



Indagine congiunturale sulle aziende commerciali

Tavole statistiche - Dati provinciali

REGIONE EMILIA ROMAGNA

**Risultati del 2° trimestre 2011
e previsioni per il 3° trimestre 2011**

Tavola 10.1

Andamento delle VENDITE rispetto al trimestre precedente per provincia
Quota di imprese che dichiarano aumento, stabilità e diminuzione

EMILIA-ROMAGNA

2° trimestre 2011

	Totale imprese		
	aumento	stabilità	diminuzione
TOTALE COMMERCIO AL DETTAGLIO	22	57	20
PROVINCE			
Bologna	14	66	20
Ferrara	29	57	14
Forlì	21	43	36
Modena	28	58	14
Parma	19	60	21
Piacenza	29	61	11
Ravenna	35	52	13
Reggio nell'Emilia	31	47	22
Rimini	10	53	36

Fonte: Unioncamere - Indagine congiunturale per la regione Emilia- Romagna

Tavola 10.2

Andamento delle VENDITE rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente per provincia
Quota di imprese che dichiarano aumento, stabilità e diminuzione

EMILIA-ROMAGNA

2° trimestre 2011

	Totale imprese			
	aumento	stabilità	diminuzione	var. %
TOTALE COMMERCIO AL DETTAGLIO	21	54	26	-0,7
PROVINCE				
Bologna	16	45	38	-1,2
Ferrara	18	66	17	-0,1
Forlì	29	38	33	-0,4
Modena	17	61	22	-0,4
Parma	28	49	24	-0,8
Piacenza	25	62	13	0,0
Ravenna	30	56	14	0,8
Reggio nell'Emilia	26	55	19	-0,4
Rimini	6	63	31	-2,6

Fonte: Unioncamere - Indagine congiunturale per la regione Emilia- Romagna

Tavola 10.3

Andamento previsto delle VENDITE nel trimestre successivo per provincia
Quota di imprese che dichiarano aumento, stabilità e diminuzione

EMILIA-ROMAGNA

2° trimestre 2011

	Totale imprese		
	aumento	stabilità	diminuzione
TOTALE COMMERCIO AL DETTAGLIO	29	57	15
PROVINCE			
Bologna	29	52	19
Ferrara	20	70	11
Forlì	36	51	14
Modena	28	60	12
Parma	22	61	17
Piacenza	42	45	13
Ravenna	40	52	8
Reggio nell'Emilia	16	72	12
Rimini	27	52	22

Fonte: Unioncamere - Indagine congiunturale per la regione Emilia- Romagna

Tavola 11**Consistenza delle GIACENZE a fine trimestre per provincia****Quota di imprese che dichiarano aumento, stabilità e diminuzione****EMILIA-ROMAGNA****2° trimestre 2011**

	Totale imprese		
	aumento	stabilità	diminuzione
TOTALE COMMERCIO AL DETTAGLIO	7	91	2
PROVINCE			
Bologna	4	93	2
Ferrara	5	93	2
Forlì	5	92	2
Modena	5	93	2
Parma	9	89	2
Piacenza	3	92	5
Ravenna	4	95	1
Reggio nell'Emilia	14	84	2
Rimini	12	82	5

Fonte: Unioncamere - Indagine congiunturale per la regione Emilia-Romagna

Tavola 12

Previsioni relative agli ORDINATIVI rivolti ai fornitori nel trimestre successivo per provincia. Quota di imprese che dichiarano aumento, stabilità e diminuzione

EMILIA-ROMAGNA**2° trimestre 2011**

	Totale imprese		
	aumento	stabilità	diminuzione
TOTALE COMMERCIO AL DETTAGLIO	21	66	14
PROVINCE			
Bologna	19	66	15
Ferrara	13	75	11
Forlì	33	53	15
Modena	17	73	10
Parma	18	67	15
Piacenza	36	52	11
Ravenna	27	65	7
Reggio nell'Emilia	11	74	15
Rimini	20	57	22

Fonte: Unioncamere - Indagine congiunturale per la regione Emilia-Romagna

Tavola 13

Orientamento delle imprese circa l'EVOLUZIONE della propria attività nei dodici mesi successivi per provincia. (distribuzione % risposte delle imprese)

EMILIA-ROMAGNA**2° trimestre 2011**

	Totale imprese			
	in sviluppo	stabile	in dimi- nuzione	ritiro dal mercato
TOTALE COMMERCIO AL DETTAGLIO	30	68	2	1
PROVINCE				
Bologna	38	59	1	1
Ferrara	33	65	1	0
Forlì	23	74	2	0
Modena	33	64	3	0
Parma	21	76	2	1
Piacenza	25	74	1	0
Ravenna	38	61	1	0
Reggio nell'Emilia	15	81	3	1
Rimini	23	75	2	0

Fonte: Unioncamere - Indagine congiunturale per la regione Emilia- Romagna

Nota metodologica

L'indagine congiunturale sulle imprese del commercio al dettaglio, realizzata dal Centro Studi Unioncamere per conto di Unioncamere Emilia Romagna, si rivolge trimestralmente ad un campione di circa 750 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 tre classi dimensionali (da 1 a 5 dipendenti, 6-19 dip. e 20 dipendenti e oltre), per 5 settori di attività economica (ipermercati, supermercati e grandi magazzini, commercio al dettaglio di prodotti alimentari, commercio al dettaglio di abbigliamento e accessori, commercio al dettaglio di prodotti per la casa ed elettrodomestici e commercio al dettaglio di altri 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).

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. Mediamente la quota panel si aggira intorno al 40%.

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 e i dodici mesi successivi al trimestre di indagine (ad es. del volume degli ordini emessi nei confronti dei fornitori).

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 valore aggiunto per addetto (desunto da un database statistico di bilanci stratificato e aggiornato al 2007), che viene moltiplicato per il numero di dipendenti di ciascuna impresa/dominio.

Le interviste relative al 2° trimestre 2011 sono state realizzate nel mese di luglio (2011).