UNIONCAMERE

CAMERE DI COMMERCIO D'ITALIA

L'evoluzione congiunturale dell'economia provinciale

Sovracampionamento dell'indagine congiunturale per la provincia di Forlì Cesena

Risultati del 1° trimestre 2012
e previsioni per il 2° trimestre 2012
Imprese sino a 500 dipendenti

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 - Commercio all'ingrosso

Tavola 1 Andamento del VOLUME D'AFFARI del settore del Commercio all'ingrosso rispetto al trimestre precedente (distribuzione % risposte delle imprese)
Tavola 2 Andamento del VOLUME D'AFFARI del settore del Commercio all'ingrosso rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente (distribuzione % risposte delle imprese e variazione %)
Tavola 3 Previsioni relative al VOLUME D'AFFARI del settore del Commercio all'ingrosso nel trimestre successivo al trimestre di riferimento (distribuzione % risposte delle imprese)

Parte terza - Trasporti e magazzinaggio

Tavola 1 Andamento del VOLUME D'AFFARI del settore dei Trasporti e magazzinaggio rispetto al trimestre precedente
Tavola 2 Andamento del VOLUME D'AFFARI del settore dei Trasporti e magazzinaggio rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente
Tavola 3 Previsioni relative al VOLUME D'AFFARI del settore dei Trasporti e magazzinaggio nel trimestre successivo al trimestre di riferimento

Parte quarta - 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 2012**

	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO AL DETTAGLIO	**4**	**39**	**56**	**-52**
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	16	40	44	-28
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	1	40	59	-58
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	5	33	62	-56
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	0	43	57	-57
Media distribuzione	10	21	70	-60
Grande distribuzione	10	43	48	-38

Fonte: Unioncamere - 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 2012**

	aumento	stabilità	diminuzione	Variaz. %
COMMERCIO AL DETTAGLIO	**8**	**47**	**44**	**-6,9**
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	17	47	36	-4,4
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	2	49	49	-8,6
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	29	39	32	-1,1
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	0	52	48	-9,0
Media distribuzione	12	25	64	-9,4
Grande distribuzione	21	51	28	-2,0

Fonte: Unioncamere - 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 2012**

	esuberanti	adeguate	scarse
COMMERCIO AL DETTAGLIO	**13**	**83**	**4**
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	10	79	11
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	16	81	3
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	0	98	2
CLASSI DIMENSIONALI			
Piccola distribuzione	6	88	6
Media distribuzione	26	66	8
Grande distribuzione	17	83	0

Fonte: Unioncamere - 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 2012**

	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO AL DETTAGLIO	**17**	**57**	**25**	**-8**
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	13	49	38	-25
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	18	59	23	-5
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	20	67	13	6
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	13	65	22	-9
Media distribuzione	11	39	49	-38
Grande distribuzione	27	54	19	8

Fonte: Unioncamere - 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 2012**

	in sviluppo	stabile	in diminu-zione	ritiro dal mercato
COMMERCIO AL DETTAGLIO	**18**	**78**	**3**	**1**
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	12	82	4	2
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	16	80	3	1
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	41	59	0	0
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	5	90	3	1
Media distribuzione	22	67	7	4
Grande distribuzione	37	62	1	0

Fonte: Unioncamere - 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 2012**

	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO AL DETTAGLIO	**22**	**55**	**23**	**-1**
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	15	50	35	-20
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	21	57	22	0
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	35	56	9	25
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	14	65	21	-6
Media distribuzione	23	36	41	-18
Grande distribuzione	33	50	17	16

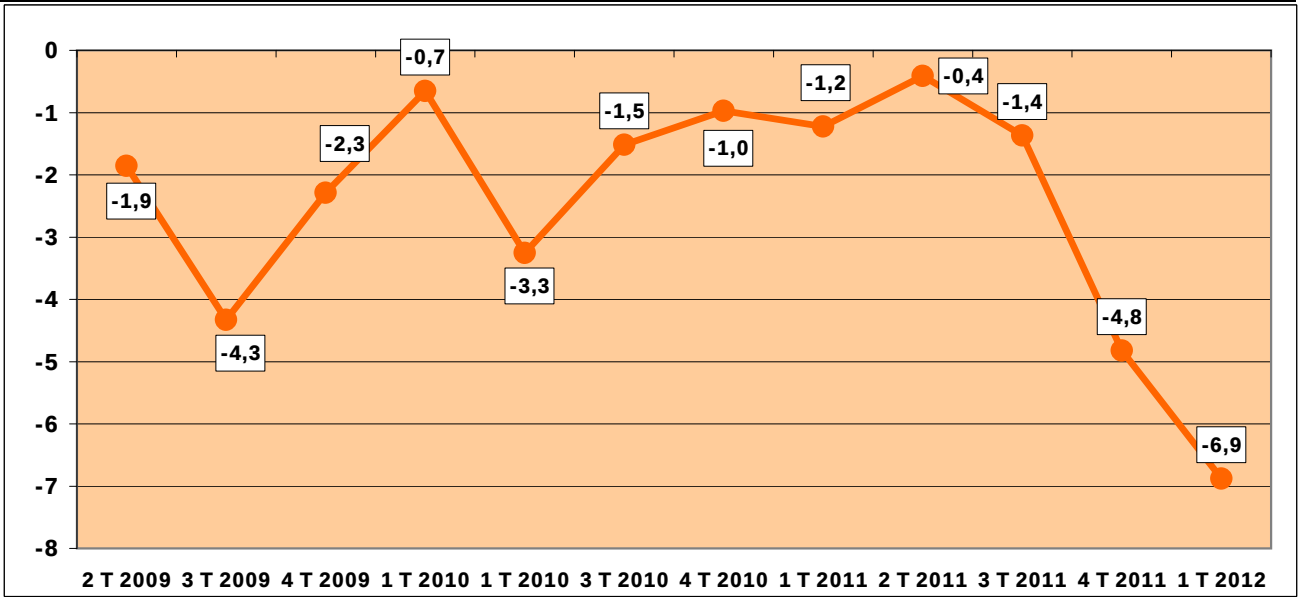
Fonte: Unioncamere - Indagine congiunturale per la provincia di Forlì Cesena

Provincia di FORLI' CESENA

Settore commercio al dettaglio

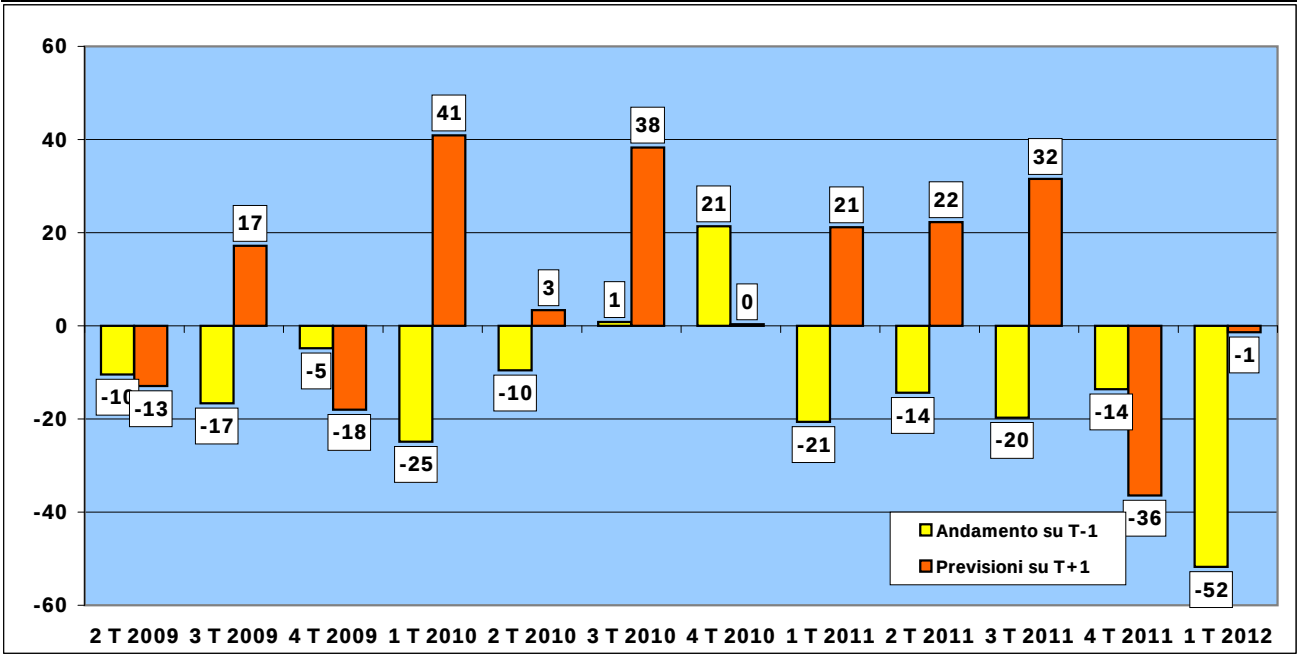
Serie storica dell'andamento delle vendite

(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

Commercio all'ingrosso

Tavola 1
Andamento del VOLUME D'AFFARI del settore del Commercio all'ingrosso rispetto al trimestre precedente
(distribuzione % risposte delle imprese)

FORLI' - CESENA **1° trimestre 2012**

	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO ALL'INGROSSO	**15**	**43**	**42**	**-28**
Commercio all'ingrosso prodotti alimentari	3	43	55	-52
Commercio all'ingrosso non alimentari	27	44	29	-2
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	7	33	60	-53
10 dipendenti e oltre	17	47	36	-18

Fonte: Unioncamere - Indagine congiunturale per la provincia di Forlì-Cesena

Tavola 2
Andamento del VOLUME D'AFFARI del settore del Commercio all'ingrosso rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente (distribuzione % risposte delle imprese e variazione %)

FORLI' - CESENA **1° trimestre 2012**

	aumento	stabilità	diminuzione	Variaz. %
COMMERCIO ALL'INGROSSO	**19**	**41**	**40**	**-4,2**
Commercio all'ingrosso prodotti alimentari	12	43	45	-5,4
Commercio all'ingrosso non alimentari	25	39	35	-2,9
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	3	37	60	-9,1
10 dipendenti e oltre	24	43	33	-2,4

Fonte: Unioncamere - Indagine congiunturale per la provincia di Forlì-Cesena

Tavola 3
Previsioni relative al VOLUME D'AFFARI del settore del Commercio all'ingrosso nel trimestre successivo al trimestre di riferimento (distribuzione % risposte delle imprese)

FORLI' - CESENA **1° trimestre 2012**

	aumento	stabilità	diminu-zione	saldo
COMMERCIO ALL'INGROSSO	**13**	**62**	**25**	**-12**
Commercio all'ingrosso prodotti alimentari	14	52	34	-20
Commercio all'ingrosso non alimentari	12	73	15	-4
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	21	58	21	0
10 dipendenti e oltre	10	64	26	-16

Fonte: Unioncamere - Indagine congiunturale per la provincia di Forlì Cesena

Parte terza

Trasporti e magazzinaggio

Tavola 1
Andamento del VOLUME D'AFFARI del settore dei Trasporti e magazzinaggio rispetto al trimestre precedente
(distribuzione % risposte delle imprese)

FORLI' - CESENA **1° trimestre 2012**

	aumento	stabilità	diminu-zione	saldo
TRASPORTI E MAGAZZINAGGIO	**5**	**39**	**55**	**-50**
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	10	75	15	-5
10 dipendenti e oltre	5	32	63	-59

Fonte: Unioncamere - Indagine congiunturale per la provincia di Forlì Cesena

Tavola 2
Andamento del VOLUME D'AFFARI del settore dei Trasporti e magazzinaggio rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente
(distribuzione % risposte delle imprese e variazione %)

FORLI' - CESENA **1° trimestre 2012**

	aumento	stabilità	diminu-zione	Variaz. %
TRASPORTI E MAGAZZINAGGIO	**7**	**38**	**55**	**-6,0**
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	18	67	15	-2,1
10 dipendenti e oltre	5	32	63	-6,7

Fonte: Unioncamere - Indagine congiunturale per la provincia di Forlì Cesena

Tavola 3
Previsioni relative al VOLUME D'AFFARI del settore dei Trasporti e magazzinaggio nel trimestre successivo al trimestre di riferimento
(distribuzione % risposte delle imprese)

FORLI' - CESENA **1° trimestre 2012**

	aumento	stabilità	diminu-zione	saldo
TRASPORTI E MAGAZZINAGGIO	**26**	**43**	**31**	**-5**
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	21	49	30	-9
10 dipendenti e oltre	27	41	31	-4

Fonte: Unioncamere - Indagine congiunturale per la provincia di Forlì Cesena

Parte terza

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 2012**

	aumento	stabilità	diminu-zione	saldo
ALLOGGIO E RISTORAZIONE	**1**	**53**	**45**	**-44**
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	2	54	44	-42
10 dipendenti e oltre	0	53	47	-47

Fonte: Unioncamere - 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 2012**

	aumento	stabilità	diminu-zione	Variaz. %
ALLOGGIO E RISTORAZIONE	**1**	**45**	**54**	**-9,9**
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	2	52	46	-8,5
10 dipendenti e oltre	0	34	66	-11,9

Fonte: Unioncamere - 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 2012**

	aumento	stabilità	diminu-zione	saldo
ALLOGGIO E RISTORAZIONE	**19**	**51**	**30**	**-11**
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	12	64	24	-12
10 dipendenti e oltre	28	34	38	-11

Fonte: Unioncamere - 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*

COMMERCIO ALL'INGROSSO

Settori di indagine	ATECO 2007
Commercio all'ingrosso prodotti alimentari	46.3 COMMERCIO ALL'INGROSSO DI PRODOTTI ALIMENTARI, BEVANDE E PRODOTTI DEL TABACCO
Commercio all'ingrosso non alimentari	46.2 COMMERCIO ALL'INGROSSO DI MATERIE PRIME AGRICOLE E DI ANIMALI VIVI 46.4 COMMERCIO ALL'INGROSSO DI BENI DI CONSUMO FINALE 46.5 COMMERCIO ALL'INGROSSO DI APPARECCHIATURE ICT

TRASPORTI E MAGAZZINAGGIO

Settori di indagine	ATECO 2007
Trasporti e magazzinaggio	50 TRASPORTO MARITTIMO E PER VIE D'ACQUA 51 TRASPORTO AEREO 52 MAGAZZINAGGIO E ATTIVITÀ DI SUPPORTO AI TRASPORTI 53 SERVIZI POSTALI E ATTIVITÀ DI CORRIERE

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 dal Centro Studi Unioncamere per conto della Camera di Commercio di Forlì-Cesena, si rivolge trimestralmente ad un campione di circa 100 aziende con dipendenti. 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 dipendenti.

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).

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).

Anche l'indagine Unioncamere si basa sul principio che nelle rilevazioni campionarie condotte a cadenza periodica è opportuno non rinnovare completamente il campione ogni volta, ma mantenere nel campione per due o più interviste una predeterminata quota delle unità (panel), utilizzando la tecnica dei campioni ruotati. Per questo motivo, tenendo conto anche della necessità di ridurre il fastidio statistico per i rispondenti e il tasso di caduta delle interviste, si è scelto di ricorrere una domanda diretta in cui al termine di ogni contatto positivo si chiede la disponibilità dell'intervistato a essere contattato anche per il successivo trimestre.

Nell'indagine, condotta telefonicamente con la tecnica CATI, 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, a partire dal 1° trimestre 2012, sulla base del numero di addetti di ciascuna impresa / cluster d'appartenenza (sempre desunto dal Registro Imprese opportunamente integrato), abbandonando pertanto le procedure di ponderazione utilizzate fino al 4° trimestre 2011, che facevano riferimento alle variabili di bilancio.

Le interviste relative al 1° trimestre 2012 sono state realizzate nel mese di aprile 2012.

Nota metodologica

L'indagine congiunturale sulle imprese dei settori del commercio all'ingrosso, dei trasporti e del turismo, realizzata dal Centro Studi Unioncamere per conto della Camera di Commercio di Forlì-Cesena, si rivolge trimestralmente ad un campione di circa 150 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 4 settori di attività economica (commercio all'ingrosso prodotti alimentari, commercio all'ingrosso prodotti non alimentari, trasporti e magazzinaggio, alloggio e ristorazione).

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).

Anche l'indagine Unioncamere si basa sul principio che nelle rilevazioni campionarie condotte a cadenza periodica è opportuno non rinnovare completamente il campione ogni volta, ma mantenere nel campione per due o più interviste una predeterminata quota delle unità (panel), utilizzando la tecnica dei campioni ruotati. Per questo motivo, tenendo conto anche della necessità di ridurre il fastidio statistico per i rispondenti e il tasso di caduta delle interviste, si è scelto di ricorrere una domanda diretta in cui al termine di ogni contatto positivo si chiede la disponibilità dell'intervistato a essere contattato anche per il successivo trimestre.

Nell'indagine, condotta telefonicamente con la tecnica CATI, 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, a partire dal 1° trimestre 2012, sulla base del numero di dipendenti di ciascuna impresa / cluster d'appartenenza (sempre desunto dal Registro Imprese opportunamente integrato), abbandonando pertanto le procedure di ponderazione utilizzate fino al 4° trimestre 2011, che facevano riferimento alle variabili di bilancio.

Le interviste relative al 1° trimestre 2012 sono state realizzate nel mese di aprile 2012.