

**INDAGINE CONGIUNTURALE  
DELL'ECONOMIA PROVINCIALE**  
Sovracampionamento dell'indagine congiunturale

**AREA DELLA ROMAGNA**

Tavole statistiche

**Risultati del III trimestre 2019  
e previsioni per il IV 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** **3° trimestre 2019**

	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
<b>COMMERCIO AL DETTAGLIO</b>	<b>34</b>	<b>35</b>	<b>31</b>	<b>3</b>
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	29	47	24	5
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	30	33	36	-6
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	59	24	17	43
<b>CLASSI DIMENSIONALI</b>				
Piccola distribuzione	25	43	32	-6
Media distribuzione	29	32	39	-10
Grande distribuzione	48	24	27	21

*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** **3° trimestre 2019**

	aumento	stabilità	diminuzione	Variaz.%
<b>COMMERCIO AL DETTAGLIO</b>	<b>37</b>	<b>33</b>	<b>30</b>	<b>0,1</b>
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	27	48	25	0,6
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	37	32	31	-0,6
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	54	18	28	3,2
<b>CLASSI DIMENSIONALI</b>				
Piccola distribuzione	29	40	31	-0,7
Media distribuzione	29	38	33	-1,6
Grande distribuzione	53	21	26	1,9

*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** **3° trimestre 2019**

	esuberanti	adeguate	scarse
<b>COMMERCIO AL DETTAGLIO</b>	<b>11</b>	<b>88</b>	<b>1</b>
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	2	94	4
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	16	84	0
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	0	100	0
<b>CLASSI DIMENSIONALI</b>			
Piccola distribuzione	17	81	1
Media distribuzione	7	90	2
Grande distribuzione	4	96	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)

<b>Area ROMAGNA</b>		<b>3° trimestre 2019</b>			
	aumento	stabilità	diminuzione	saldo	
<b>COMMERCIO AL DETTAGLIO</b>	<b>15</b>	<b>57</b>	<b>28</b>	<b>-13</b>	
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	14	71	16	-2	
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	12	55	34	-22	
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	33	51	17	16	
<b>CLASSI DIMENSIONALI</b>					
Piccola distribuzione	7	64	30	-23	
Media distribuzione	15	45	40	-25	
Grande distribuzione	27	53	20	7	

*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)

<b>Area ROMAGNA</b>		<b>3° trimestre 2019</b>			
	in sviluppo	stabile	in diminu-zione	ritiro dal mercato	
<b>COMMERCIO AL DETTAGLIO</b>	<b>37</b>	<b>58</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	24	71	1	4	
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	45	48	5	2	
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	9	91	0	0	
<b>CLASSI DIMENSIONALI</b>					
Piccola distribuzione	35	58	5	3	
Media distribuzione	46	49	2	3	
Grande distribuzione	35	62	2	1	

*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)

<b>Area ROMAGNA</b>		<b>3° trimestre 2019</b>			
	aumento	stabilità	diminuzione	saldo	
<b>COMMERCIO AL DETTAGLIO</b>	<b>30</b>	<b>48</b>	<b>21</b>	<b>9</b>	
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	20	59	21	-1	
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	31	47	22	9	
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	40	43	17	24	
<b>CLASSI DIMENSIONALI</b>					
Piccola distribuzione	24	52	23	1	
Media distribuzione	26	49	25	0	
Grande distribuzione	41	43	16	25	

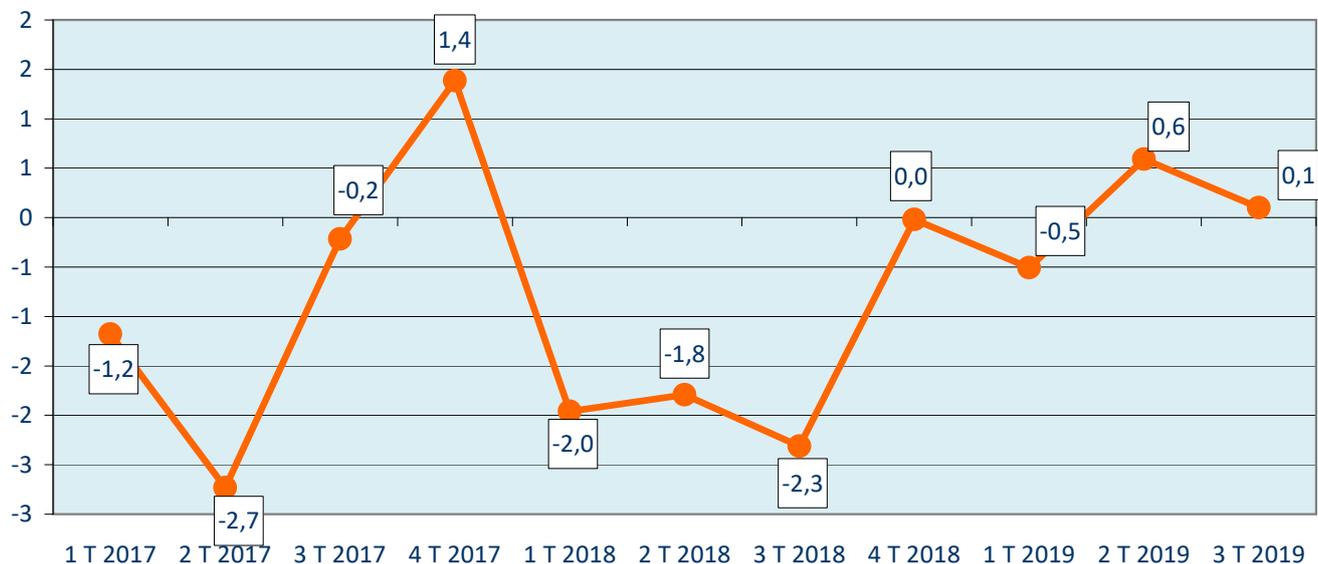
*Unioncamere e Camere di commercio dell'Emilia-Romagna, Indagine congiunturale per l'area della Romagna*

## Area della ROMAGNA

### Settore commercio al dettaglio

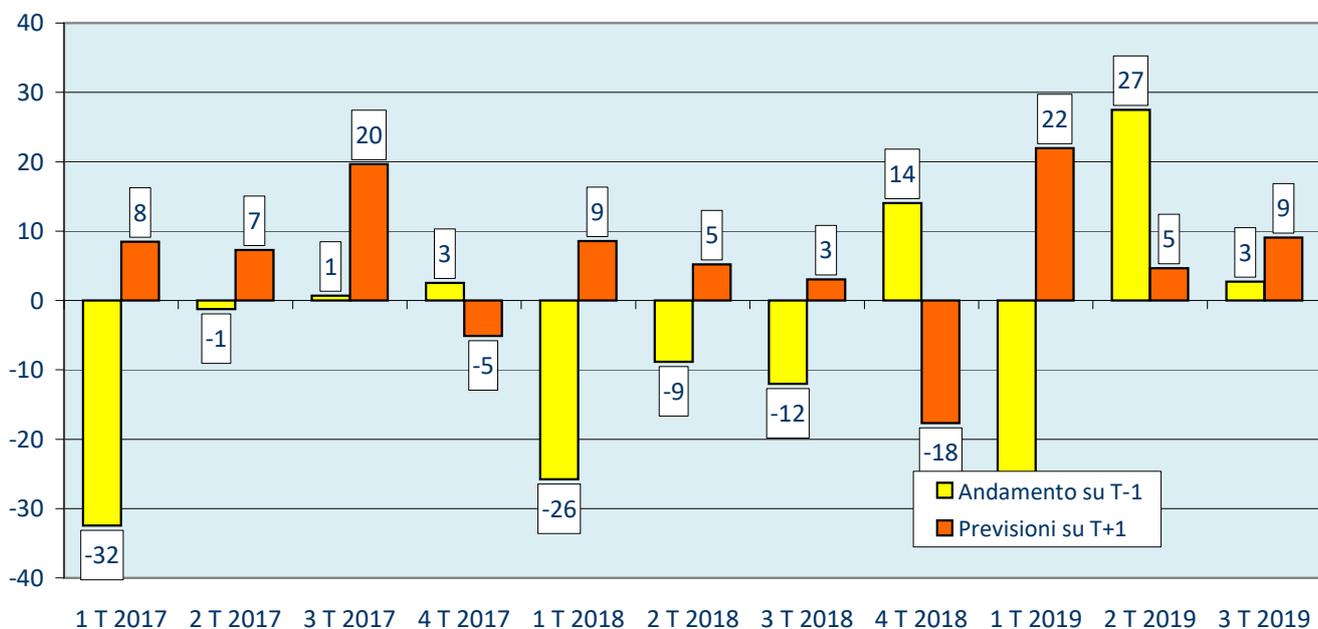
#### Serie storica dell'andamento delle vendite

(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	3° trimestre 2019			
	aumento	stabilità	diminu-zione	saldo
<b>ALLOGGIO E RISTORAZIONE</b>	<b>52</b>	<b>32</b>	<b>16</b>	<b>36</b>
<b>CLASSI DIMENSIONALI</b>				
1-9 dipendenti	39	39	22	17
10 dipendenti e oltre	60	27	13	48

*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	3° trimestre 2019			
	aumento	stabilità	diminu-zione	Variaz. %
<b>ALLOGGIO E RISTORAZIONE</b>	<b>27</b>	<b>43</b>	<b>30</b>	<b>-1,4</b>
<b>CLASSI DIMENSIONALI</b>				
1-9 dipendenti	13	69	18	-0,8
10 dipendenti e oltre	35	27	38	-1,7

*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	3° trimestre 2019			
	aumento	stabilità	diminu-zione	saldo
<b>ALLOGGIO E RISTORAZIONE</b>	<b>13</b>	<b>40</b>	<b>47</b>	<b>-34</b>
<b>CLASSI DIMENSIONALI</b>				
1-9 dipendenti	10	51	39	-30
10 dipendenti e oltre	15	34	51	-36

*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 3° trimestre 2019 sono state realizzate nel mese di ottobre 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 3° trimestre 2019 sono state realizzate nel mese di ottobre 2019.