

**INDAGINE CONGIUNTURALE
DELL'ECONOMIA PROVINCIALE**

Sovracampionamento dell'indagine congiunturale

AREA DELLA ROMAGNA

Tavole statistiche

**Risultati del II trimestre 2018
e previsioni per il III trimestre 2018**

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 2018			
	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO AL DETTAGLIO	27	37	36	-9
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	25	52	23	1
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	28	36	36	-7
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	21	23	56	-35
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	25	40	35	-10
Media distribuzione	33	35	32	0
Grande distribuzione	27	35	38	-11

*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 2018			
	aumento	stabilità	diminuzione	Variaz.%
COMMERCIO AL DETTAGLIO	32	34	34	-1,8
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	29	45	26	-1,3
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	34	32	33	-2,0
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	23	22	55	-1,2
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	35	32	33	-2,3
Media distribuzione	23	37	40	-3,1
Grande distribuzione	33	34	34	-0,4

*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 2018		
	esuberanti	adeguate	scarse
COMMERCIO AL DETTAGLIO	13	84	3
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	1	99	0
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	19	77	4
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	0	100	0
CLASSI DIMENSIONALI			
Piccola distribuzione	23	74	3
Media distribuzione	6	93	1
Grande distribuzione	3	94	3

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 2018			
	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO AL DETTAGLIO	21	53	26	-6
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	15	62	23	-8
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	18	53	29	-12
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	47	41	13	34
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	17	53	31	-14
Media distribuzione	5	61	34	-28
Grande distribuzione	33	51	16	17

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 2018			
	in sviluppo	stabile	in diminuzione	ritiro dal mercato
COMMERCIO AL DETTAGLIO	46	52	2	1
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	27	73	0	0
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	50	47	3	1
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	52	48	0	0
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	40	57	2	1
Media distribuzione	35	62	2	1
Grande distribuzione	59	39	1	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 2018			
	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO AL DETTAGLIO	33	40	27	5
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	19	62	19	0
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	32	36	32	0
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	56	32	12	44
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	31	37	31	0
Media distribuzione	19	49	32	-13
Grande distribuzione	41	39	20	21

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

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 2018			
	aumento	stabilità	diminu-zione	saldo
ALLOGGIO E RISTORAZIONE	40	51	9	31
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	45	49	5	40
10 dipendenti e oltre	32	54	14	18

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 2018			
	aumento	stabilità	diminu-zione	Variaz. %
ALLOGGIO E RISTORAZIONE	26	56	18	-0,2
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	28	61	11	0,4
10 dipendenti e oltre	23	48	29	-1,2

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 2018			
	aumento	stabilità	diminu-zione	saldo
ALLOGGIO E RISTORAZIONE	36	51	12	24
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	38	52	10	28
10 dipendenti e oltre	34	50	16	18

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 <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 2° trimestre 2018 sono state realizzate nel mese di luglio 2018.

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 2° trimestre 2018 sono state realizzate nel mese di luglio 2018.