

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

AREA DELLA ROMAGNA

Tavole statistiche

**Risultati del II trimestre 2024
e previsioni per il III trimestre 2024**

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				2° trimestre 2024
	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO AL DETTAGLIO	31	42	26	5
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	20	48	31	-11
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	34	43	22	12
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	31	32	38	-7
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	29	42	29	0
Media distribuzione	39	42	19	19
Grande distribuzione	32	42	26	5

*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				2° trimestre 2024
	aumento	stabilità	diminuzione	Variaz.%
COMMERCIO AL DETTAGLIO	30	33	37	-0,7
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	21	37	42	-1,5
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	33	36	32	-0,3
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	28	18	54	-1,7
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	31	34	36	-0,3
Media distribuzione	34	34	32	0,1
Grande distribuzione	27	32	41	-1,6

*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			2° trimestre 2024
	esuberanti	adeguate	scarse
COMMERCIO AL DETTAGLIO	11	85	4
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	9	84	7
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	14	83	3
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	0	93	7
CLASSI DIMENSIONALI			
Piccola distribuzione	16	80	4
Media distribuzione	11	86	3
Grande distribuzione	5	91	4

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)Area ROMAGNA 2° trimestre 2024

	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO AL DETTAGLIO	13	65	21	-8
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	20	67	13	7
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	8	68	23	-15
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	25	51	24	1
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	9	67	24	-14
Media distribuzione	14	65	21	-7
Grande distribuzione	18	64	19	-1

*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)Area ROMAGNA 2° trimestre 2024

	in sviluppo	stabile	in diminuzione	ritiro dal mercato
COMMERCIO AL DETTAGLIO	23	72	3	1
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	16	84	0	0
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	25	70	4	1
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	27	70	3	0
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	19	78	2	1
Media distribuzione	28	65	5	2
Grande distribuzione	27	68	4	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)Area ROMAGNA 2° trimestre 2024

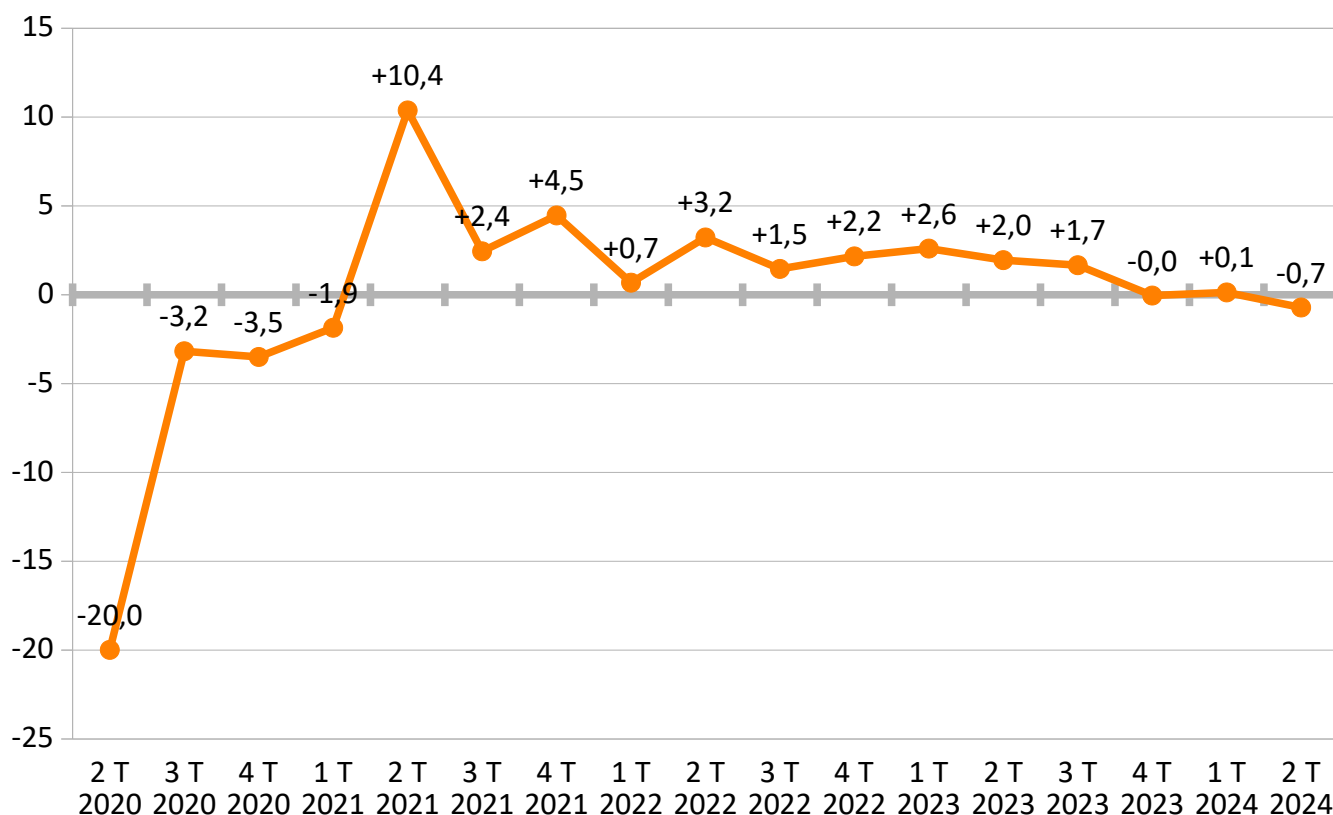
	aumento	stabilità	diminuzione	saldo
COMMERCIO AL DETTAGLIO	21	64	15	7
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	24	62	14	9
Commercio al dettaglio di prodotti non alimentari	18	70	13	5
Ipermercati, supermercati e grandi magazzini	33	43	24	9
CLASSI DIMENSIONALI				
Piccola distribuzione	16	68	16	0
Media distribuzione	28	64	9	19
Grande distribuzione	25	60	16	9

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

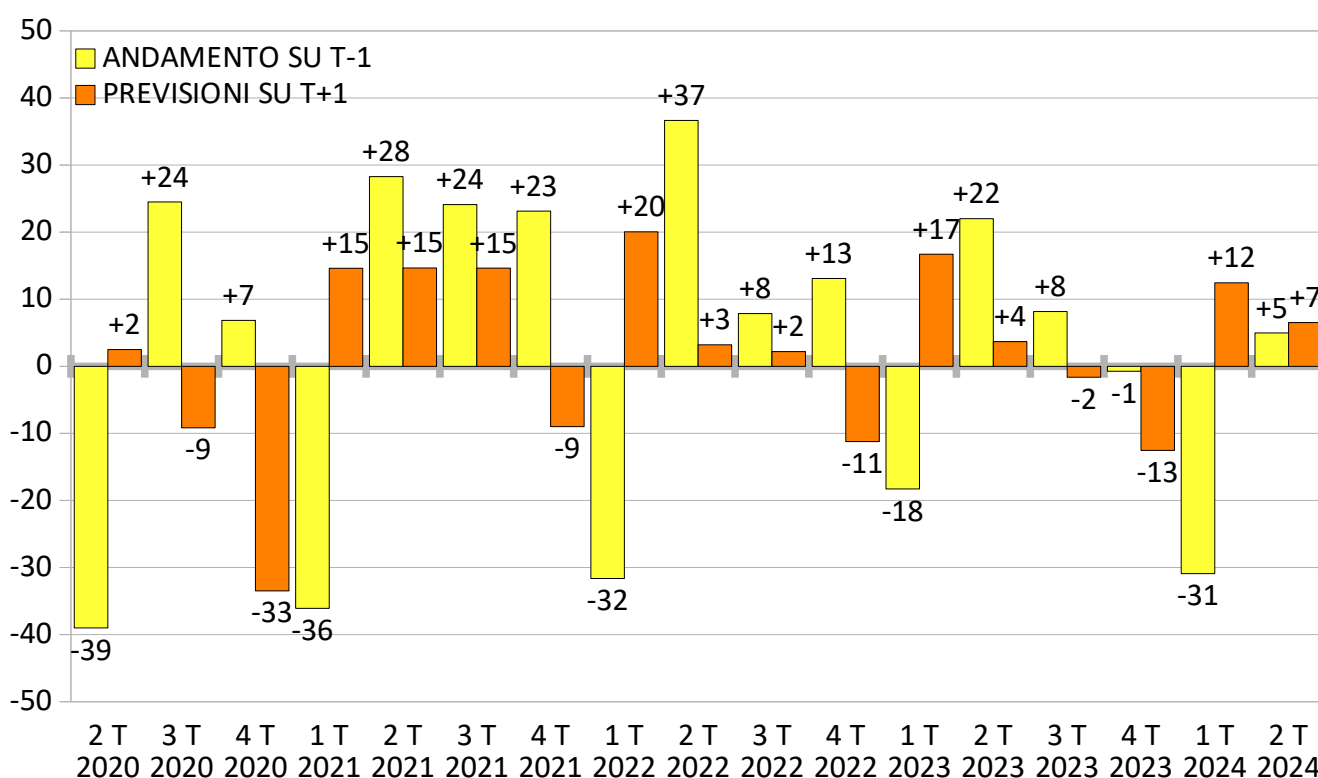
Area della ROMAGNA

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				2° trimestre 2024
	aumento	stabilità	diminu-zione	saldo
ALLOGGIO E RISTORAZIONE	51	35	14	37
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	36	50	14	21
10 dipendenti e oltre	59	27	14	45

*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				2° trimestre 2024
	aumento	stabilità	diminu-zione	Variaz. %
ALLOGGIO E RISTORAZIONE	37	47	16	2,3
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	21	60	19	0,7
10 dipendenti e oltre	46	39	15	3,2

*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				2° trimestre 2024
	aumento	stabilità	diminu-zione	saldo
ALLOGGIO E RISTORAZIONE	41	47	12	29
CLASSI DIMENSIONALI				
1-9 dipendenti	26	64	10	16
10 dipendenti e oltre	49	38	13	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 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 2° trimestre 2024 sono state realizzate nel mese di luglio 2024.

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 2° trimestre 2024 sono state realizzate nel mese di luglio 2024.