



UNIONCAMERE
EMILIA-ROMAGNA

31 dicembre 2021

Congiuntura del Commercio al Dettaglio

indagine delle Camere di commercio
dell'Emilia-Romagna
sulle imprese fino a 500 addetti

<http://www.ucer.camcom.it>

congiuntura del dettaglio in Emilia-Romagna indagine sulle piccole e medie imprese fino a 500 addetti

Dopo un indebolimento della ripresa nell'estate, la tendenza positiva delle vendite si è chiaramente rafforzata nell'ultimo trimestre dell'anno (+4,7 per cento), nonostante la ripresa della pandemia nell'autunno. L'anno si è quindi chiuso con un recupero delle vendite del 4,2 per cento che non ha però permesso di raggiungere il livello del 2019. L'indicazione emerge dall'indagine congiunturale sul commercio al dettaglio realizzata in collaborazione tra Camere di commercio e Unioncamere Emilia-Romagna.

La congiuntura del trimestre

L'andamento complessivo

Rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, tra ottobre e dicembre le vendite a prezzi correnti degli esercizi al dettaglio in sede fissa dell'Emilia-Romagna sono aumentate di nuovo (+4,7 per cento), con un ritmo più rapido di quello del trimestre precedente e hanno superato quelle del quarto trimestre 2019 dell'1,4 per cento.

La diffusione della tendenza positiva emerge chiara dai **giudizi delle imprese**. La quota delle imprese con **vendite** in aumento rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente è di nuovo risalita e si è portata al 49,6 per cento, un livello prossimo al massimo degli ultimi 6 anni toccato nel secondo trimestre dello scorso anno. Ma anche il peso delle imprese con vendite inferiori ha avuto una lieve risalita al 27,3 per cento. Il saldo tra le quote delle imprese che hanno rilevato un aumento o una diminuzione tendenziale delle vendite è quindi migliorato salendo a +22,3 punti, un dato molto elevato di poco inferiore a quello rilevato nella primavera 2021.

Anche i giudizi relativi alle **giacenze** nel trimestre sono risultati positivi, ma non si sono ulteriormente alleggeriti. La quota delle imprese che hanno giudicato le giacenze eccedenti (8,9 per cento) ha avuto un lieve aumento, ma è rimasta contenuta. Anche la quota delle imprese che hanno avuto giacenze scarse è diminuita lievemente (4,4 per cento). Nel complesso il saldo dei giudizi è peggiorato leggermente scendendo a quota -4,5 ma è rimasto vicino ai minimi rilevati nell'estate 2021.

A fine anno, le **attese** erano chiaramente orientate a una netta riduzione delle vendite nel corso del primo trimestre del 2022, di nuovo appesantite dalla forte ripresa della pandemia oltre che dalla stagionalità. La quota delle imprese che si

attendevano un aumento del fatturato è scesa al 12,9 per cento, un valore tra i più contenuti dell'ultimo decennio, mentre le imprese con prospettive negative sono salite fino al 36,0 per cento. Ne è risultato un eccezionale peggioramento di 45,3 punti del saldo, sceso a quota -23,2.

Le tipologie del dettaglio

Il recupero del livello complessivo delle vendite dell'ultimo trimestre del 2019 non costituisce un ritorno al passato. La pandemia ha decisamente accentuato i processi di cambiamento che da anni caratterizzano il settore del commercio e i comportamenti dei consumatori, con effetti che emergono con la disaggregazione dei dati. Nel trimestre in esame la ripresa delle vendite non ha interessato tutte le tipologie del dettaglio, anzi è stata ancora trainata dal boom dei consumi non alimentari precedentemente dilazionati a seguito della pandemia.

Le vendite dello **specializzato alimentare** si sono ridotte lievemente rispetto allo stesso trimestre del 2020 (-0,1 per cento), arretrando ulteriormente rispetto al livello dello stesso trimestre del 2019 (-1,2 per cento). Il peggioramento della tendenza è attestato dall'andamento dei giudizi delle imprese sulle vendite correnti rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente il cui saldo è ritornato negativo (-2,9) con un peggioramento di 8,0 punti dovuto soprattutto alla discesa della quota delle imprese che ne hanno segnalato un aumento. Il saldo dei giudizi delle imprese sulle vendite attese nel corso del primo trimestre 2022 è sceso sugli stessi livelli dell'ultimo trimestre del 2020 (-37,6) con un crollo di 52,8 punti. Al contrario, il dettaglio **specializzato non alimentare** ha beneficiato di un ulteriore incremento delle vendite (+7,5 per cento), molto più ampio di quello del trimestre precedente, connesso al recupero dei consumi. Comunque, le vendite correnti sono risultate ancora lievemente al di sotto del livello dello stesso trimestre del 2019 (-0,6 per cento). Il rafforzamento della tendenza positiva è emerso anche dall'andamento dei giudizi delle imprese sulle vendite correnti rispetto a un anno prima. Il cui saldo ha fatto un balzo di 24,0 punti risalendo a quota +39,8 il terzo dato più elevato dell'ultimo decennio. Sia per effetto della stagionalità, sia per la ripresa della pandemia, il saldo dei giudizi delle imprese sulle vendite attese è caduto di 37,9 punti, è divenuto negativo (-25,4), ma è rimasto ben al di sopra del livello dell'ultimo trimestre del 2020.

Tra le tipologie del dettaglio non alimentare prese in esame, le vendite di **abbigliamento e accessori** sono aumentate dell'11,1 per cento rispetto allo stesso trimestre del 2020, con una decisa accentuazione della tendenza positiva. Ma per effetto della pandemia e delle variazioni dei comportamenti dei consumatori le vendite sono risultate inferiori a quelle dell'ultimo trimestre del 2019 del 9,3 per cento. Al contrario, le vendite di **prodotti per la casa ed elettrodomestici** hanno avuto una crescita più contenuta (+7,7 per cento) rispetto allo stesso trimestre del 2020, ma grazie alla migliore resilienza mostrata in precedenza sono risultate superiori a quelle dell'ultimo trimestre del 2019 dell'8,5 per cento. La ripresa tendenziale delle vendite di **altri prodotti non alimentari** si è avviata tra aprile e giugno 2021, è apparsa contenuta nel trimestre (+5,8 per cento), ma ha comunque permesso di recuperare il livello delle vendite dello stesso periodo del 2019 (+0,7 per cento).

Infine, anche **iper, super e grandi magazzini** non hanno beneficiato della complessiva ripresa dei consumi di fine anno e dopo dieci variazioni positive consecutive hanno fatto segnare una lieve flessione tendenziale delle vendite (-0,2 per cento). Comunque, grazie anche alla capacità di gestire le aperture e di effettuare consegne a domicilio durante la pandemia, le loro vendite correnti sono risultate superiori a quelle dello stesso periodo del 2019 del 9,1 per cento. Lo stop alla tendenza positiva è testimoniato dall'andamento del saldo dei giudizi delle imprese sulle vendite correnti rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente che è precipitato per 46,6 punti fino a quota -11,4. Anche il saldo dei giudizi sulle aspettative di vendita è peggiorato, ma con una enorme caduta di 62,2 punti è risultato solo leggermente negativo (-3,9), lo stesso livello della fine del 2019.

La dimensione delle imprese

Anche la disaggregazione dei dati economici in funzione della dimensione delle imprese testimonia dell'accelerazione dei processi di cambiamento in corso da anni nel settore del commercio. Se i dati tendenziali trimestrali non mostrano una marcata correlazione positiva dell'andamento delle vendite con la dimensione aziendale, questa emerge chiaramente se si considerano le variazioni rispetto allo stesso trimestre del 2019.

Nell'ultimo trimestre dell'anno, le vendite della piccola distribuzione da 1 a 5 addetti sono aumentate del 4,0 per cento rispetto allo stesso periodo del 2020, quelle delle imprese di media dimensione da 6 a 19 addetti hanno ottenuto un incremento superiore (+5,3 per cento) e il ritmo di crescita delle vendite delle imprese di maggiore dimensione con almeno 20 addetti è risultato sostanzialmente lo stesso (+5,0 per cento).

Ma dal confronto tra il livello delle vendite del trimestre in esame e quello dello stesso trimestre del 2019 emerge una chiara correlazione positiva con la dimensione di impresa. Le vendite correnti della piccola distribuzione sono

risultate ancora inferiori a quelle del 2019 (-0,8 per cento), mentre quelle delle strutture del dettaglio di media dimensione hanno pienamente recuperato quel livello superandolo lievemente (+0,3 per cento). A fare la differenza è il risultato ottenuto dalle imprese di maggiore dimensione che hanno resistito meglio durante la fase dura della pandemia, grazie alla possibilità di darsi diverse forme di organizzazione. Le loro vendite sono risultate nettamente superiori a quelle dello stesso trimestre del 2019 (+4,2 per cento).

Anche la distribuzione delle valutazioni in merito alle vendite attese nel prossimo trimestre mostra una correlazione positiva con la dimensione d'impresa. Il saldo delle aspettative è sprofondato a quota -28,8 per le imprese di piccola dimensione, è ritornato negativo (-20,9 punti) per quelle di media dimensione, ed è scivolato solo fino a quota -17,8 per le imprese di maggiori dimensioni, ma con la più ampia inversione di tendenza.

La congiuntura nel 2021

Il commercio al dettaglio è stato duramente colpito dalla pandemia nel 2020, ma lo scorso anno ha colto solo in parte la successiva ripresa, frenato ancora dalla pandemia nel primo trimestre, ma soprattutto dall'accelerazione dei processi di cambiamento in corso nel settore del commercio e nei comportamenti dei consumatori. Il 2021 si è chiuso con un recupero del valore delle vendite del 4,2 per cento. È stata la crescita più ampia mai registrata dall'avvio della rilevazione, ma non ha permesso di recuperare il valore delle vendite realizzate nel 2019 rispetto al quale quelle del 2021 sono risultate ancora inferiori del 2,8 per cento.

Le tipologie del dettaglio

Disaggregando i dati economici in funzione della tipologia del commercio al dettaglio emergono notevoli differenze.

Nel complesso del 2021 la ripresa delle vendite è stata trainata dal boom dello specializzato non alimentare, sostenuto dal recupero dei consumi dilazionati in precedenza a seguito della pandemia, ma non si è estesa alle strutture dello specializzato alimentare.

In particolare, le vendite della distribuzione **specializzata alimentare** hanno subito un leggero e ulteriore taglio dello 0,6 per cento rispetto al 2020 tanto da risultare inferiori rispetto a quelle del 2019 del 2,7 per cento. Al contrario, le vendite delle imprese **specializzate non alimentari** hanno realizzato un notevole recupero superando quelle del 2020 del 6,5 per cento. Ma per l'ampiezza dell'arretramento subito nel 2020 il livello delle vendite dello scorso anno è rimasto ancora ben lontano da quello del 2019 (-6,8 per cento).

Il dato complessivo nasconde poi una notevole differenziazione all'interno del comparto non alimentare. Le vendite realizzate dal dettaglio specializzato in **abbigliamento e accessori** sono aumentate del 6,2 per cento lo scorso anno, ma per il duro colpo subito nel 2020 sono risultate ancora inferiori rispetto a quelle

del 2019 di quasi un quinto (-18,7 per cento). Il recupero delle vendite delle strutture specializzate in **prodotti per la casa e elettrodomestici** è stato decisamente più marcato rispetto al 2020 (+10,6 per cento), grazie anche all'effetto bonus, e ha permesso al comparto superare decisamente il valore realizzato nel 2019 (+3,7 per cento). Le vendite del complesso eterogeneo degli **altri prodotti non alimentari** hanno ottenuto un ben più contenuto recupero rispetto al 2020 (+5,5 per cento) e sono rimaste ben lungi dall'avvicinare il livello del 2019 rispetto al quale sono risultate inferiori del 4,0 per cento.

Ipermercati, supermercati e grandi magazzini avevano decisamente beneficiato della situazione venutasi a creare nel 2020, grazie a una maggiore capacità organizzativa, di gestione della difficile contingenza e di effettuare consegne a domicilio. Su questa base sono riusciti a capitalizzare un ulteriore, anche se più contenuto, aumento delle vendite nel corso del 2021 (+1,1 per cento) che sono così risultate superiori a quelle del 2019 di ben l'8,6 per cento.

La dimensione delle imprese

I risultati dello scorso anno non confermano l'esistenza di una correlazione positiva tra la dimensione aziendale e l'andamento delle vendite, ma questa emerge chiaramente se si considera la variazione delle vendite nell'ultimo biennio.

L'anno si è chiuso con un recupero delle vendite per tutte le classi dimensionali. Quelle delle strutture della **piccola distribuzione** sono salite del 4,2 per cento, ma il crollo che avevano subito nel 2020 le ha mantenute comunque al di sotto di quelle del 2019 del 6,3 per cento. Le imprese distributive di **media dimensione** hanno ottenuto un ben più limitato recupero delle vendite lo scorso anno (+2,9 per cento), risultato anch'esso insufficiente per avvicinare il livello antecedente alla pandemia rispetto al quale sono risultate ancora inferiori del 5,1 per cento. Solo le imprese distributive di **maggior dimensione** che avevano contenuto sensibilmente l'andamento negativo nel 2020 sono riuscite a superare le vendite realizzate nel 2019 (+1,8 per cento), avendo ottenuto ancora una volta il risultato migliore anche nel 2021 con il più ampio incremento delle vendite salite del 4,6 per cento.

Il registro delle imprese

La tendenza alla riduzione della base imprenditoriale del commercio al dettaglio avviata all'inizio del 2012 era andata accentuandosi decisamente e progressivamente dalla seconda metà del 2016, ma gli effetti delle misure di sostegno a favore delle attività introdotte a seguito della pandemia hanno condotto prima a un progressivo rallentamento di questa tendenza negativa nel corso del 2020 e nel primo trimestre del 2021, poi a una sua inversione in positivo e quindi a un rafforzamento della tendenza crescente nei due trimestri finali dell'anno.

Le imprese attive nel commercio al dettaglio sono risultate 42.898 al 31 dicembre 2021. Rispetto ad un anno prima la loro consistenza è aumentata dello 0,4 per cento (+183 unità). L'andamento è risultato anche questa volta sensibilmente migliore di quello a livello nazionale che ha visto ridursi di nuovo e più rapidamente la base imprenditoriale del settore (-0,9 per cento).

In termini forma giuridica la variazione rilevata in ambito regionale continua a essere frutto della composizione tra due tendenze contrarie. La prima e più rilevante è una tendenza positiva, costituita soprattutto da un incremento delle **società di capitale** (+6,1 per cento, +296 unità) da sempre più rapido e divenuto poi anche più ampio del movimento negativo. Con la ripresa post pandemia anche la tendenza alla riduzione delle **ditte individuali** si è invertita in positivo nel secondo trimestre 2021, dando luogo al primo incremento tendenziale delle ditte individuali del dettaglio dalla fine del 2011, e nel trimestre in esame ha trovato ulteriore conferma (+65 unità, +0,2 per cento), forse anche per l'aumento delle imprese marginali che operano come forma di auto impiego. La seconda tendenza è data da un vasto movimento negativo, originato da una veloce e ampia diminuzione delle **società di persone** (-2,0 per cento, -175 unità). L'aumento delle società di capitali e la riduzione di quelle di persone sono favoriti dall'attrattiva della normativa relativa alle società a responsabilità limitata. Infine, anche l'insieme assai meno numeroso delle **cooperative e dei consorzi** ha confermato la tendenza alla flessione nel trimestre (-1,5 per cento).

Uno sguardo più lontano nel tempo

Consideriamo l'ultimo decennio. Nel 2011 la base imprenditoriale del commercio al dettaglio regionale constava di 48.480 imprese. Da allora alla fine del 2021 si è ridotta dell'11,5 per cento, ovvero ha perso 5.582 imprese. La riduzione a cui si è assistito testimonia certamente della lunga serie di difficoltà affrontate dal settore del commercio al dettaglio a seguito dei cambiamenti strutturali interni, dello sviluppo del commercio elettronico e dei cambiamenti di comportamento dei consumatori.

Gli effetti delle crisi affrontate, della variazione dell'organizzazione del settore e della normativa hanno mutato la composizione per **forma giuridica** della base imprenditoriale regionale. L'aumento vertiginoso delle **società di capitale** (+43,5 per cento, +1.566 imprese) le ha portate a costituire il 12,0 per cento delle imprese del settore, con un aumento di 4,6 punti percentuali della quota in dieci anni. Anche il piccolo raggruppamento dato da **consorzi e cooperative**, nonostante le difficoltà, ha lievemente aumentato la sua consistenza (+5,3 per cento), tanto da avere incrementato di un decimo di punto percentuale la sua quota della base imprenditoriale salita allo 0,5 per cento. Le altre tipologie di impresa hanno visto ridursi la loro consistenza nel decennio. Le **società di persone** sono diminuite del 24,3 per cento (-2.703 imprese) e la loro quota è scesa di 3,3 punti percentuali al 9,7 per cento. La tendenza negativa è stata però

determinata dalla perdita di 4.455 **ditte individuali** (-13,3 per cento), divenute pari al 67,8 per cento del totale con una riduzione di 1,4 punti percentuali.

Ulteriori approfondimenti

Le analisi: <http://www.ucer.camcom.it/studi-ricerche/analisi/os-congiuntura-commercio>

Dati regionali: <https://www.ucer.camcom.it/studi-ricerche/dati/bd/congiunt/com-det-r>

Dati provinciali: <http://www.ucer.camcom.it/studi-ricerche/dati/bd/congiunt/provinciali-p>

I nostri feed RSS

Notizie del Centro Studi: <http://www.ucer.camcom.it/studi-ricerche/news>

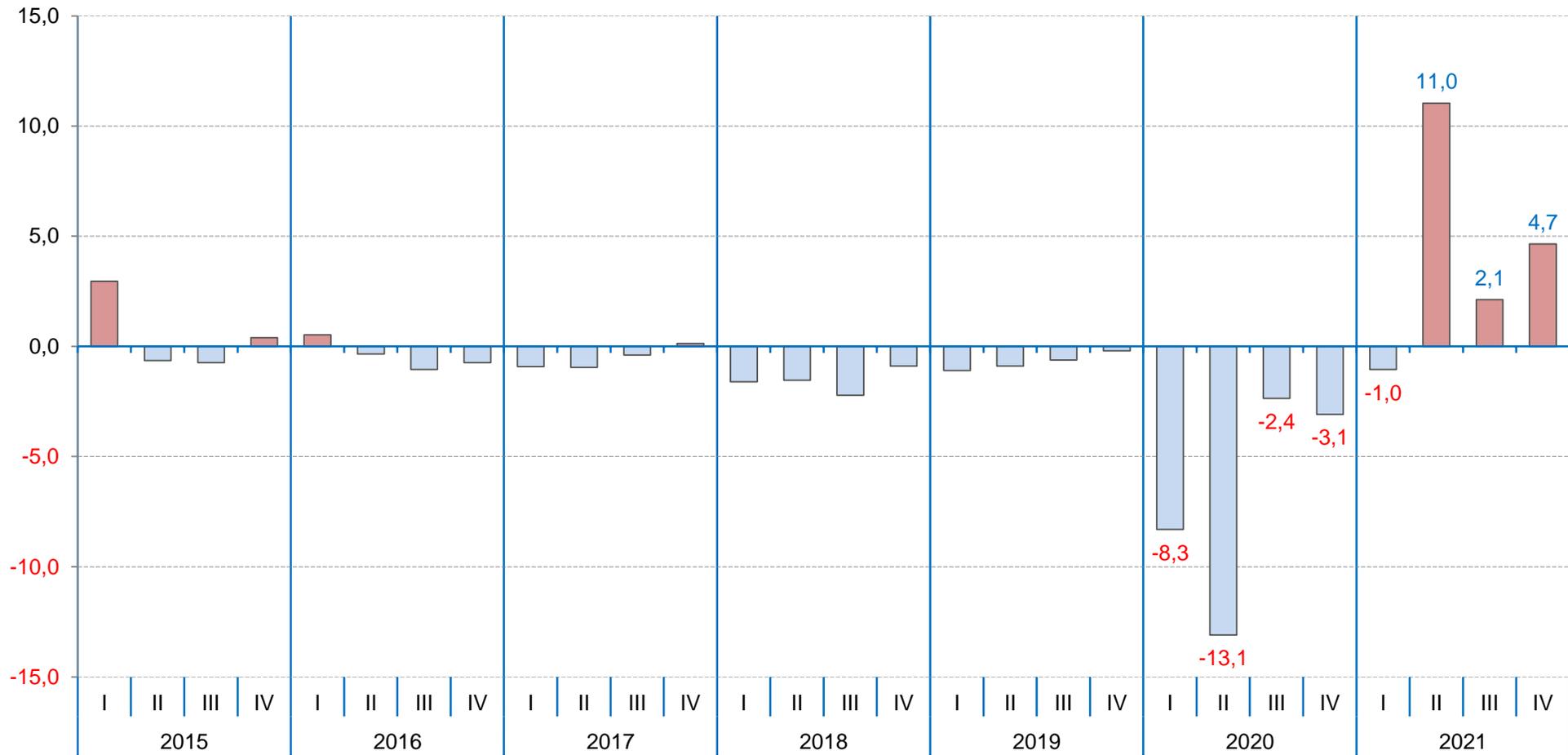
Aggiornamenti della Banca Dati:
<http://www.ucer.camcom.it/studi-ricerche/aggiornamenti-banca-dati>

Indice delle tavole

	Pag.
Congiuntura	7
Vendite del commercio al dettaglio, tasso di variazione tendenziale(1) trimestrale	8
Andamento delle quote percentuali delle imprese che giudicano le vendite correnti in aumento, stabile o in calo(1)	9
Andamento delle quote percentuali delle imprese che giudicano le giacenze a fine trimestre in aumento, stabile o in calo(1)	10
Andamento delle quote percentuali delle imprese che per il trimestre successivo prevedono vendite in aumento, stabile o in calo(1)	11
Vendite del commercio al dettaglio, tasso di variazione percentuale annuale	12
Andamento delle vendite correnti del dettaglio nel trimestre per settore e classe dimensionale rispetto al 2020 e al 2019	13
Andamento delle vendite correnti del dettaglio nell'anno per settore e classe dimensionale rispetto al 2020 e al 2019	14
Giudizi delle imprese su andamento delle vendite correnti, giacenze e vendite previste per settore e classe dimensionale	15
I settori	16
Specializzato alimentare	17
Specializzato non alimentare	18
Iper, Supermercati, Grandi magazzini	19
Tasso di variazione annuale delle vendite: Specializzato alimentare, Specializzato non alimentare, Iper, Supermercati, Grandi magazzini	20
- Specializzato non alimentare - Abbigliamento ed accessori	21
- Specializzato non alimentare - Prodotti per la casa ed elettrodomestici	22
- Specializzato non alimentare - Altri prodotti non alimentari	23
Tasso di variazione annuale delle vendite: Abbigliamento ed accessori, Prodotti per la casa ed elettrodomestici, Altri prodotti non alimentari	24
La dimensione delle imprese	25
Piccole imprese (da 1 a 5 dipendenti)	26
Medie imprese (da 6 a 19 dipendenti)	27
Grandi imprese (20 dipendenti e oltre)	28
Tasso di variazione annuale delle vendite: Piccole imprese, Medie imprese, Grandi imprese	29
Demografia delle imprese	30
Imprese attive del commercio al dettaglio: serie storica dello stock e del tasso di variazione tendenziale(1).	31
Imprese attive del commercio al dettaglio e tassi di variazione tendenziali (1) per settori e forma giuridica	32
Imprese attive del dettaglio, composizione percentuale nel 2011 e nel 2021(1), variazione assoluta e tasso di variazione percentuale.	33

Congiuntura

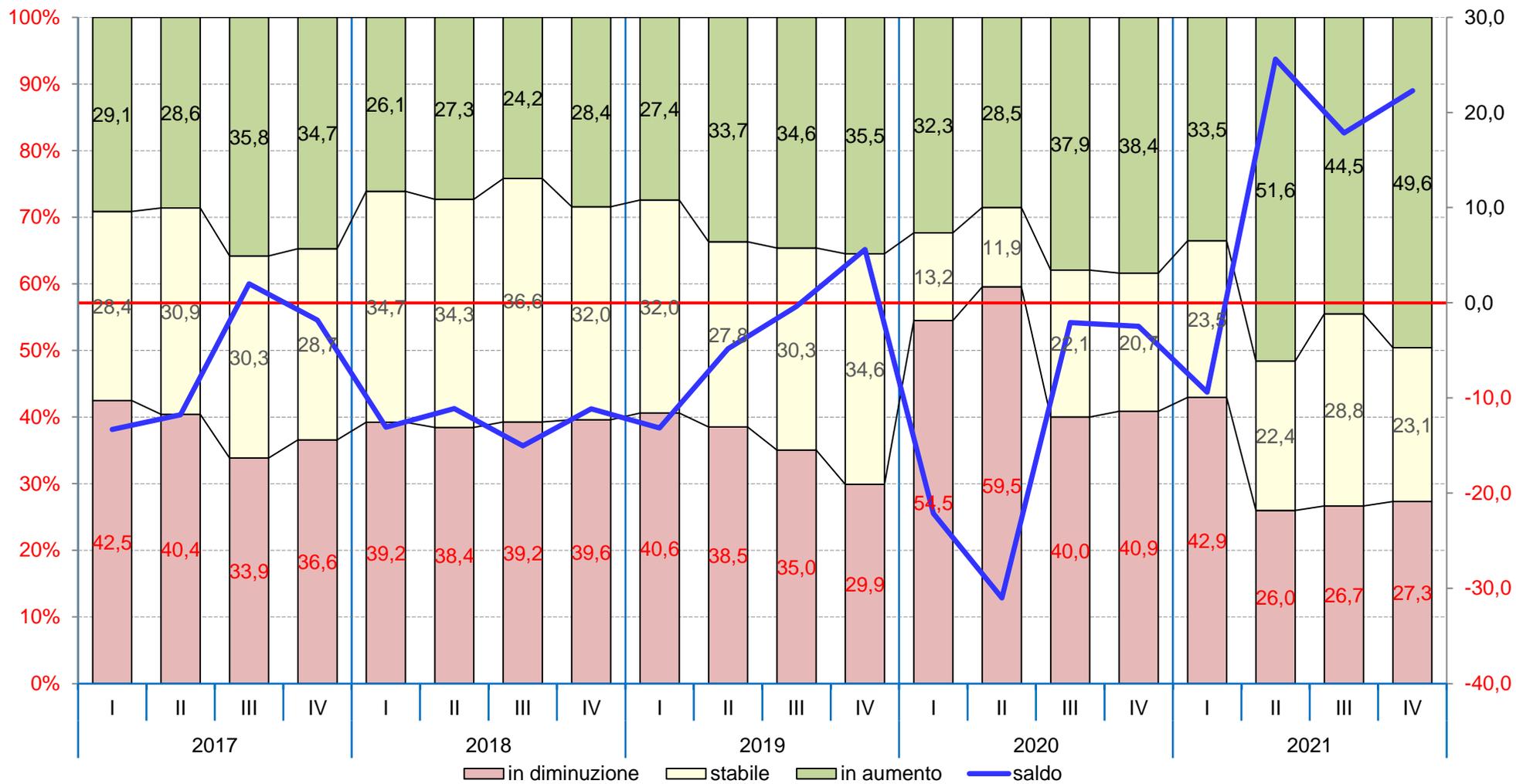
Vendite del commercio al dettaglio, tasso di variazione tendenziale(1) trimestrale



(1) Sullo stesso trimestre dell'anno precedente.

Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

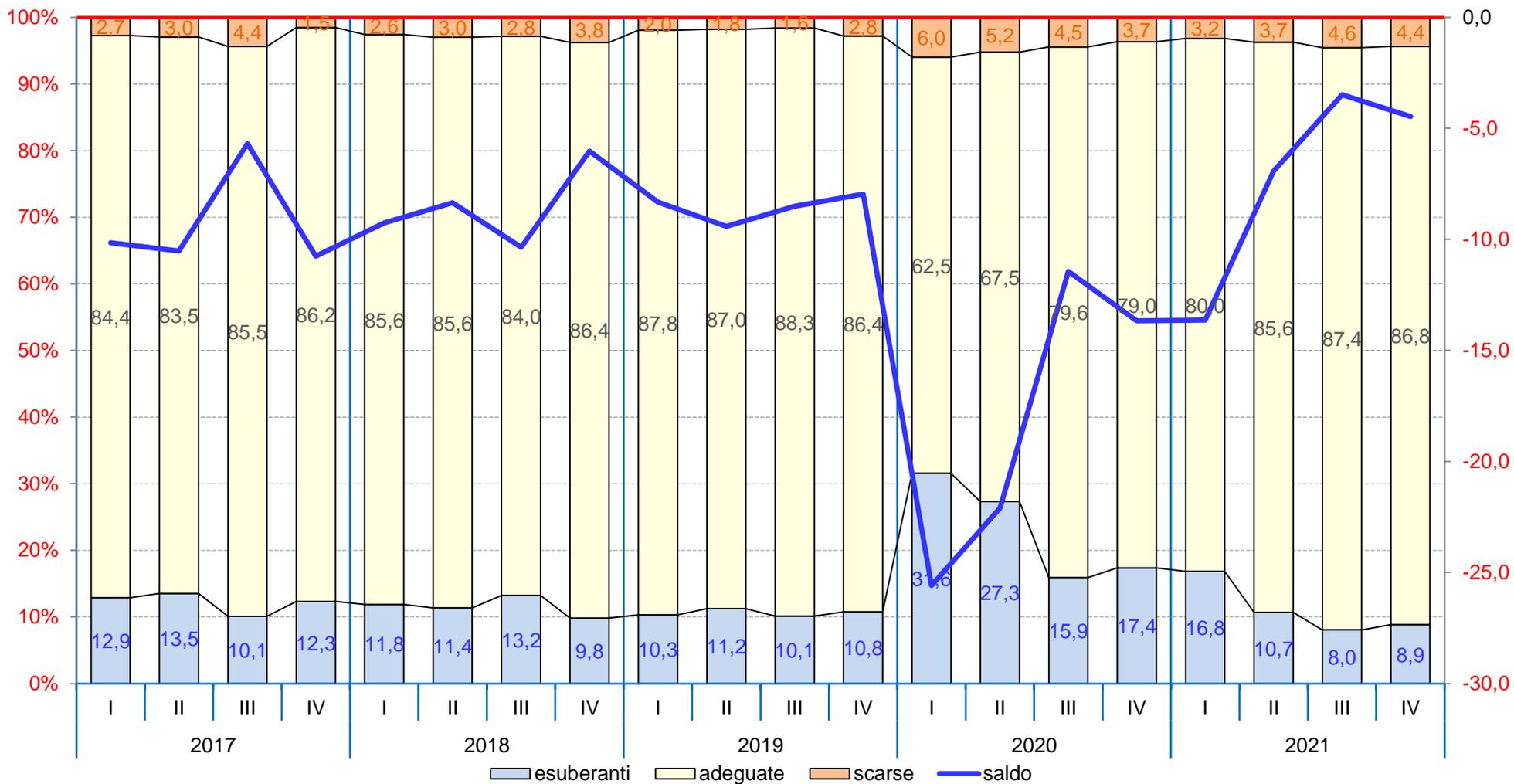
Andamento delle quote percentuali delle imprese che giudicano le vendite correnti in aumento, stabile o in calo(1)



(1) Rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente.

Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

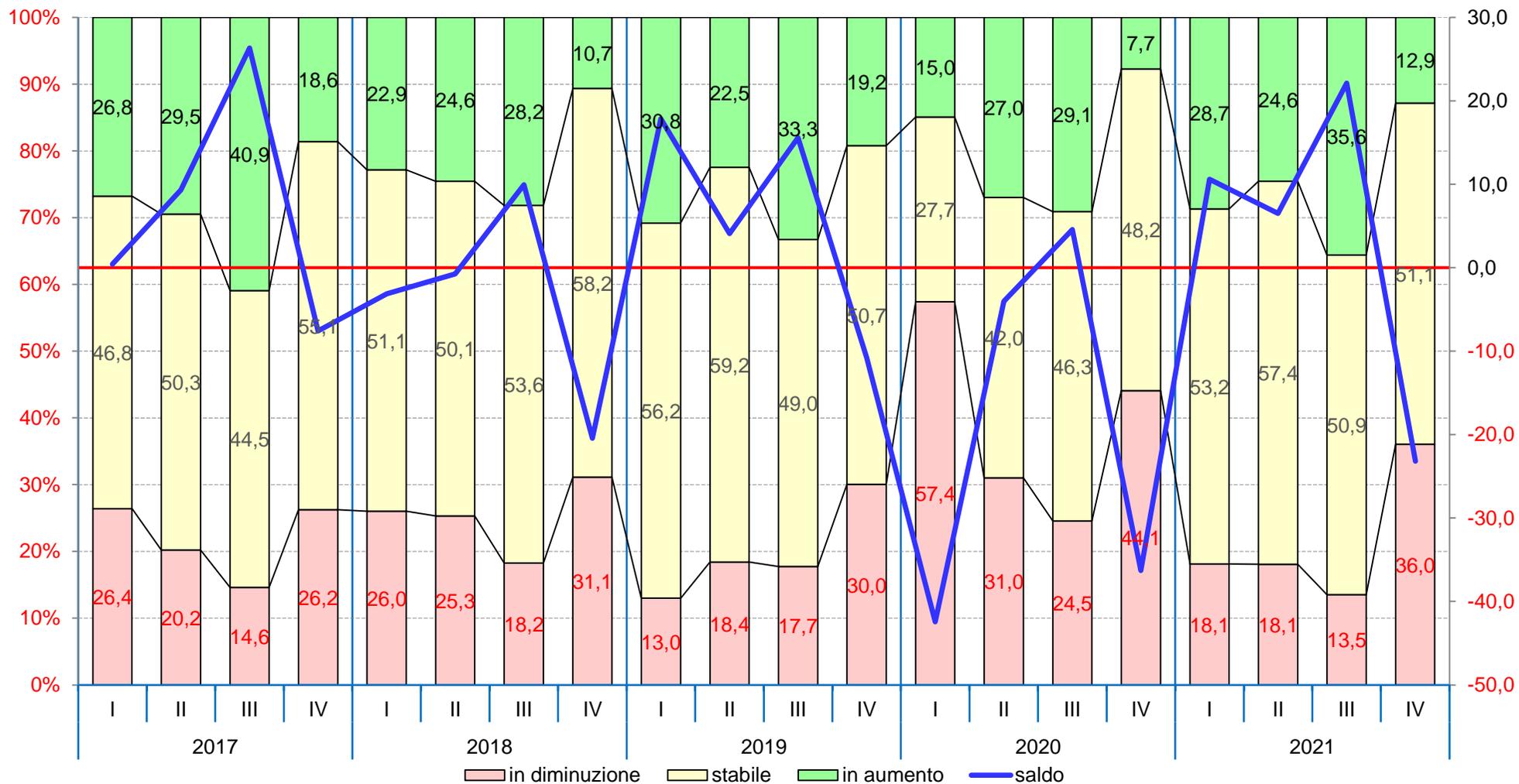
Andamento delle quote percentuali delle imprese che giudicano le giacenze a fine trimestre in aumento, stabile o in calo(1)



(1) Rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente.

Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

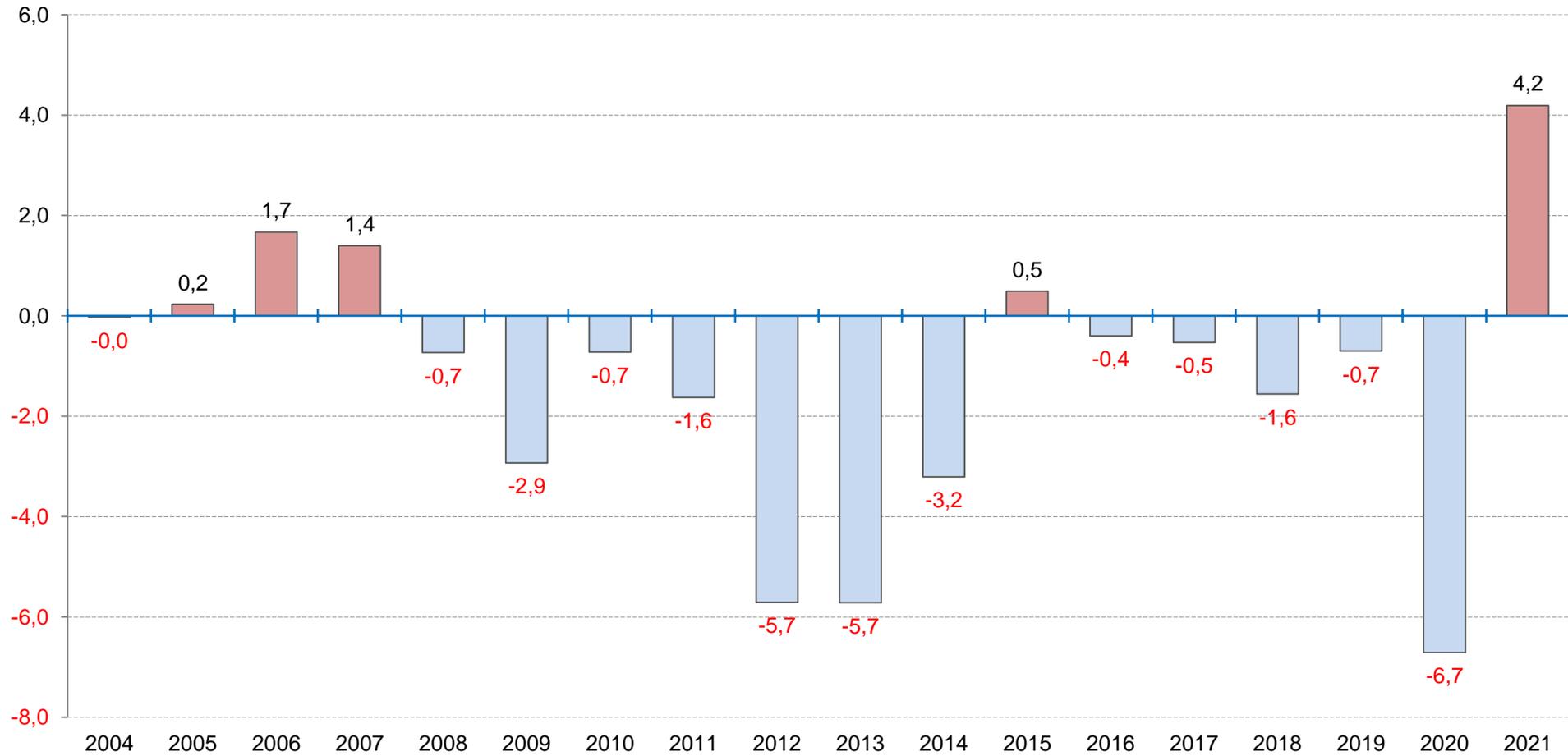
Andamento delle quote percentuali delle imprese che per il trimestre successivo prevedono vendite in aumento, stabile o in calo(1)



(1) Rispetto al trimestre in esame.

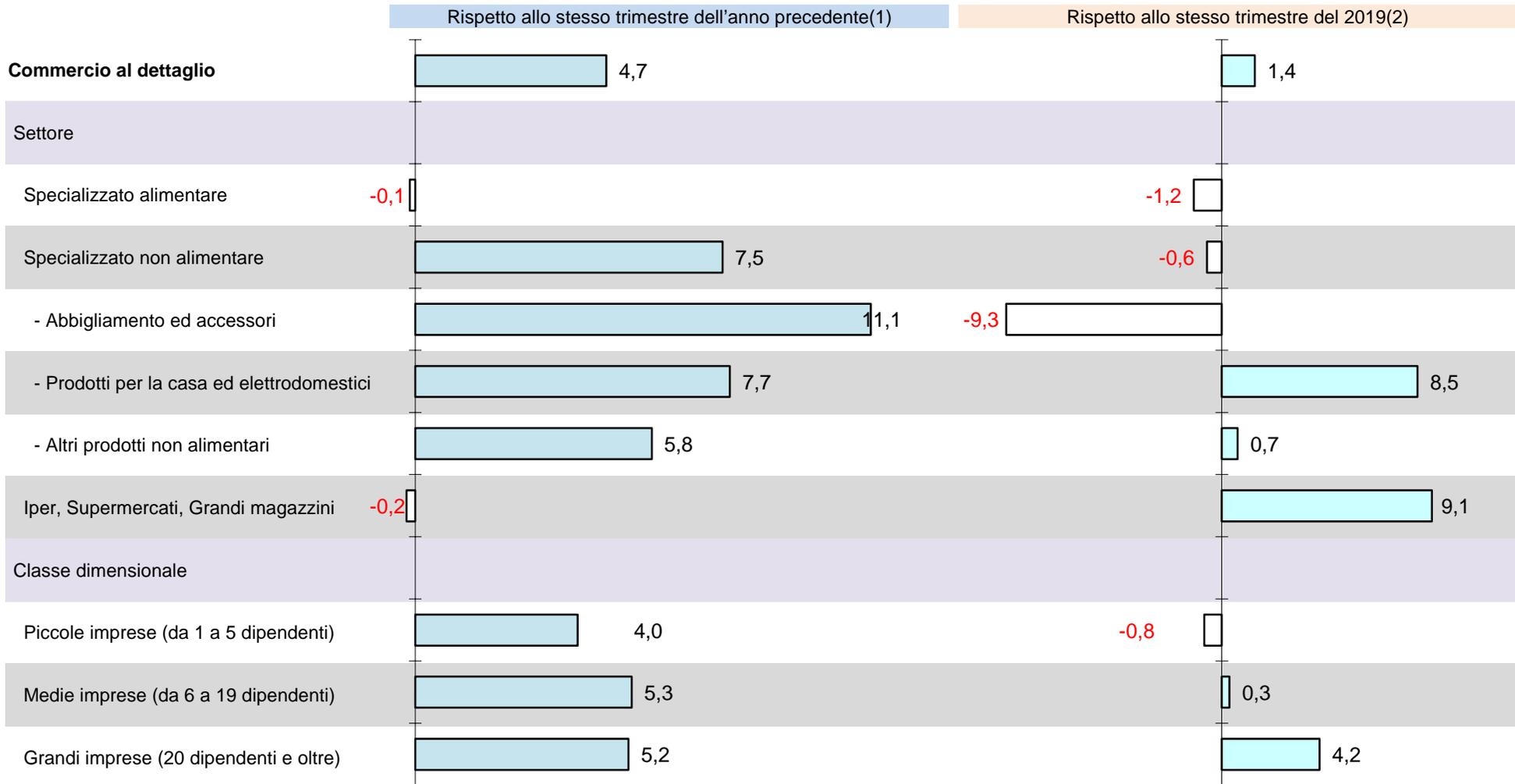
Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

Vendite del commercio al dettaglio, tasso di variazione percentuale annuale



Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

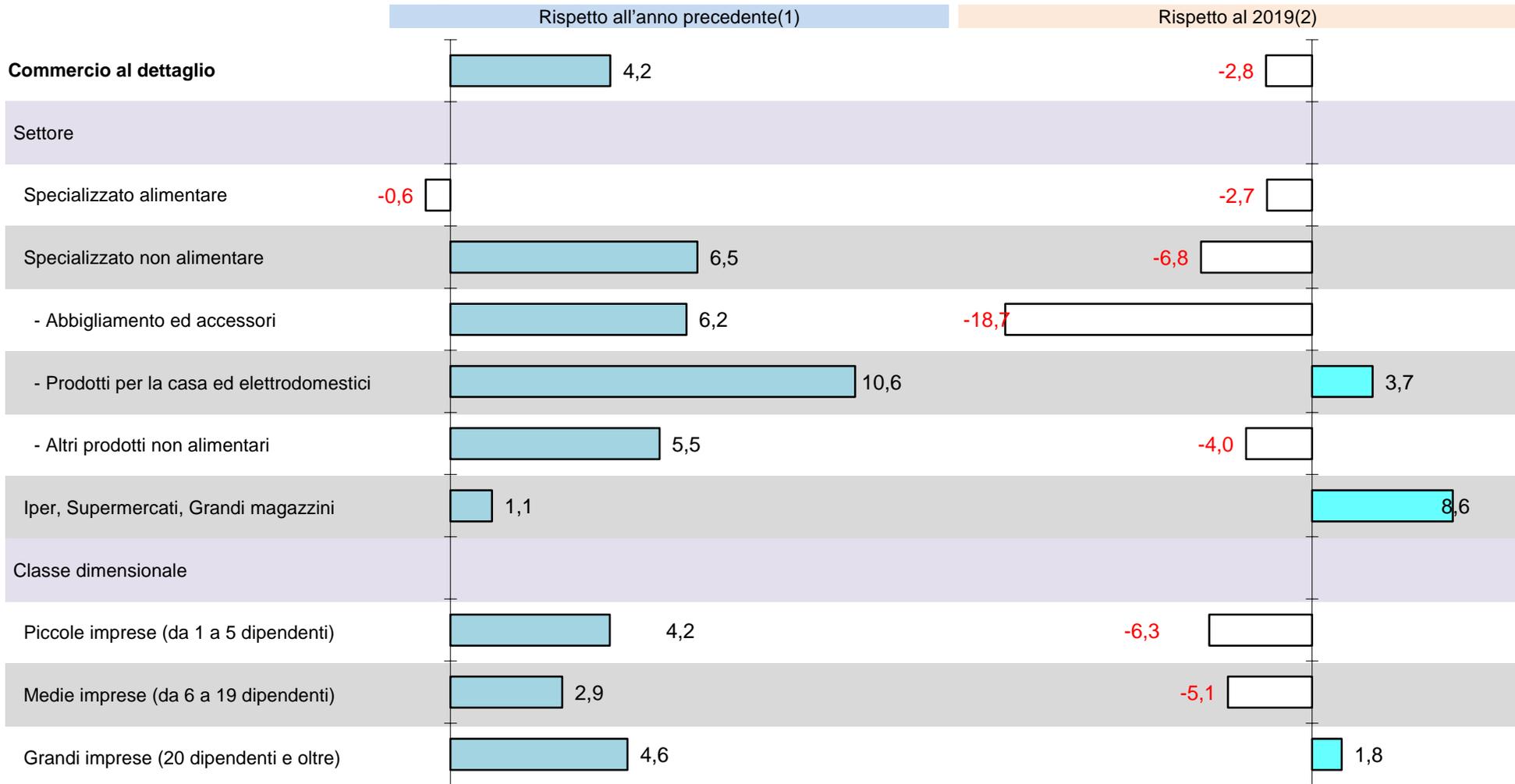
Andamento delle vendite correnti del dettaglio nel trimestre per settore e classe dimensionale rispetto al 2020 e al 2019



(1) Tasso di variazione percentuale tendenziale. (2) Tasso di variazione nel biennio.

Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

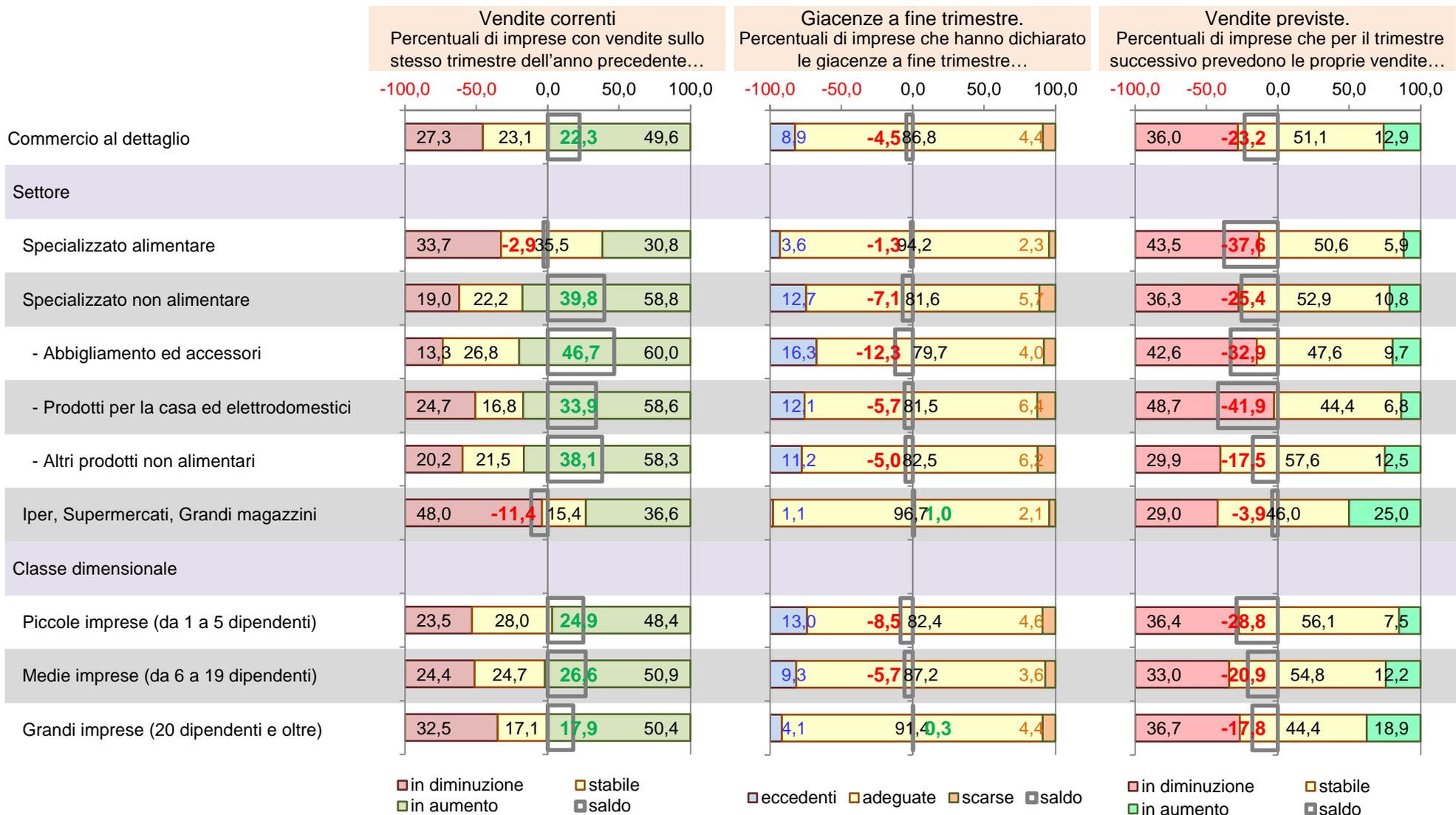
Andamento delle vendite correnti del dettaglio nell'anno per settore e classe dimensionale rispetto al 2020 e al 2019



(1) Tasso di variazione percentuale tendenziale. (2) Tasso di variazione nel biennio.

Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

Giudizi delle imprese su andamento delle vendite correnti, giacenze e vendite previste per settore e classe dimensionale

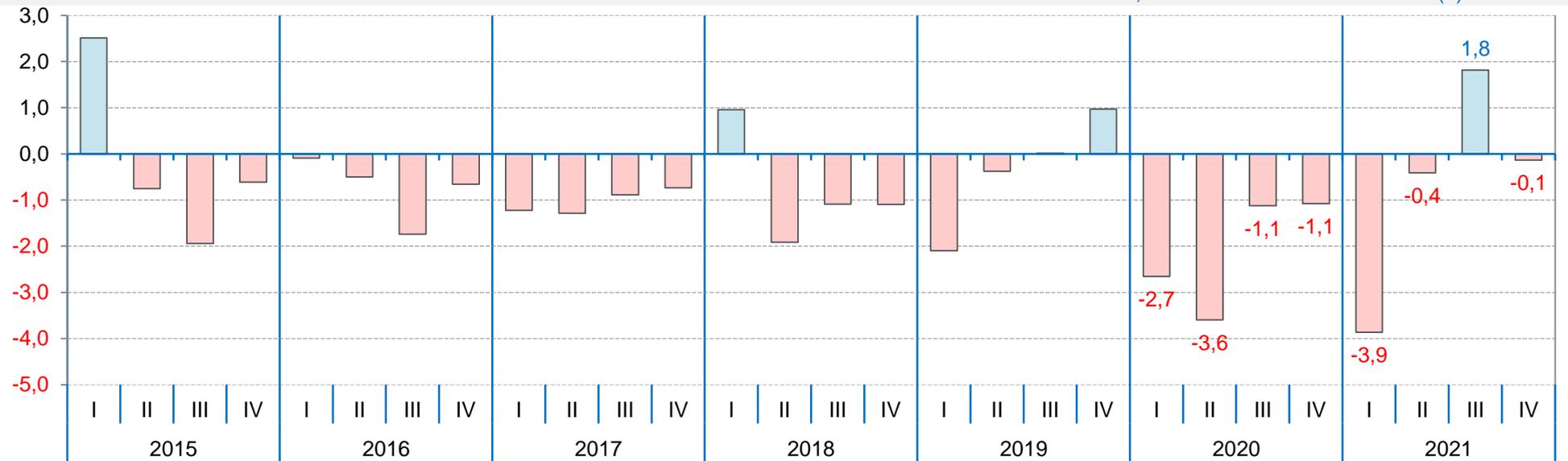


Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

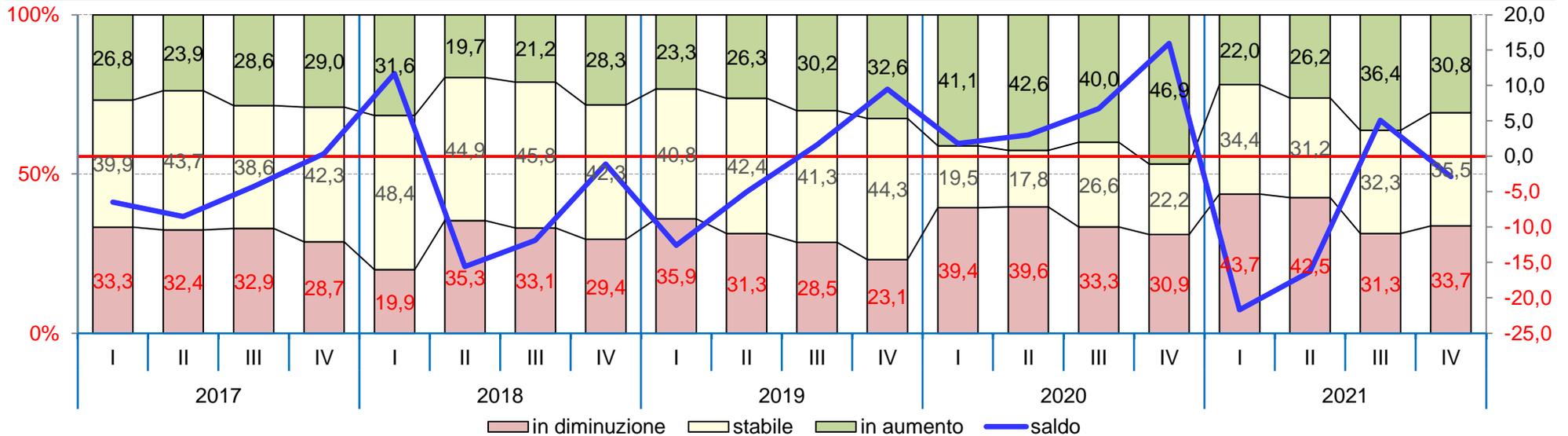
I settori

Specializzato alimentare

Andamento del valore delle vendite correnti, tasso di variazione tendenziale(1) trimestrale



Andamento delle quote percentuali delle imprese che giudicano le vendite correnti in aumento, stabili o in calo(1)

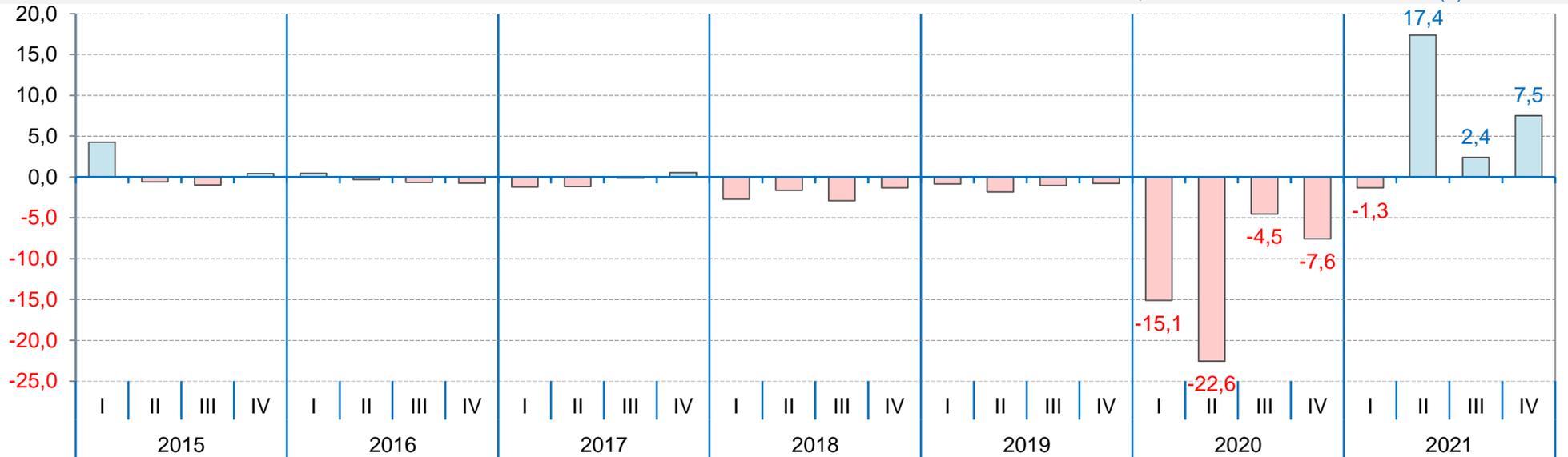


(1) Sullo stesso trimestre dell'anno precedente.

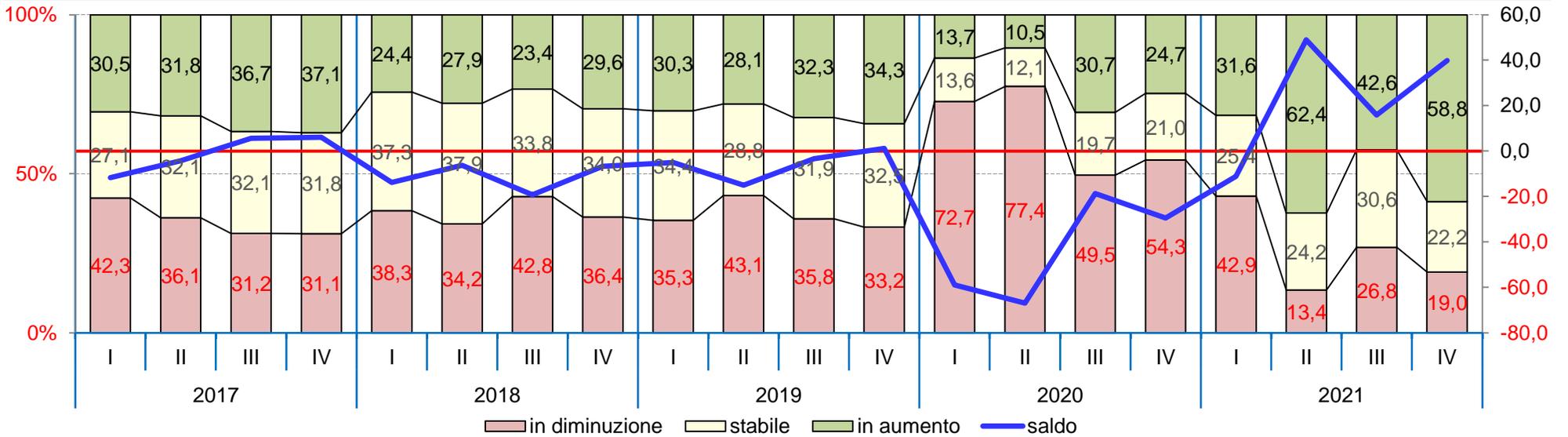
Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

Specializzato non alimentare

Andamento del valore delle vendite correnti, tasso di variazione tendenziale(1) trimestrale



Andamento delle quote percentuali delle imprese che giudicano le vendite correnti in aumento, stabili o in calo(1)

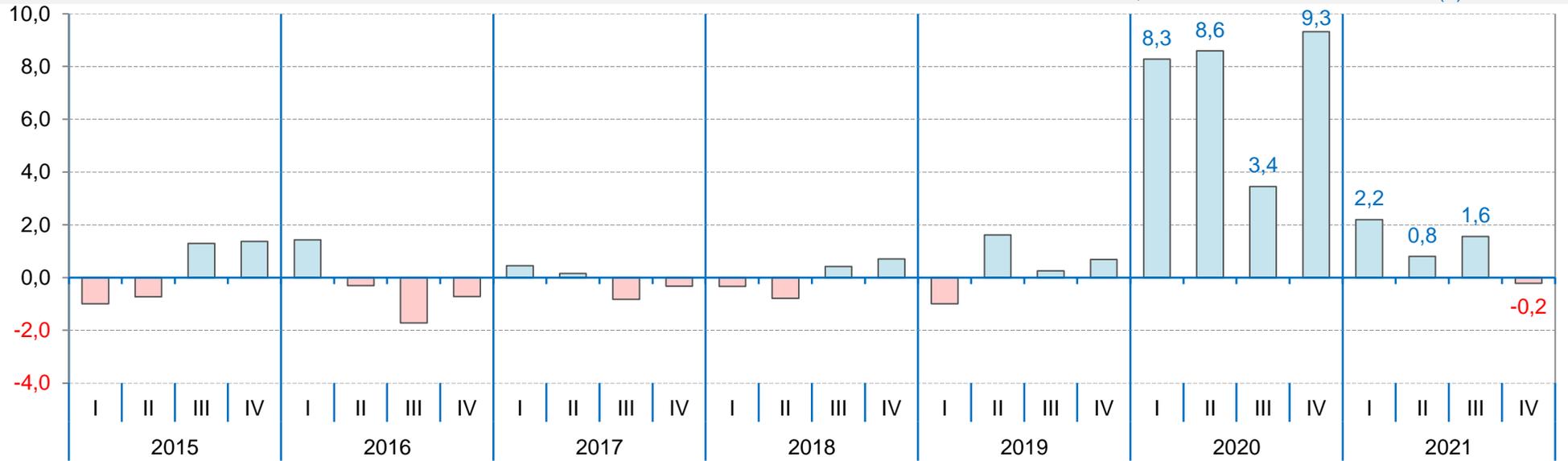


(1) Sullo stesso trimestre dell'anno precedente.

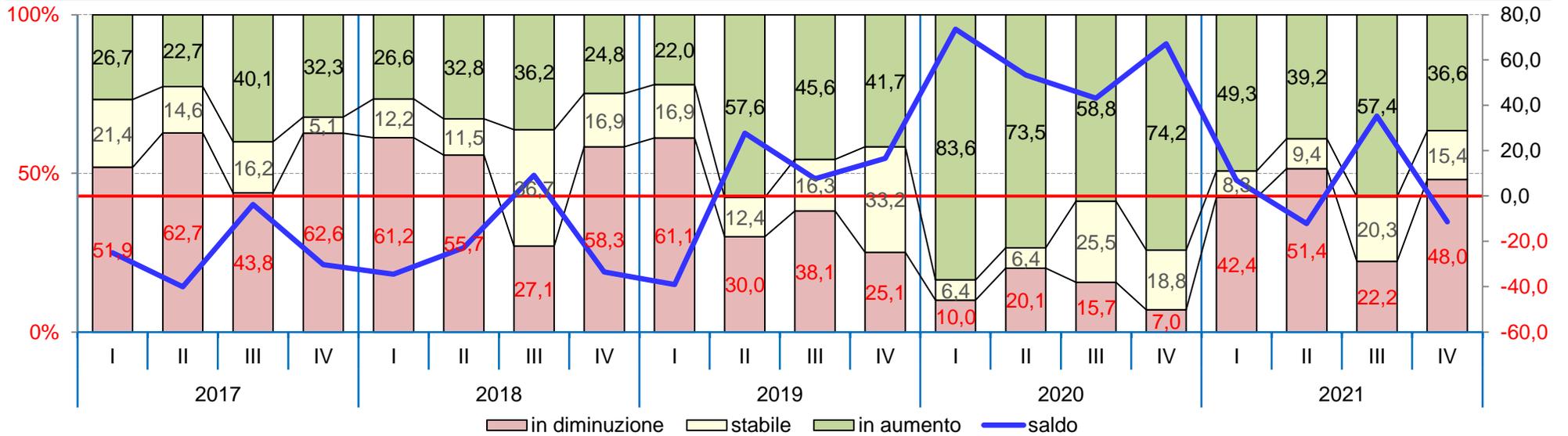
Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

Iper, Supermercati, Grandi magazzini

Andamento del valore delle vendite correnti, tasso di variazione tendenziale(1) trimestrale



Andamento delle quote percentuali delle imprese che giudicano le vendite correnti in aumento, stabili o in calo(1)



(1) Sullo stesso trimestre dell'anno precedente.

Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

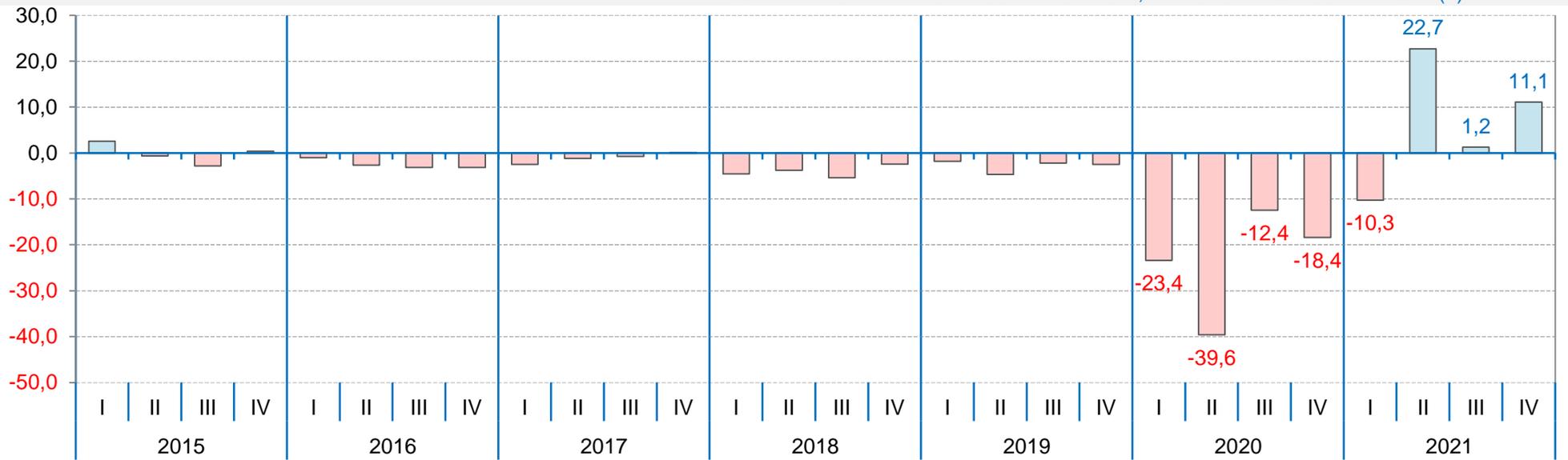
Vendite del commercio al dettaglio, tasso di variazione percentuale annuale



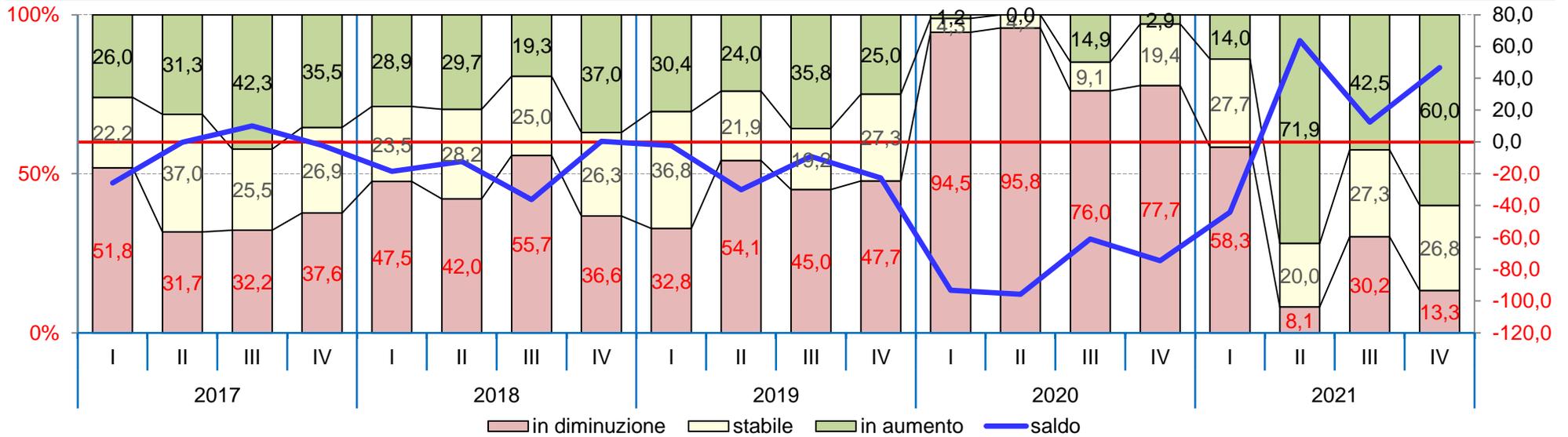
Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

Specializzato non alimentare - Abbigliamento ed accessori

Andamento del valore delle vendite correnti, tasso di variazione tendenziale(1) trimestrale



Andamento delle quote percentuali delle imprese che giudicano le vendite correnti in aumento, stabili o in calo(1)

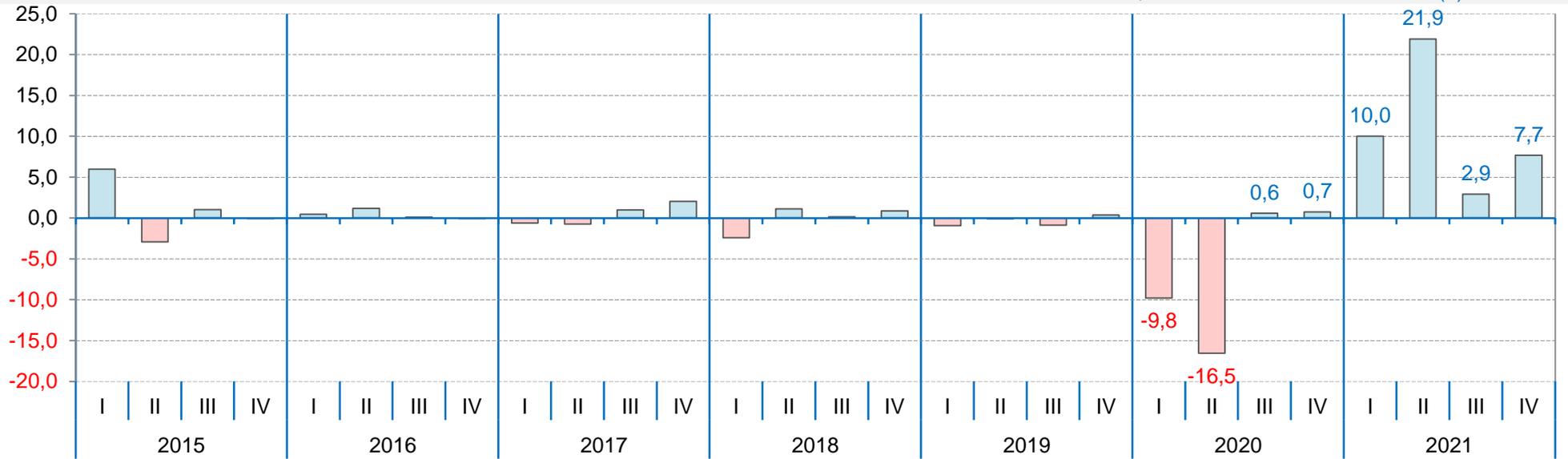


(1) Sullo stesso trimestre dell'anno precedente.

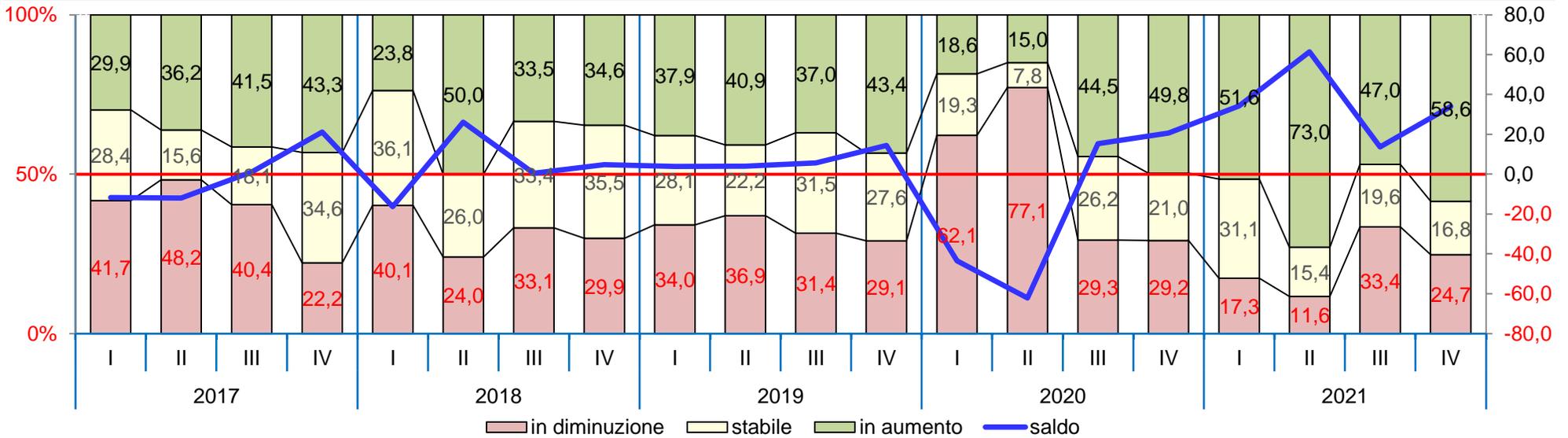
Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

Specializzato non alimentare - Prodotti per la casa ed elettrodomestici

Andamento del valore delle vendite correnti, tasso di variazione tendenziale(1) trimestrale



Andamento delle quote percentuali delle imprese che giudicano le vendite correnti in aumento, stabili o in calo(1)

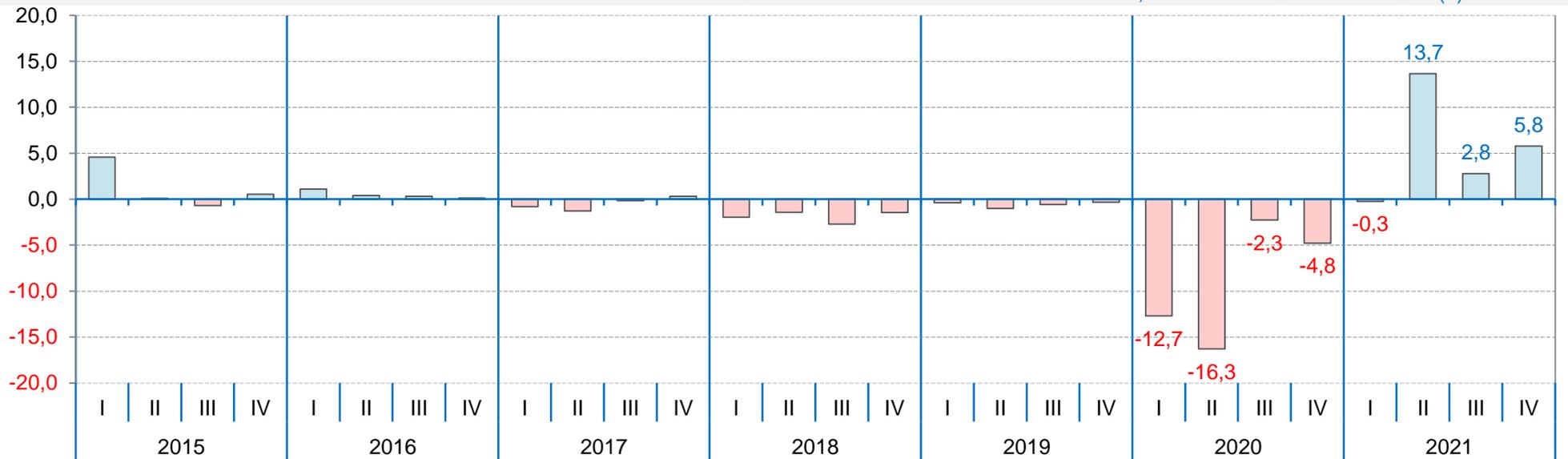


(1) Sullo stesso trimestre dell'anno precedente.

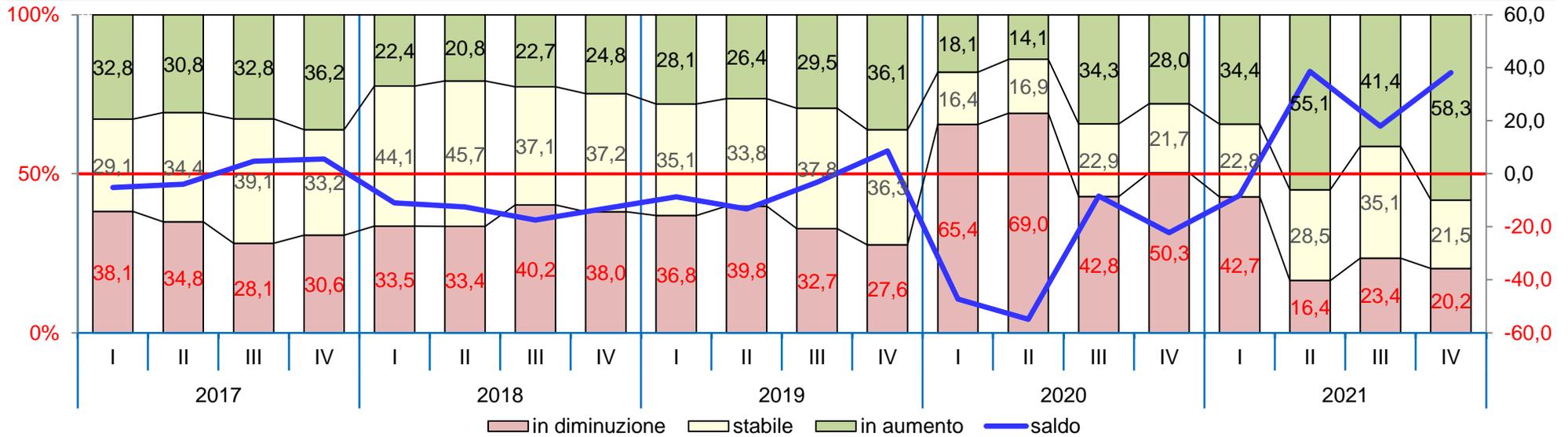
Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

Specializzato non alimentare - Altri prodotti non alimentari

Andamento del valore delle vendite correnti, tasso di variazione tendenziale(1) trimestrale



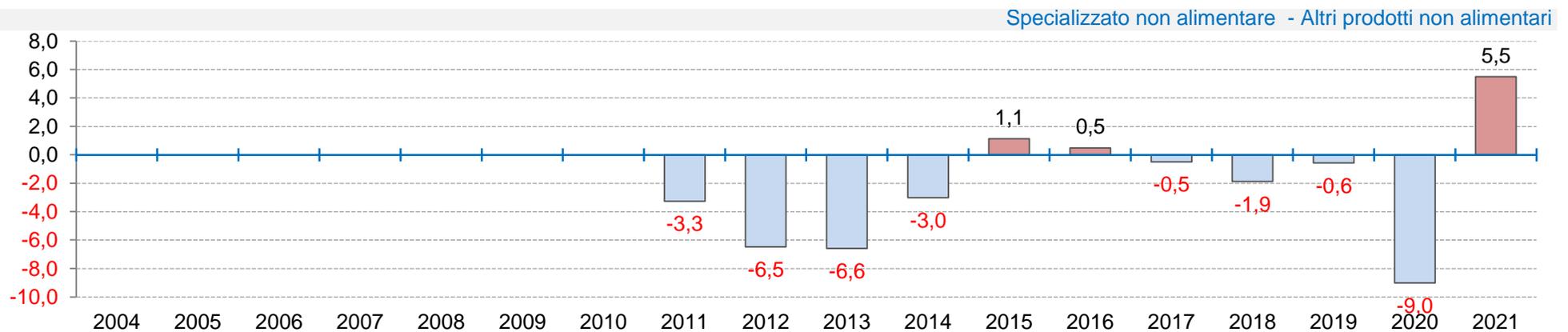
Andamento delle quote percentuali delle imprese che giudicano le vendite correnti in aumento, stabili o in calo(1)



(1) Sullo stesso trimestre dell'anno precedente.

Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

Vendite del commercio al dettaglio, tasso di variazione percentuale annuale (dati rilevati solo dal 2011)

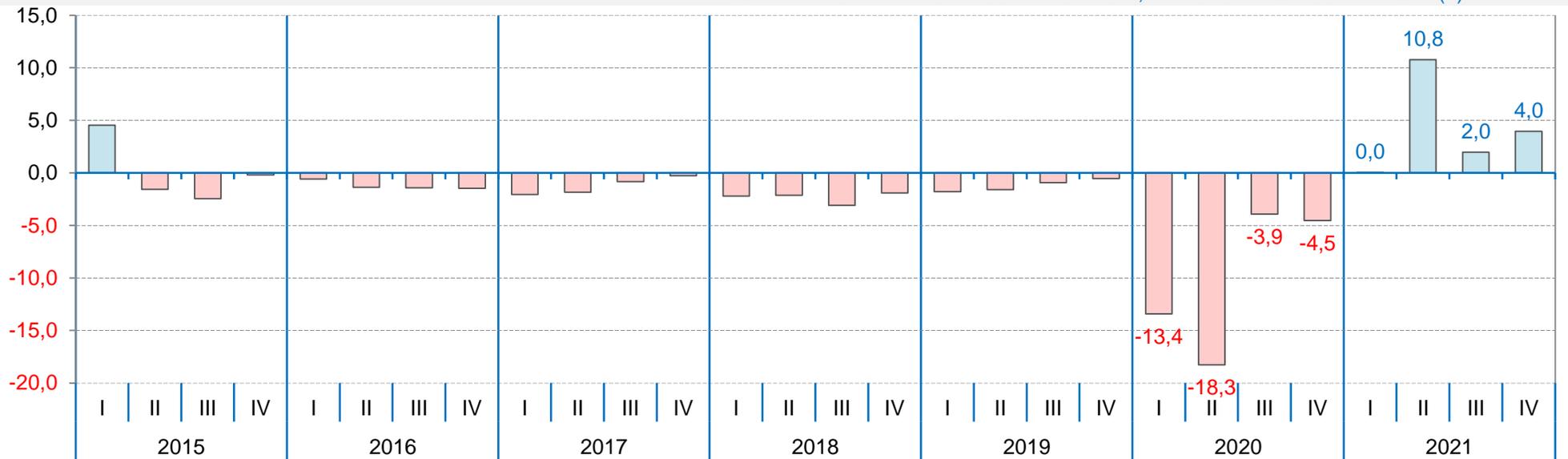


Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

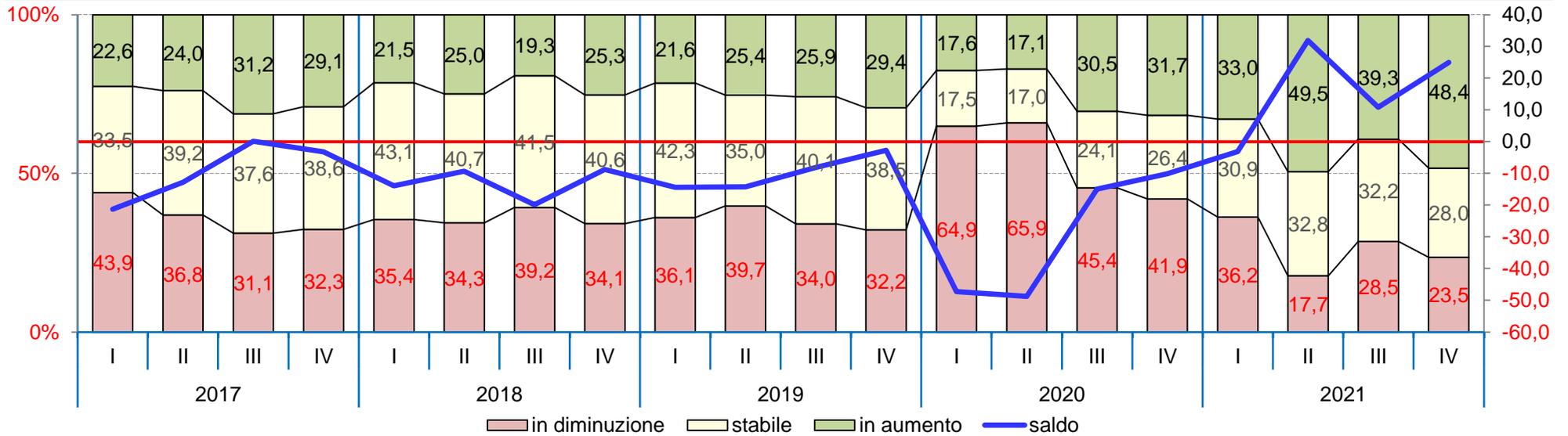
La dimensione delle imprese

Piccole imprese (da 1 a 5 dipendenti)

Andamento del valore delle vendite correnti, tasso di variazione tendenziale(1) trimestrale



Andamento delle quote percentuali delle imprese che giudicano le vendite correnti in aumento, stabili o in calo(1)

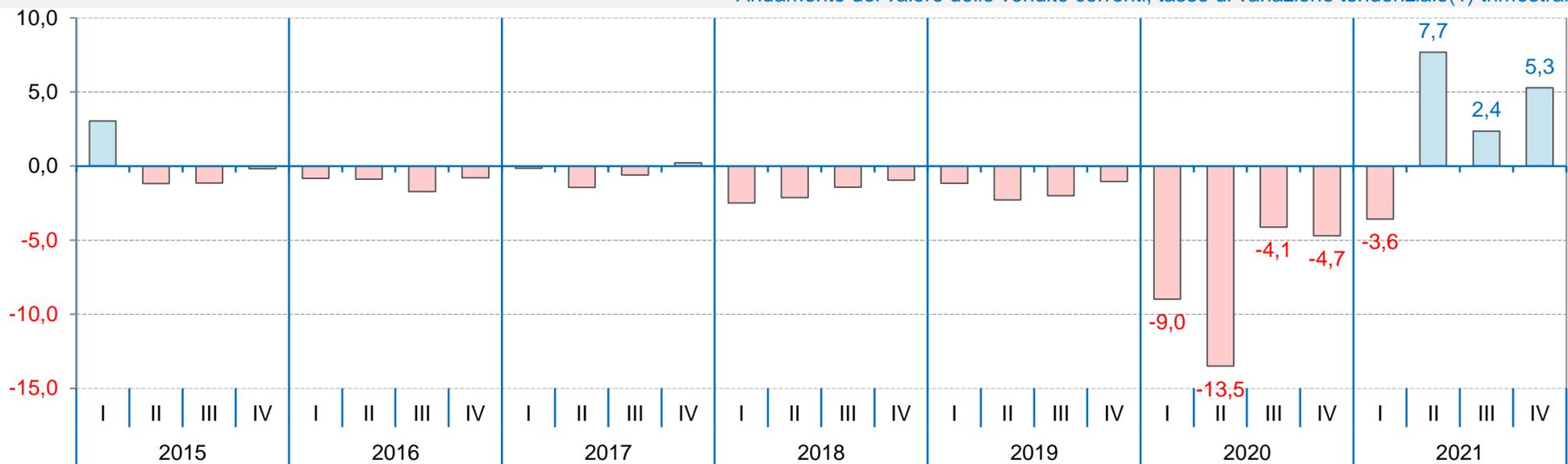


(1) Sullo stesso trimestre dell'anno precedente.

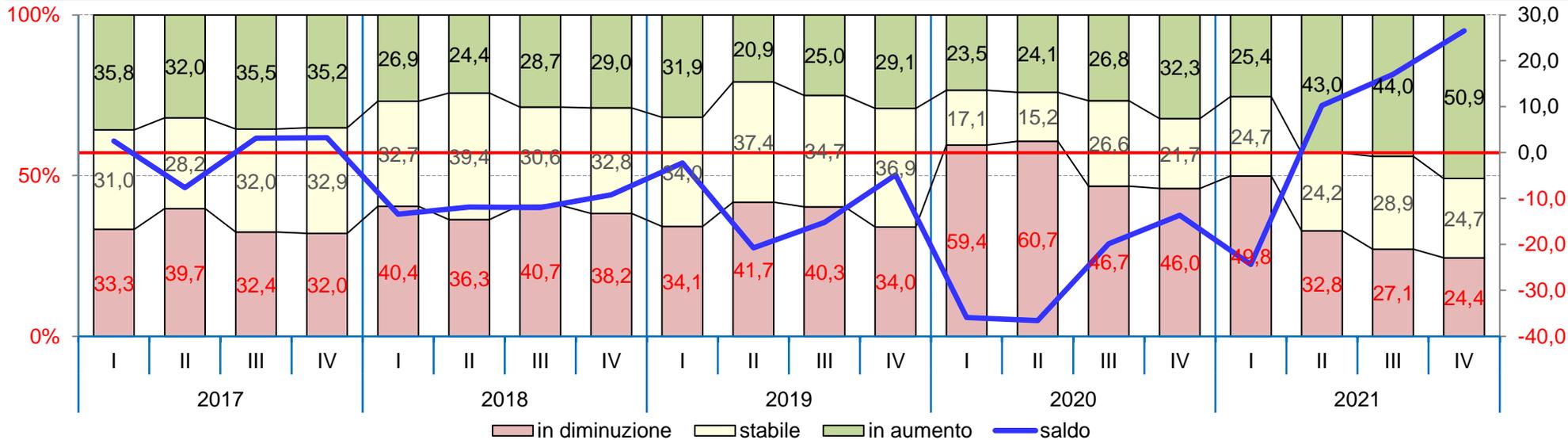
Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

Medie imprese (da 6 a 19 dipendenti)

Andamento del valore delle vendite correnti, tasso di variazione tendenziale(1) trimestrale



Andamento delle quote percentuali delle imprese che giudicano le vendite correnti in aumento, stabili o in calo(1)

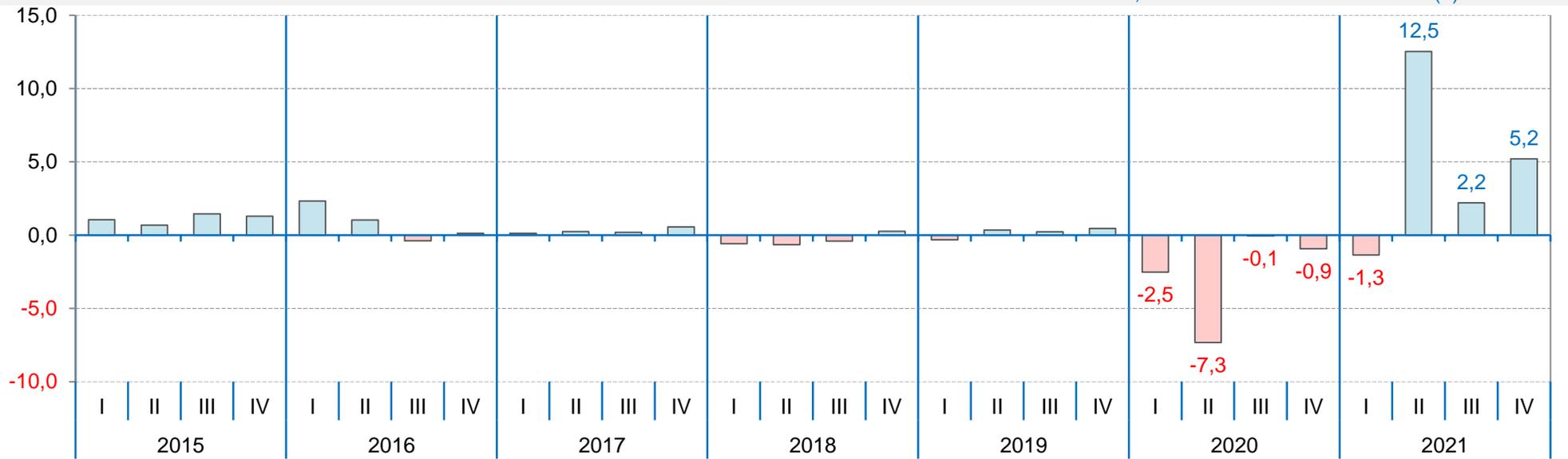


(1) Sullo stesso trimestre dell'anno precedente.

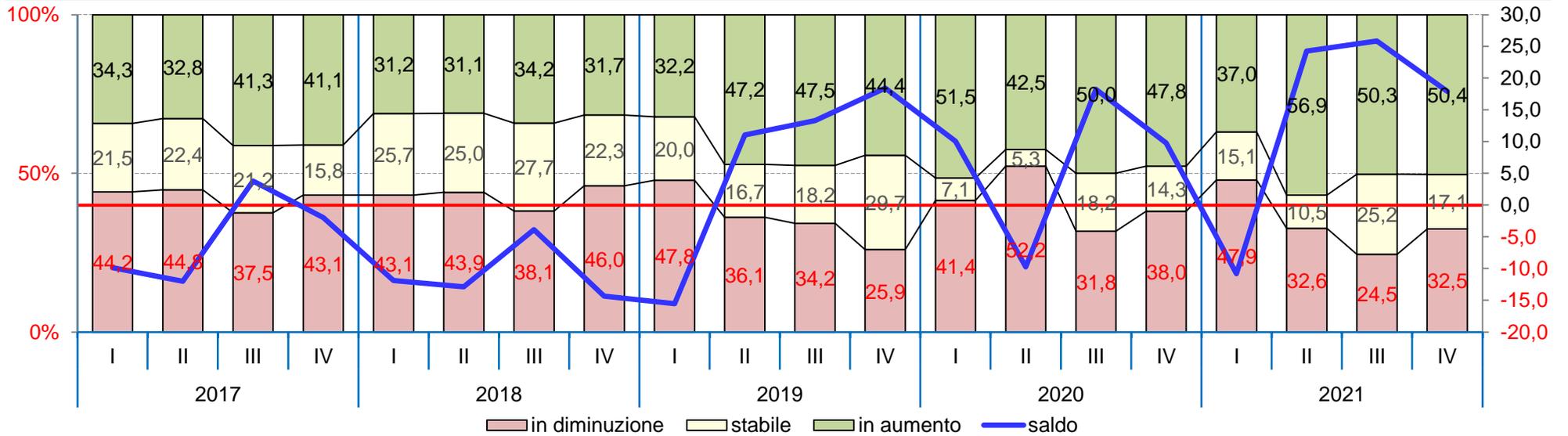
Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

Grandi imprese (20 dipendenti e oltre)

Andamento del valore delle vendite correnti, tasso di variazione tendenziale(1) trimestrale



Andamento delle quote percentuali delle imprese che giudicano le vendite correnti in aumento, stabili o in calo(1)



(1) Sullo stesso trimestre dell'anno precedente.

Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

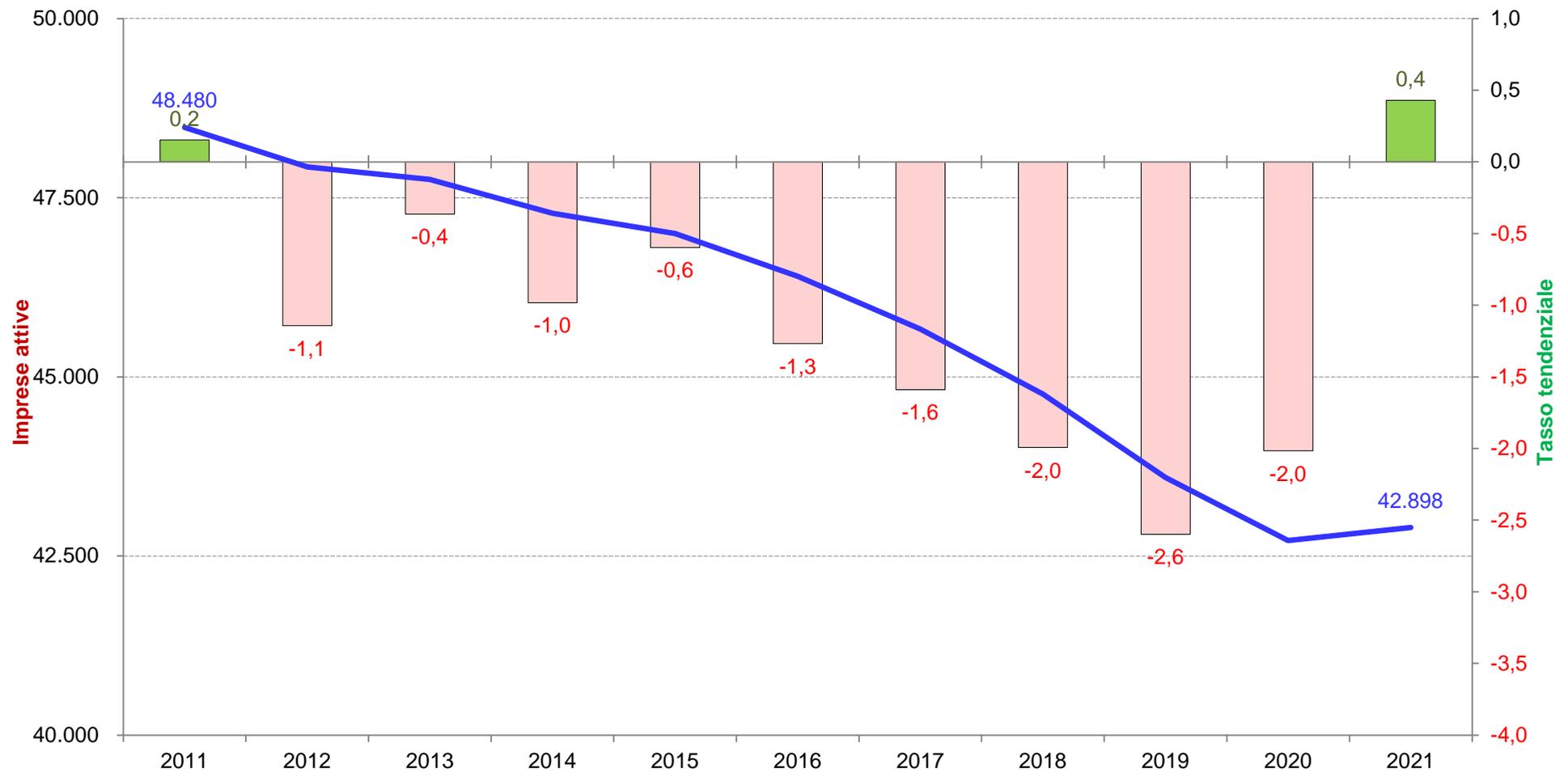
Vendite del commercio al dettaglio, tasso di variazione percentuale annuale



Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

Demografia delle imprese

Imprese attive del commercio al dettaglio: serie storica dello stock e del tasso di variazione tendenziale(1).



(1) Tasso di variazione sullo stesso periodo dell'anno precedente.

Elaborazioni Unioncamere Emilia-Romagna su dati InfoCamere Movimprese

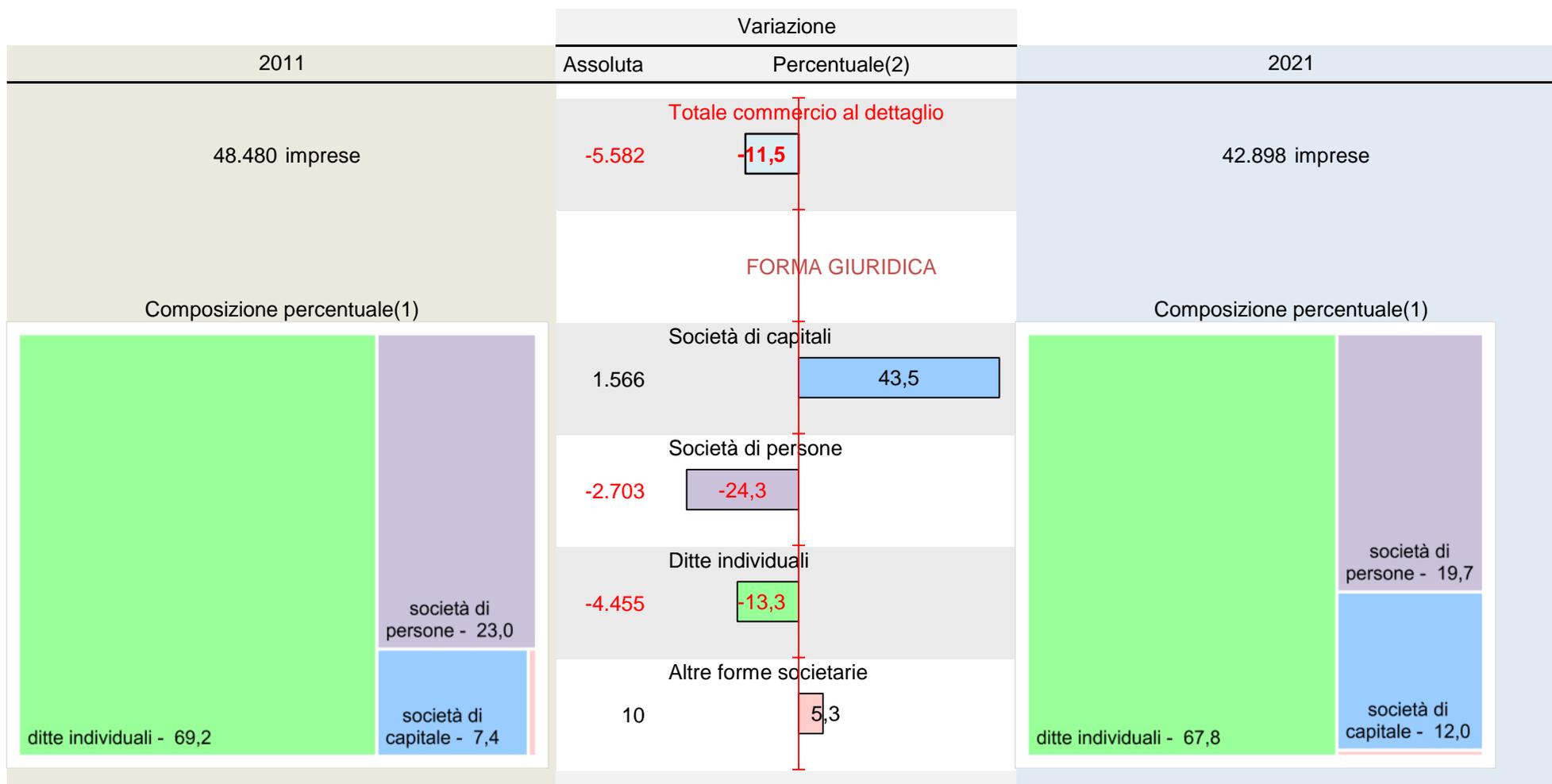
Imprese attive del commercio al dettaglio e tassi di variazione tendenziali (1) per settori e forma giuridica

	Stock		Variazione	
	Numero		Tasso(1)	
Commercio al dettaglio	42.898	183	0,4	
Forma giuridica				
- società di capitale	5.164	296	6,1	
- società di persone	8.438	-175	-2,0	
- ditte individuali	29.097	65	0,2	
- altre forme societarie	199	-3	-1,5	

(1) Tasso di variazione sullo stesso periodo dell'anno precedente.

Elaborazioni Unioncamere Emilia-Romagna su dati InfoCamere Movimprese

Imprese attive del dettaglio, composizione percentuale nel 2011 e nel 2021(1), variazione assoluta e tasso di variazione percentuale.



(1) L'area complessiva dei grafici della composizione corrisponde alla numerosità delle imprese negli anni. (2) Tasso di variazione percentuale nel decennio.

Elaborazioni Unioncamere Emilia-Romagna su dati InfoCamere Movimprese

Unioncamere Emilia-Romagna distribuisce dati statistici attraverso banche dati on line e produce e diffonde analisi economiche. Ecco le principali risorse che distribuiamo on line



Analisi trimestrali congiunturali

La situazione congiunturale dell'economia dell'Emilia-Romagna

In sintesi la situazione della congiuntura dell'economia regionale.

<https://www.ucer.camcom.it/studi-ricerche/analisi/scecoer>

Congiuntura industriale

Fatturato, esportazioni, produzione, ordini per settori e dimensione delle imprese.

<https://www.ucer.camcom.it/studi-ricerche/analisi/os-congiuntura>

Congiuntura dell'artigianato

Fatturato, esportazioni, produzione, ordini dell'artigianato.

<https://www.ucer.camcom.it/studi-ricerche/analisi/os-congiuntura-artigianato>

Congiuntura del commercio al dettaglio

Vendite e giacenze per settori e classi dimensionali delle imprese.

<https://www.ucer.camcom.it/studi-ricerche/analisi/os-congiuntura-commercio>

Congiuntura delle costruzioni

Volume d'affari e produzione aggregati e per classi dimensionali delle imprese.

<https://www.ucer.camcom.it/studi-ricerche/analisi/os-congiuntura-costruzioni>

Demografia delle imprese - Movimprese

La demografia delle imprese, aggregata e per forma giuridica e settore di attività.

<https://www.ucer.camcom.it/studi-ricerche/analisi/demografia-imprese>

Demografia delle imprese - Imprenditoria estera

Stato e andamento delle imprese estere, per forma giuridica e settore di attività.

<https://www.ucer.camcom.it/studi-ricerche/analisi/imprenditoria-estera>

Demografia delle imprese - Imprenditoria femminile

attività.

<https://www.ucer.camcom.it/studi-ricerche/analisi/imprenditoria-femminile>

Demografia delle imprese - Imprenditoria giovanile

Stato e andamento delle imprese giovanili, per forma giuridica e settore di attività.

<https://www.ucer.camcom.it/studi-ricerche/analisi/imprenditoria-giovanile>

Addetti delle localizzazioni di impresa

L'andamento degli addetti delle localizzazioni di impresa sulla base dei dati Inps.

<https://www.ucer.camcom.it/studi-ricerche/analisi/addetti-localizzazioni/>

Esportazioni regionali

L'andamento delle esportazioni emiliano-romagnole sulla base dei dati Istat.

<https://www.ucer.camcom.it/studi-ricerche/analisi/esportazioni-regionali>

Scenario di previsione Emilia-Romagna

Le previsioni macroeconomiche regionali a medio termine. Prometeia.

<https://www.ucer.camcom.it/studi-ricerche/analisi/scenario-previsione>

Analisi semestrali e annuali

Rapporto sull'economia regionale

approfondimenti.

<https://www.ucer.camcom.it/studi-ricerche/analisi/rapporto-economia-regionale>

Banche dati

Banca dati on-line di Unioncamere Emilia-Romagna

Free e aggiornati dati nazionali, regionali e provinciali su congiuntura economica, demografia delle imprese e altro ancora

<https://www.ucer.camcom.it/studi-ricerche/dati/bd>