

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

**PROVINCIA DI RIMINI**

Tavole statistiche

**Risultati del IV trimestre 2022  
e previsioni per il I trimestre 2023**

# 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
Tavola 7	Andamento degli investimenti nel 2022 rispetto al 2021 e al 2019 (periodo pre Covid) e principale destinazione degli stessi

## 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	4° trimestre 2022			
	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
<b>COMMERCIO AL DETTAGLIO</b>	<b>32</b>	<b>40</b>	<b>29</b>	<b>3</b>
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	17	40	43	-26
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	25	45	30	-6
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	88	12	0	88
<b>CLASSI DIMENSIONALI</b>				
Piccola distribuzione	21	40	39	-18
Media distribuzione	19	49	33	-14
Grande distribuzione	55	34	12	43

*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	4° trimestre 2022			
	aumento	stabilità	diminuzione	Variaz.%
<b>COMMERCIO AL DETTAGLIO</b>	<b>55</b>	<b>23</b>	<b>22</b>	<b>1,7</b>
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	33	40	28	-2,1
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	54	21	25	1,9
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	88	12	0	5,6
<b>CLASSI DIMENSIONALI</b>				
Piccola distribuzione	50	25	25	1,2
Media distribuzione	38	36	26	0,3
Grande distribuzione	72	13	16	3,1

*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	4° trimestre 2022		
	esuberanti	adeguate	scarse
<b>COMMERCIO AL DETTAGLIO</b>	<b>3</b>	<b>94</b>	<b>3</b>
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	0	96	4
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	5	93	3
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	0	100	0
<b>CLASSI DIMENSIONALI</b>			
Piccola distribuzione	3	92	5
Media distribuzione	6	94	0
Grande distribuzione	3	97	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	4° trimestre 2022			
	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
<b>COMMERCIO AL DETTAGLIO</b>	<b>5</b>	<b>80</b>	<b>15</b>	<b>-11</b>
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	0	70	30	-30
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	7	83	11	-4
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	0	81	19	-19
<b>CLASSI DIMENSIONALI</b>				
Piccola distribuzione	3	76	21	-19
Media distribuzione	8	83	8	0
Grande distribuzione	5	85	10	-5

*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	4° trimestre 2022			
	in sviluppo	stabile	in diminuzione	ritiro dal mercato
<b>COMMERCIO AL DETTAGLIO</b>	<b>49</b>	<b>48</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	20	73	5	2
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	51	46	2	1
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	78	22	0	0
<b>CLASSI DIMENSIONALI</b>				
Piccola distribuzione	29	70	0	1
Media distribuzione	53	42	4	1
Grande distribuzione	76	19	4	1

*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	4° trimestre 2022			
	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
<b>COMMERCIO AL DETTAGLIO</b>	<b>5</b>	<b>81</b>	<b>14</b>	<b>-9</b>
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	4	77	19	-15
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	6	78	16	-10
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	0	100	0	0
<b>CLASSI DIMENSIONALI</b>				
Piccola distribuzione	3	79	19	-16
Media distribuzione	11	75	14	-4
Grande distribuzione	5	87	8	-3

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

**Tavola 7**  
**Andamento degli investimenti nel 2022 rispetto al 2021 e al 2019 (periodo pre Covid) e principale destinazione degli stessi**  
(distribuzione % risposte delle imprese che dichiarano di effettuare investimenti)

**RIMINI**

**4° trimestre 2022**

Imprese che hanno realiz- zato investi- menti (%)	Andamento degli investimenti rispetto al 2021			Andamento degli investimenti rispetto al 2019			Destinazione degli investimenti (1)									
	Superiori	Uguali	Inferiori	Superiori	Uguali	Inferiori	Acquisto impianti e/o macchinari uguali a quelli esistenti	Introduzione nuovi impianti e/o macchinari innovativi	Migliora- mento di prodotti esistenti	Introdu-zione nuovi prodotti	Marchi e brevetti	Sviluppo della distribu- zione	Acquisto computer e software	Apertura nuova sede, rinnovo sede	Altro	
<b>TOTALE</b>	20	27	71	2	22	56	21	52	31	14	13	3	21	25	22	4
<b>SETTORI DI ATTIVITA'</b>																
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	9	42	47	11	0	100	0	47	73	27	53	0	0	43	0	0
Commercio al dettaglio di prod. non aliment.	24	28	71	1	27	48	25	48	29	14	10	3	26	26	17	5
Ipermercati, supermercati e grandi magazz.	12	0	100	0	0	100	0	100	0	0	0	0	0	100	0	0

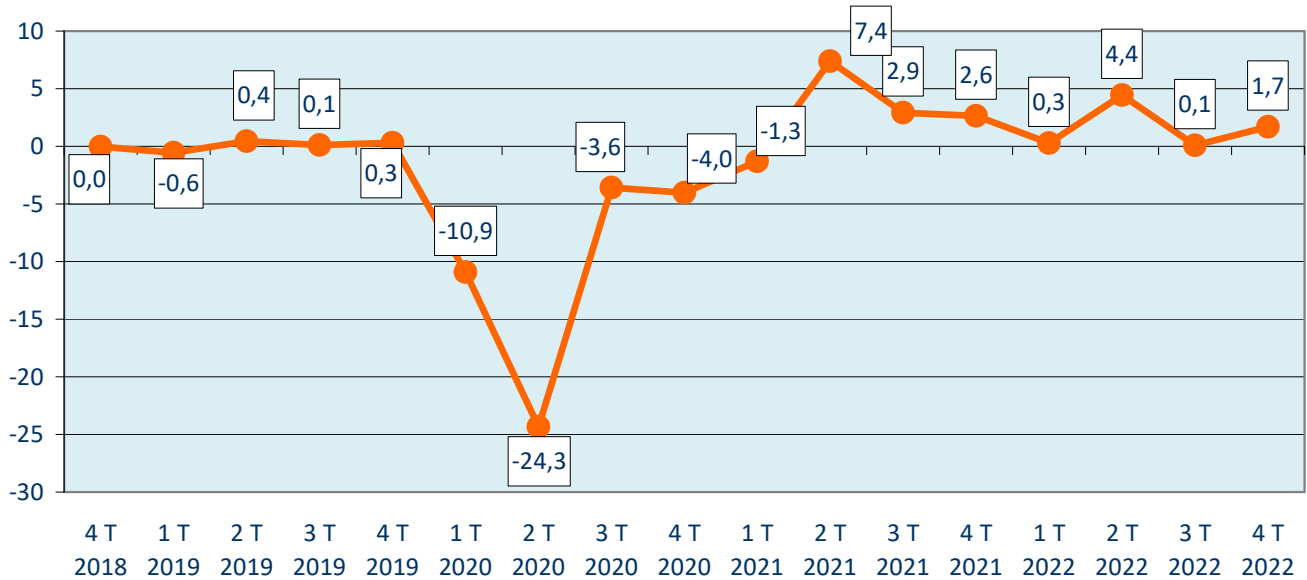
(1) La somma dei valori percentuali può superare il 100% in quanto le imprese possono indicare più di una modalità di destinazione degli investimenti  
*Unioncamere e Camere di commercio dell'Emilia-Romagna, Indagine congiunturale per la provincia di Rimini*

## Provincia di RIMINI

### Settore commercio al dettaglio

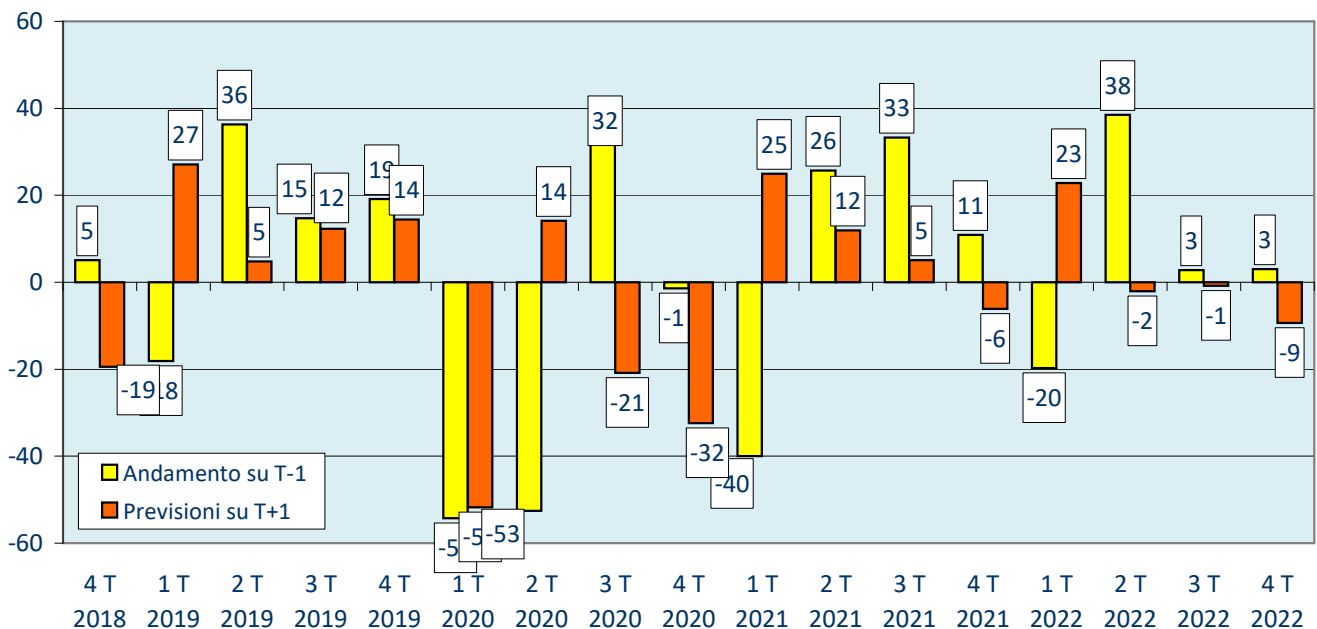
#### Serie storica dell'andamento delle vendite

(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	4° trimestre 2022			
	aumento	stabilità	diminu-zione	saldo
<b>ALLOGGIO E RISTORAZIONE</b>	<b>14</b>	<b>35</b>	<b>52</b>	<b>-38</b>
<b>CLASSI DIMENSIONALI</b>				
1-9 dipendenti	11	37	52	-41
10 dipendenti e oltre	15	33	52	-36

*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	4° trimestre 2022			
	aumento	stabilità	diminu-zione	Variaz. %
<b>ALLOGGIO E RISTORAZIONE</b>	<b>55</b>	<b>37</b>	<b>8</b>	<b>9,6</b>
<b>CLASSI DIMENSIONALI</b>				
1-9 dipendenti	29	64	7	2,3
10 dipendenti e oltre	69	23	8	13,4

*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	4° trimestre 2022			
	aumento	stabilità	diminu-zione	saldo
<b>ALLOGGIO E RISTORAZIONE</b>	<b>24</b>	<b>60</b>	<b>16</b>	<b>8</b>
<b>CLASSI DIMENSIONALI</b>				
1-9 dipendenti	15	69	15	0
10 dipendenti e oltre	28	56	16	12

*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 <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 4° trimestre 2022 sono state realizzate nel mese di gennaio 2023.

## 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 4° trimestre 2022 sono state realizzate nel mese di gennaio 2023.