INDAGINE CONGIUNTURALE DELL'ECONOMIA PROVINCIALE

Sovracampionamento dell'indagine congiunturale

PROVINCIA DI RIMINI

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)

RIMINI **2° trimestre 2019**

	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO AL DETTAGLIO	**53**	**30**	**17**	**36**
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	22	55	23	0
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	55	28	18	37
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	89	11	0	89
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	43	34	23	21
Media distribuzione	33	48	19	14
Grande distribuzione	78	16	6	72

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 **2° trimestre 2019**

	aumento	stabilità	diminuzione	Variaz.%
COMMERCIO AL DETTAGLIO	**42**	**24**	**35**	**0,4**
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	6	64	30	-1,7
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	44	15	41	-0,1
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	83	17	0	6,6
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	31	22	47	-0,9
Media distribuzione	16	42	41	-3,3
Grande distribuzione	71	17	12	4,5

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 **2° trimestre 2019**

	esuberanti	adeguate	scarse
COMMERCIO AL DETTAGLIO	**18**	**82**	**0**
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	12	88	0
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	22	78	0
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	0	100	0
CLASSI DIMENSIONALI			
Piccola distribuzione	21	79	0
Media distribuzione	21	79	0
Grande distribuzione	10	90	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 **2° trimestre 2019**

	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO AL DETTAGLIO	**18**	**48**	**34**	**-15**
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	17	68	15	2
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	18	38	44	-26
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	23	77	0	23
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	17	46	36	-19
Media distribuzione	11	60	29	-18
Grande distribuzione	23	45	32	-8

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 **2° trimestre 2019**

	in sviluppo	stabile	in diminu-zione	ritiro dal mercato
COMMERCIO AL DETTAGLIO	**43**	**53**	**4**	**0**
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	23	77	0	0
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	52	42	6	0
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	23	77	0	0
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	40	58	3	0
Media distribuzione	37	53	10	0
Grande distribuzione	52	44	3	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 **2° trimestre 2019**

	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO AL DETTAGLIO	**24**	**57**	**19**	**5**
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	28	51	21	7
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	23	55	22	1
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	25	75	0	25
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	25	52	23	1
Media distribuzione	16	58	27	-11
Grande distribuzione	27	64	9	18

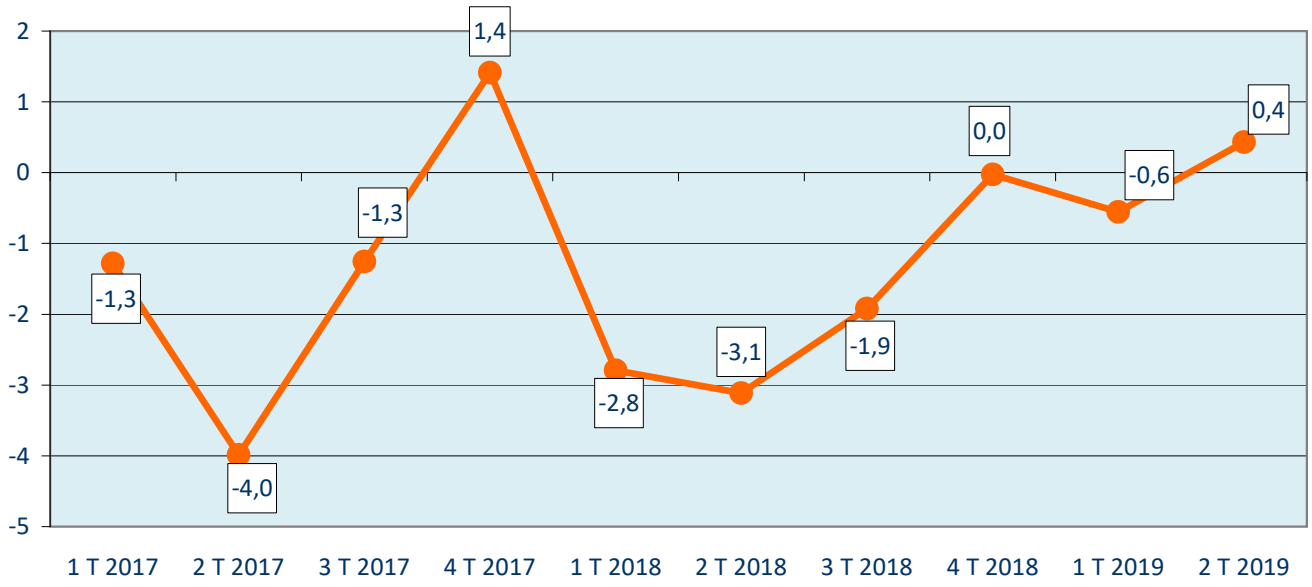
Unioncamere e Camere di commercio dell'Emilia-Romagna, Indagine congiunturale per la provincia di Rimini

Provincia di RIMINI

Settore commercio al dettaglio

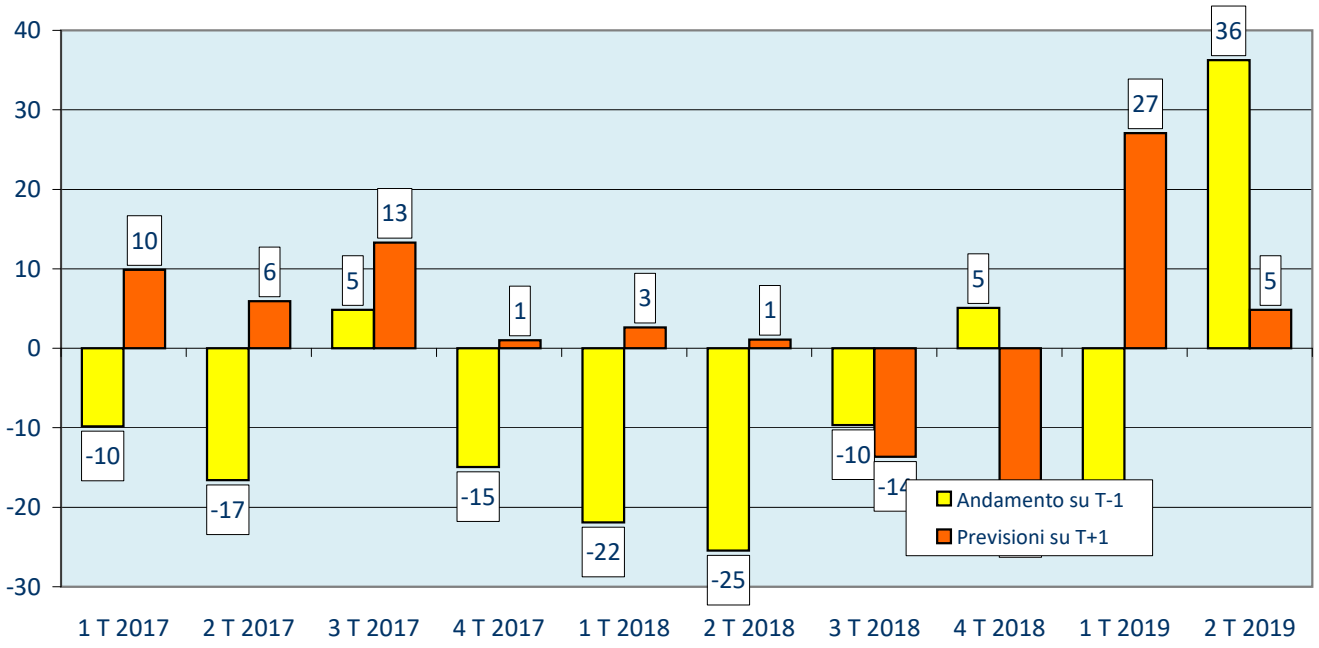
Serie storica dell'andamento delle vendite

(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 **2° trimestre 2019**

	aumento	stabilità	diminu-zione	saldo
ALLOGGIO E RISTORAZIONE	**58**	**25**	**17**	**40**
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	55	34	11	43
10 dipendenti e oltre	59	20	21	39

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 **2° trimestre 2019**

	aumento	stabilità	diminu-zione	Variaz. %
ALLOGGIO E RISTORAZIONE	**21**	**39**	**39**	**-3,1**
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	5	60	36	-3,7
10 dipendenti e oltre	31	27	41	-2,7

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 **2° trimestre 2019**

	aumento	stabilità	diminu-zione	saldo
ALLOGGIO E RISTORAZIONE	**47**	**40**	**14**	**33**
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	39	47	14	24
10 dipendenti e oltre	52	35	13	39

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 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.