

**INDAGINE CONGIUNTURALE
DELL'ECONOMIA PROVINCIALE**

Sovracampionamento dell'indagine congiunturale

PROVINCIA DI RIMINI

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)

RIMINI	1° trimestre 2025			
	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO AL DETTAGLIO	12	55	32	-20
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	7	72	21	-14
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	13	57	29	-16
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	14	24	62	-47
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	19	54	27	-8
Media distribuzione	5	70	26	-21
Grande distribuzione	7	50	43	-36

Unioncamere e Camere di commercio dell'Emilia-Romagna, Indagine congiunturale per la provincia di Rimini

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

RIMINI	1° trimestre 2025			
	aumento	stabilità	diminuzione	Variaz.%
COMMERCIO AL DETTAGLIO	23	45	32	-1,8
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	17	51	32	-3,8
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	21	49	29	-1,7
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	41	14	45	0,2
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	23	42	35	-1,8
Media distribuzione	21	57	22	-2,4
Grande distribuzione	24	43	33	-1,5

Unioncamere e Camere di commercio dell'Emilia-Romagna, Indagine congiunturale per la provincia di Rimini

Tavola 3**Consistenza delle GIACENZE di magazzino del commercio al dettaglio a fine trimestre**
(distribuzione % risposte delle imprese)

RIMINI	1° trimestre 2025		
	esuberanti	adeguate	scarse
COMMERCIO AL DETTAGLIO	14	86	0
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	25	75	0
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	11	88	0
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	14	86	0
CLASSI DIMENSIONALI			
Piccola distribuzione	16	84	0
Media distribuzione	16	84	1
Grande distribuzione	11	89	0

Unioncamere e Camere di commercio dell'Emilia-Romagna, Indagine congiunturale per la provincia di Rimini

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)

RIMINI	1° trimestre 2025			
	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO AL DETTAGLIO	19	70	11	8
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	11	76	12	-1
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	13	75	12	0
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	62	38	0	62
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	7	75	19	-12
Media distribuzione	19	75	6	13
Grande distribuzione	36	62	2	34

Unioncamere e Camere di commercio dell'Emilia-Romagna, Indagine congiunturale per la provincia di Rimini

Tavola 5**Orientamento delle imprese del settore commercio al dettaglio sull'EVOLUZIONE della propria attività nei prossimi 12 mesi**
(distribuzione % risposte delle imprese)

RIMINI	1° trimestre 2025			
	in sviluppo	stabile	in diminuzione	ritiro dal mercato
COMMERCIO AL DETTAGLIO	19	79	0	2
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	4	92	0	4
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	20	78	0	2
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	31	69	0	0
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	13	82	0	5
Media distribuzione	18	82	1	0
Grande distribuzione	27	73	0	0

Unioncamere e Camere di commercio dell'Emilia-Romagna, Indagine congiunturale per la provincia di Rimini

Tavola 6**Previsioni relative all'andamento delle VENDITE nel trimestre successivo da parte delle imprese del settore commercio al dettaglio**
(distribuzione % risposte delle imprese)

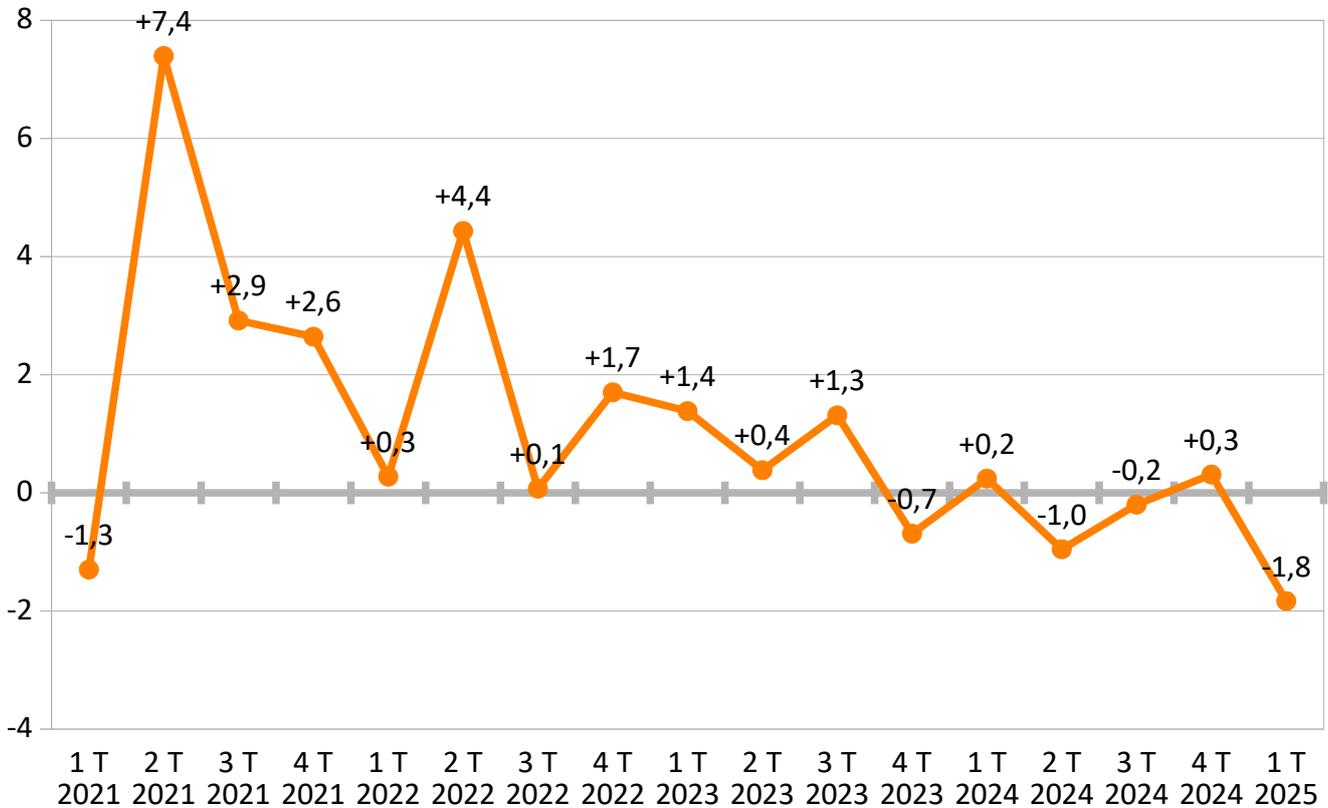
RIMINI	1° trimestre 2025			
	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO AL DETTAGLIO	21	73	6	16
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	16	76	8	7
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	15	79	6	9
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	62	38	0	62
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	8	83	9	-2
Media distribuzione	27	71	2	25
Grande distribuzione	38	60	2	36

Unioncamere e Camere di commercio dell'Emilia-Romagna, Indagine congiunturale per la provincia di Rimini

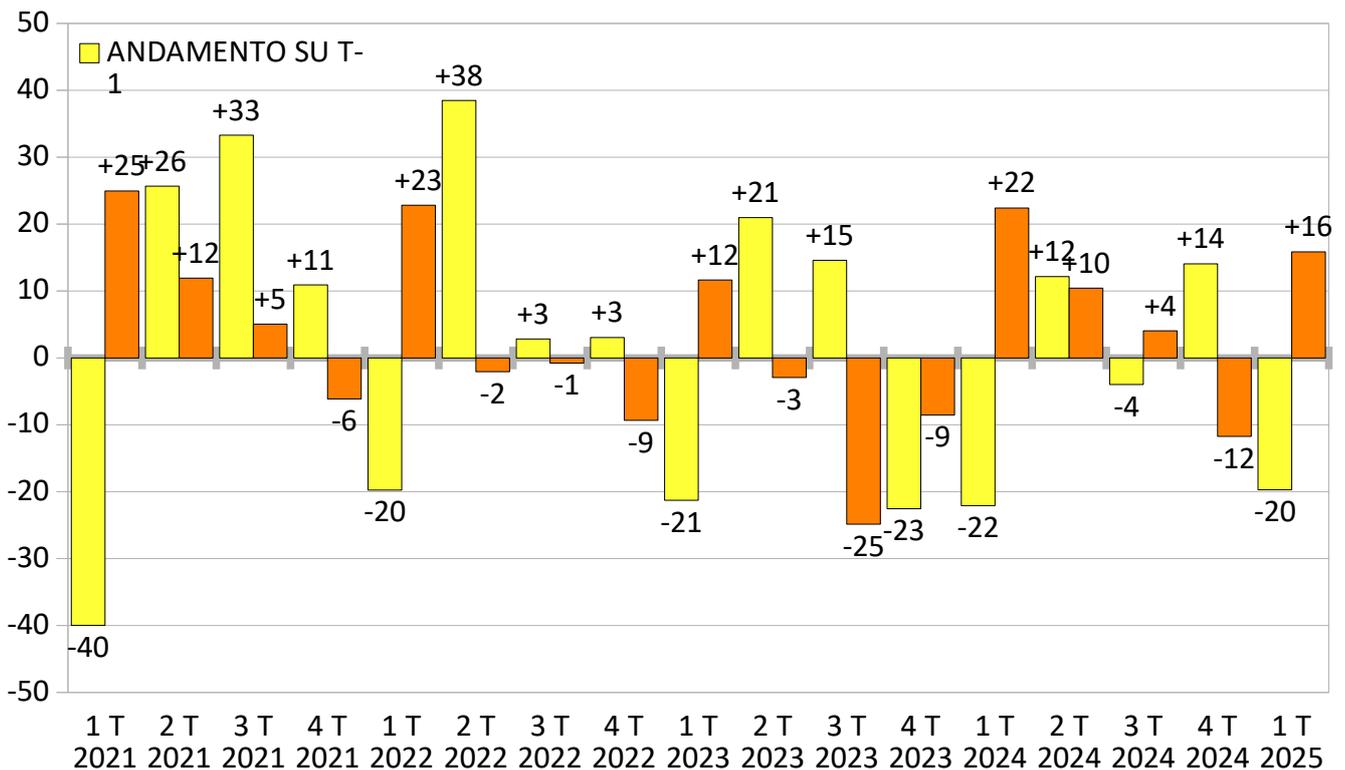
Provincia di RIMINI

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)

RIMINI	1° trimestre 2025			
	aumento	stabilità	diminu-zione	saldo
ALLOGGIO E RISTORAZIONE	27	43	30	-3
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	12	64	24	-13
10 dipendenti e oltre	35	31	33	2

*Unioncamere e Camere di commercio dell'Emilia-Romagna, Indagine congiunturale per la provincia di Rimini***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 %)

RIMINI	1° trimestre 2025			
	aumento	stabilità	diminu-zione	Variaz. %
ALLOGGIO E RISTORAZIONE	28	49	22	-0,7
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	19	66	15	0,3
10 dipendenti e oltre	34	40	26	-1,2

*Unioncamere e Camere di commercio dell'Emilia-Romagna, Indagine congiunturale per la provincia di Rimini***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)

RIMINI	1° trimestre 2025			
	aumento	stabilità	diminu-zione	saldo
ALLOGGIO E RISTORAZIONE	43	45	12	30
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	26	57	17	8
10 dipendenti e oltre	52	39	10	42

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

Appendice

***Classificazione delle divisioni e dei gruppi di
attività economica (ATECO 2007)
nei settori dell'indagine trimestrale
per la provincia di Rimini***

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>

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.