	1
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	22	55	23	-1
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	42	54	4	38
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	19	57	24	-4
Media distribuzione	16	58	26	-10
Grande distribuzione	36	52	12	24

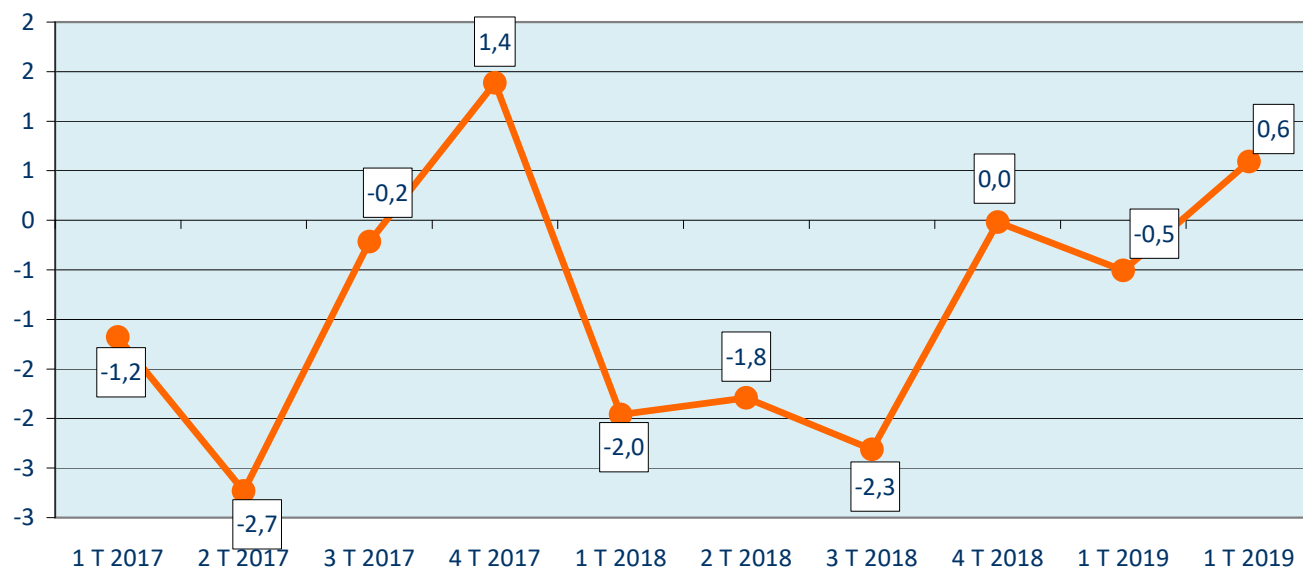
Unioncamere e Camere di commercio dell'Emilia-Romagna, Indagine congiunturale per l'area della Romagna

Area della ROMAGNA

Settore commercio al dettaglio

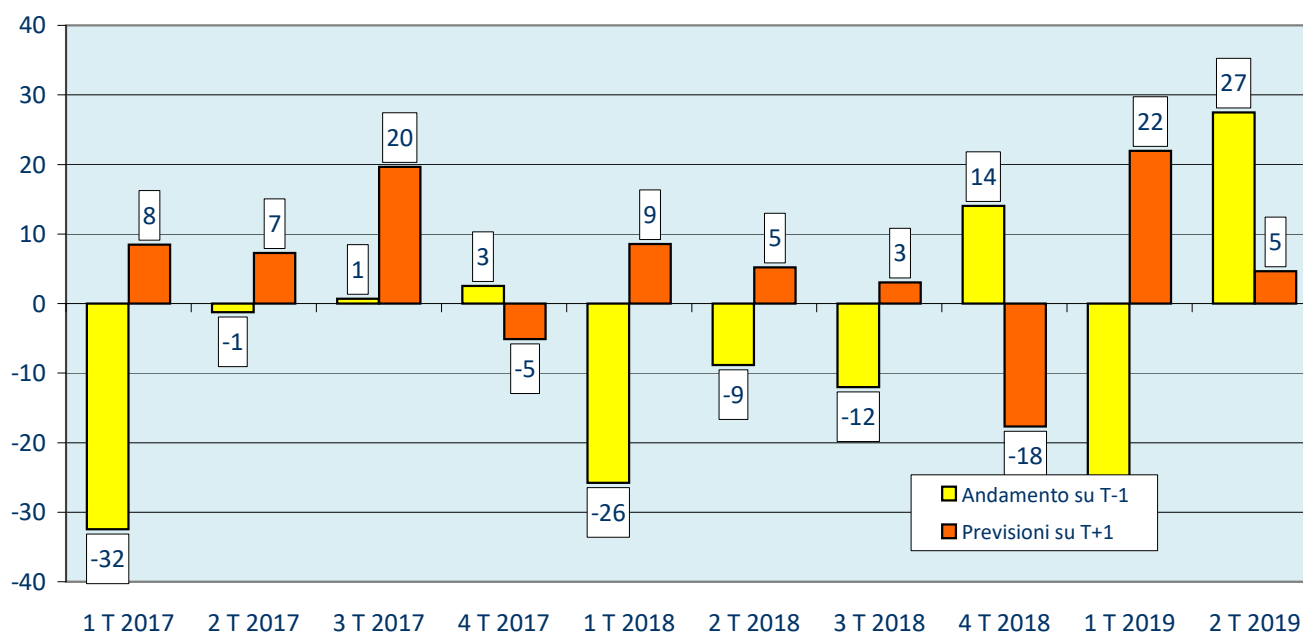
Serie storica dell'andamento delle vendite

(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)

Area ROMAGNA		2° trimestre 2019			
		aumento	stabilità	diminu-zione	saldo
ALLOGGIO E RISTORAZIONE		50	33	16	34
CLASSI DIMENSIONALI					
1-9 dipendenti		44	43	13	31
10 dipendenti e oltre		54	27	18	36

Unioncamere e Camere di commercio dell'Emilia-Romagna, Indagine congiunturale per l'area della Romagna

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 %)

Area ROMAGNA		2° trimestre 2019			
		aumento	stabilità	diminu-zione	Variaz. %
ALLOGGIO E RISTORAZIONE		22	41	37	-2,6
CLASSI DIMENSIONALI					
1-9 dipendenti		7	61	32	-3,3
10 dipendenti e oltre		32	29	40	-2,2

Unioncamere e Camere di commercio dell'Emilia-Romagna, Indagine congiunturale per l'area della Romagna

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)

Area ROMAGNA		2° trimestre 2019			
		aumento	stabilità	diminu-zione	saldo
ALLOGGIO E RISTORAZIONE		41	45	14	28
CLASSI DIMENSIONALI					
1-9 dipendenti		34	50	15	19
10 dipendenti e oltre		46	41	13	33

Fonte: Unioncamere-Istituto Guglielmo Tagliacarne - Indagine congiunturale per l'area della Romagna

Appendice

***Classificazione delle divisioni e dei gruppi di
attività economica (ATECO 2007)
nei settori dell'indagine trimestrale
per l'area della Romagna***

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 2019 sono state realizzate nel mese di luglio 2019.

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 2019 sono state realizzate nel mese di luglio 2019.