



UNIONCAMERE  
EMILIA-ROMAGNA

31 dicembre 2022

# 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 e m i l i a - r o m a g n a

## indagine sulle piccole e medie imprese fino a 500 addetti

L'indagine congiunturale sul commercio al dettaglio realizzata in collaborazione tra Camere di commercio e Unioncamere Emilia-Romagna.

### La congiuntura del trimestre

#### L'andamento complessivo

Dopo il potente recupero realizzato tra aprile e giugno 2021, la ripresa delle vendite del commercio al dettaglio è proseguita a un ritmo progressivamente più contenuto, ma nel quarto trimestre 2022 le vendite a prezzi correnti degli esercizi al dettaglio in sede fissa dell'Emilia-Romagna, sono aumentate con un ritmo leggermente più sostenuto (+2,1 per cento) rispetto a quello del trimestre precedente, certo però non corrispondente al passo dell'inflazione dei prezzi al consumo. Questo incremento ha comunque permesso di superare decisamente il livello delle vendite dello stesso trimestre del 2019, l'ultimo precedente la pandemia, rispetto al quale le vendite correnti sono risultate superiori del 3,5 per cento.

La diffusione tra le imprese del settore della tendenza positiva in atto è nuovamente e sensibilmente aumentata, come è emerso dai giudizi delle imprese. La quota delle imprese con vendite in aumento rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente è risalita di quasi cinque punti a 49,6 per cento, un livello decisamente elevato e inferiore solo a quello riferito al secondo trimestre del 2021. Il peso delle imprese che hanno segnalato di avere avuto vendite inferiori a quelle dello stesso trimestre dello scorso anno si è ridotto anche se in misura più contenuta (due punti e mezzo) ed è sceso al 27,1 per cento. Quindi, il saldo tra le quote delle imprese che hanno rilevato un aumento o una diminuzione tendenziale delle vendite è sensibilmente migliorato (di quasi sette punti e mezzo) salendo a +22,4 punti, il terzo dato più elevato dall'inizio della rilevazione.

I giudizi relativi alle giacenze nel trimestre sono nuovamente e leggermente migliorati risultando superiori a quelli della fine del 2018. La quota delle imprese che hanno giudicato le giacenze eccedenti è ridiscesa (10,4 per cento), anche se si è lievemente ridotta anche la quota delle imprese che hanno avuto giacenze scarse (5,1 per cento). Nel complesso il saldo dei giudizi è leggermente migliorato risalendo a quota -5,2 al di sopra dei livelli prevalenti a fine 2018.

Al momento della rilevazione (gennaio 2023) anche causa anche della stagionalità le attese erano chiaramente orientate a una netta riduzione delle vendite nel corso del primo trimestre del 2023 rispetto a quelle riferite al trimestre in esame, ma lievemente meno pesanti di quelle manifestate lo scorso anno. È aumentata

decisamente la quota percentuale delle imprese che si attendevano un peggioramento del fatturato nel corso del successivo trimestre (al 30,2 dal 17,3 per cento) e si è ridotta notevolmente la quota delle imprese che prospettavano un miglioramento delle vendite (dal 36,7 all'11,0 per cento). Si è quindi avuto un consistente crollo di quasi 39 punti del saldo che è sceso da +19,4 a -19,2 punti, ma che era risultato pari a -23,2 con la rilevazione dello stesso trimestre del 2021.

#### Le tipologie del dettaglio

La pandemia, la ripresa dell'attività e la fiammata inflazionistica poi hanno decisamente accentuato sia i processi di cambiamento che da anni caratterizzano il settore del commercio, sia le variazioni dei comportamenti dei consumatori, con effetti diversi sui settori del dettaglio che emergono evidenti dalla disaggregazione dei dati sia su un periodo di un anno, sia su un arco temporale più lungo.

L'accelerazione della crescita delle vendite nel corso del trimestre non ha avuto intensità omogenea, ma ha interessato tutte le tipologie del commercio esaminate anche se è stata trainata dal boom delle vendite di iper, supermercati e grandi magazzini, sostenute anche dalla ricerca di convenienza a fronte del forte ritmo di crescita dei prezzi.

Le vendite del dettaglio specializzato alimentare sono aumentate dell'1,1 per cento rispetto allo stesso trimestre dello scorso anno, appesantite dalla dinamica inflazionistica elevata anche per questa tipologia di prodotti e il livello corrente delle vendite è risultato ancora inferiore dello 0,2 per cento rispetto a quello stesso trimestre del 2019 a testimonianza dei mutamenti intervenuti nel comportamento dei consumatori. Il moderato miglioramento della tendenza è comunque attestato dall'andamento dei giudizi delle imprese sulle vendite correnti rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente che ha registrato un ulteriore e più deciso miglioramento del saldo salito a +15,4 punti.

Anche le vendite del dettaglio specializzato non alimentare sono aumentate dell'1,1 per cento rispetto allo scorso anno, grazie alla stagionalità favorevole nonostante la pressione dell'inflazione che riduce i redditi reali. Ma le vendite correnti dello scorso trimestre sono risultate superiori di solo dello 0,5 per cento rispetto a quelle dello stesso trimestre del 2019. Il moderato miglioramento della tendenza tra il terzo e il quarto trimestre 2022 è stato confermato anche dall'andamento dei giudizi delle imprese sulle vendite correnti rispetto a un anno prima, il cui saldo è aumentato da +5,6 punti fino a quota +13,3.

Tra le tipologie del dettaglio non alimentare prese in esame, le vendite di abbigliamento e accessori hanno confermato la recente tendenza negativa e sono diminuite rispetto allo stesso trimestre del 2021 (-2,1 per cento). Per il cumularsi degli effetti della pandemia, della ripresa dell'inflazione e delle variazioni dei comportamenti dei consumatori le vendite del trimestre sono risultate inferiori dell'11,2 per cento rispetto a quelle dell'ultimo trimestre del 2019.

Al contrario le vendite di prodotti per la casa ed elettrodomestici hanno decisamente accelerato il ritmo della loro crescita con un incremento del 4,6 per cento rispetto allo stesso trimestre del 2021. Grazie anche alla migliore resilienza mostrata in precedenza, le vendite correnti di questa tipologia del dettaglio sono risultate superiori a quelle dello stesso trimestre del 2019 di ben il 13,4 per cento.

Nell'insieme anche il passo della ripresa tendenziale delle vendite di altri prodotti non alimentari è apparso in contenuta ripresa nel trimestre (+1,6 per cento) e il loro valore ha superato il livello dello stesso periodo del 2019 del 2,3 per cento.

Lasciando il dettaglio specializzato, sono stati Iper, super e grandi magazzini che hanno decisamente trainato la complessiva ripresa dei consumi nell'ultimo trimestre 2022, traendo vantaggio dalla maggiore attenzione dei consumatori verso la convenienza a fronte della notevole accelerazione dell'inflazione, e che hanno fatto segnare una decisa ripresa tendenziale delle vendite (+5,7 per cento). Comunque, grazie anche sia alla capacità di gestire le aperture e di effettuare consegne a domicilio durante la pandemia, sia ai cambiamenti di comportamento dei consumatori, le vendite correnti di queste strutture sono risultate decisamente superiori a quelle dello stesso periodo del 2019 (+15,4 per cento). Il deciso rafforzamento della diffusione della tendenza positiva delle vendite per questa categoria del dettaglio sotto la spinta della ricerca della convenienza da parte dei consumatori a fronte dell'inflazione è testimoniato dall'andamento del saldo dei giudizi delle imprese sulle vendite correnti rispetto allo stesso trimestre dell'anno precedente che è ulteriormente migliorato di 6 punti giungendo fino a quota +55,8. Inoltre, il 72,9 per cento delle imprese ha segnalato un aumento tendenziale del valore delle vendite. Entrambi questi dati non hanno precedenti dall'inizio dell'indagine, se si escludono le rilevazioni riferite al 2020 influenzate dagli effetti della pandemia.

### **La dimensione delle imprese**

La disaggregazione dei dati economici in funzione della dimensione delle imprese testimonia a favore dell'esistenza di una marcata correlazione positiva tra l'andamento delle vendite e la dimensione aziendale, a seguito dell'accelerazione dei processi di cambiamento in corso da anni nel settore del commercio.

Nell'ultimo trimestre dello scorso anno, le vendite della piccola distribuzione (da 1 a 5 addetti) hanno mantenuto la recente tendenza negativa anche se hanno subito solo una lieve flessione dello 0,2 per cento rispetto allo stesso periodo del 2021. Il lieve alleggerimento della tendenza negativa è testimoniato dal ritorno marginale in campo positivo del saldo dei giudizi tendenziali sulle vendite correnti delle piccole

imprese a quota +2,7. Sempre per la piccola distribuzione, che ha sofferto dei cambiamenti di comportamento dei consumatori, il valore delle vendite correnti è risultato ancora leggermente inferiore a quello dello stesso trimestre del 2019 (-0,9 per cento).

Al contrario, le imprese di media dimensione da 6 a 19 addetti hanno ottenuto un nuovo aumento delle vendite rispetto allo stesso trimestre del 2021 (+1,9 per cento) sostanzialmente della stessa ampiezza di quello del trimestre precedente. La diffusione della tendenza positiva tra le imprese di questa dimensione è aumentata tanto che il saldo dei giudizi tendenziali sulle vendite correnti è salito fino a quota +17,3. Le medie imprese hanno inoltre recuperato il livello delle vendite dell'autunno del 2019 superandolo anche se solo del 2,2 per cento.

Infine, il ritmo della crescita delle vendite delle imprese di maggiore dimensione, ovvero con almeno 20 addetti, è sensibilmente aumentato risultando ampiamente il più elevato (+4,4 per cento). Il rafforzamento della tendenza positiva tra le grandi imprese ha condotto a un ulteriore deciso aumento del già elevato saldo dei giudizi tendenziali sulle vendite correnti che è salito di 9,4 punti, a quota +43,8 un valore mai raggiunto dall'avvio della rilevazione. Inoltre, la percentuale delle grandi imprese che hanno segnalato un aumento tendenziale del valore delle vendite è schizzata al 65,7 per cento, anche questo un nuovo valore assolutamente senza precedenti.

Infine, avendo tratto vantaggio dai cambiamenti di comportamento dei consumatori nel tempo, prima durante la pandemia, poi con la successiva ripresa, infine, con l'accendersi dell'inflazione, le vendite delle imprese di questa classe dimensionale hanno superato decisamente quelle dello stesso periodo del 2019 (+8,8 per cento).

### **La congiuntura nel 2022**

Il commercio al dettaglio è stato duramente colpito dalla pandemia nel 2020 e nel 2021 ha colto solo in parte la successiva ripresa dei consumi. Nonostante la velocità dei cambiamenti nel settore del commercio e nei comportamenti dei consumatori e soprattutto una fiammata inflazionistica senza precedenti, il 2022 si è chiuso con un ulteriore recupero del valore delle vendite del 2,3 per cento. Questo costituisce il più rapido incremento mai registrato dall'avvio della rilevazione, escludendo quello ottenuto nel 2021, ma non ha ugualmente ancora permesso di recuperare il valore delle vendite effettuate nel 2019, rispetto al quale quelle del 2021 sono risultate ancora inferiori dello 0,6 per cento.

### **Le tipologie del dettaglio**

Disaggregando i dati economici in funzione della tipologia del commercio al dettaglio emergono notevoli differenze. Nel complesso del 2022 la ripresa delle vendite è stata trainata ancora una volta dallo specializzato non alimentare, quindi da iper, super e grandi magazzini, ma non si è estesa alle strutture dello specializzato alimentare.

In particolare, le vendite della distribuzione specializzata alimentare hanno ottenuto solo un lievissimo aumento (+0,1 per cento) rispetto al 2021, tanto da risultare ancora inferiori rispetto a quelle del 2019 del 2,7 per cento. Al contrario, le vendite delle imprese specializzate non alimentari hanno conseguito un buon recupero superando quelle del 2021 del 2,8 per cento. Ma, a causa dell'ampiezza dell'arretramento subito nel 2020, il livello delle vendite dello scorso anno è rimasto ancora ben lontano da quello del 2019 (-4,1 per cento). Il dato complessivo nasconde poi una notevole differenziazione all'interno dello stesso comparto non alimentare. Le vendite realizzate dal dettaglio specializzato in abbigliamento e accessori sono aumentate solo dell'1,9 per cento lo scorso anno e sono risultate ancora inferiori rispetto a quelle del 2019 di più di un sesto (-17,1 per cento). Al contrario, il recupero delle vendite delle strutture specializzate in prodotti per la casa e elettrodomestici è stato decisamente più marcato rispetto al 2021 (+5,1 per cento), grazie anche all'effetto bonus, e ha permesso al comparto di superare decisamente il valore realizzato nel 2019 (+8,9 per cento). Infine, le vendite del complesso eterogeneo degli altri prodotti non alimentari hanno ottenuto un ben più contenuto recupero rispetto al 2021 (+2,6 per cento) e non sono riuscite ancora a recuperare il livello del 2019 rispetto al quale sono risultate inferiori dell'1,5 per cento.

Ipermercati, supermercati e grandi magazzini avevano decisamente beneficiato della situazione venutasi a creare con la pandemia, grazie a una maggiore capacità organizzativa, di gestione della difficile contingenza e di effettuare consegne a domicilio. Poi, nel 2021 la loro crescita era decisamente rallentata. Lo scorso anno queste strutture sono riuscite a capitalizzare un ulteriore e più rapido aumento delle vendite (+2,4 per cento), tanto che hanno potuto superare il livello di quelle del 2019 di ben l'11,2 per cento.

### La dimensione delle imprese

I risultati dello scorso anno confermano l'esistenza di una correlazione positiva tra la dimensione aziendale e l'andamento delle vendite, che emerge ancora più chiaramente se si considera la variazione delle vendite nell'ultimo triennio.

L'anno si è chiuso con un recupero delle vendite per tutte le classi dimensionali. Le vendite delle strutture della piccola distribuzione sono aumentate solo dello 0,8 per cento e per l'ampiezza del crollo che avevano subito nel 2020 sono rimaste al di sotto di quelle del 2019 del 5,5 per cento. Le imprese distributive di media dimensione hanno realizzato un ben più rapido recupero delle vendite lo scorso anno (+2,6 per cento), anche se questo è risultato anch'esso insufficiente per raggiungere il livello antecedente alla pandemia rispetto al quale le loro vendite sono risultate ancora inferiori del 2,7 per cento.

Infine, le imprese distributive di maggiore dimensione avevano contenuto sensibilmente l'andamento negativo nel 2020 ed erano riuscite a superare le vendite realizzate nel 2019 già nel 2021. Queste imprese nel 2022 hanno ottenuto

un risultato ancora migliore con un incremento delle vendite del 3,7 per cento che ha permesso loro di superare quelle del 2019 del 5,5 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 fino al termine del 2019.

Le misure di sostegno a favore delle attività introdotte a seguito della pandemia hanno condotto nel corso del 2020 e fino al primo trimestre del 2021, a un progressivo rallentamento della tendenza negativa, poi a un'inversione della tendenza nel secondo trimestre 2021 che è rimasta positiva fino al primo trimestre 2022. L'andamento è poi nuovamente tornato negativo e più sostenuto di prima.

Al 31 dicembre 2022 le imprese attive nel commercio al dettaglio sono risultate 41.917 e rispetto ad un anno prima sono diminuite di 840 unità con la discesa più rapida degli ultimi 10 anni (-2,3 per cento) fatta eccezione per quella subita nel 2019. L'andamento è risultato solo lievemente meno pesante di quello nazionale che ha visto la base imprenditoriale del settore subire una riduzione del 2,8 per cento.

In termini di forma giuridica la variazione rilevata in ambito regionale continua a essere frutto della composizione tra due tendenze contrarie. Solo le società di capitale sono aumentate, ma ancora una volta meno rapidamente che in passato (+2,5 per cento, +178 unità), mentre hanno accentuato la loro tendenza negativa sia le ditte individuali (-791 unità, -2,7 per cento), sia le società di persone (-3,6 per cento, -303 unità), per queste ultime la tendenza è stata favorita dall'attrattività della normativa relativa alle società a responsabilità limitata. A ciò si è aggiunta la rapida tendenza alla flessione dell'insieme assai meno numeroso delle cooperative e dei consorzi (-7,5 per cento).

### Uno sguardo più lontano nel tempo

Consideriamo l'ultimo decennio. Nel 2012 la base imprenditoriale del commercio al dettaglio regionale constava di 47.926 imprese. Alla fine del 2022 si è ridotta dell'12,5 per cento, ovvero ha perso 6.009 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 anche la composizione per forma giuridica della base imprenditoriale regionale.

L'aumento vertiginoso delle società di capitale (+45,3 per cento, +1.651 imprese) le ha portate a costituire il 12,6 per cento delle imprese del settore, con un aumento della quota di 5 punti percentuali in dieci anni.

Le altre tipologie d'impresa hanno visto ridursi la loro consistenza nel decennio. Le società di persone sono diminuite del 25,0 per cento (-2.715 imprese) e la loro quota

è scesa di 3,2 punti percentuali al 19,4 per cento. Per consistenza, la tendenza negativa è stata però determinata dalla perdita di 4.928 ditte individuali (-14,8 per cento), divenute pari al 67,5 per cento del totale con una riduzione di 1,8 punti percentuali. Infine, anche il piccolo raggruppamento dato dai consorzi e dalle

cooperative, nonostante una certa resilienza, ha visto ridursi la sua consistenza (-8,5 per cento), ma ha mantenuto invariata la sua quota della base imprenditoriale salita allo 0,4 per cento.

#### Ulteriori approfondimenti

Le analisi: <https://www.ucer.camcom.it/studi-e-statistica/analisi/congiuntura-dettaglio>

Dati regionali: <https://www.ucer.camcom.it/studi-e-statistica/bd/congiuntura/com-det-r>

Dati provinciali: <https://www.ucer.camcom.it/studi-e-statistica/bd/congiuntura/provinciali-p>

#### Le novità

Notizie del Centro Studi: <https://www.ucer.camcom.it/studi-e-statistica/news>

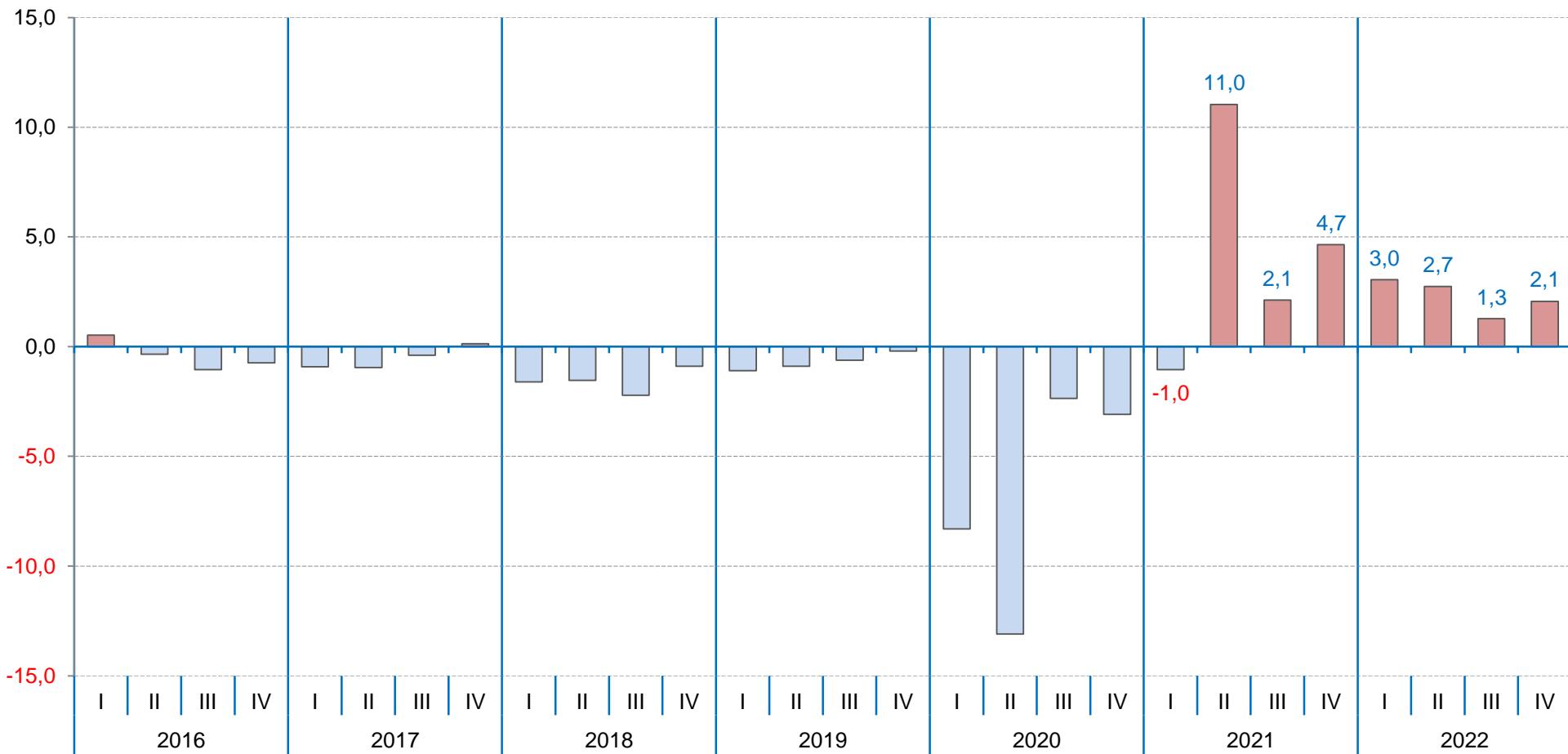
Aggiornamenti della Banca Dati:  
<https://www.ucer.camcom.it/studi-e-statistica/aggiornamenti-banca-dati>

# Indice delle tavole

	Pag.
<b>Congiuntura</b>	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(1) per settore e classe dimensionale	12
Andamento delle vendite correnti del dettaglio nel trimestre e nell'anno per settore e classe dimensionale	12
Andamento delle vendite correnti del dettaglio nel trimestre per settore e classe dimensionale rispetto al 2021 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
<b>I settori</b>	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
<b>La dimensione delle imprese</b>	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
<b>Demografia delle imprese</b>	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 guridica	32
Imprese attive del dettaglio, composizione percentuale nel 2012 e nel 2022(1), variazione assoluta e tasso di variazione percentuale.	33

# Congiuntura

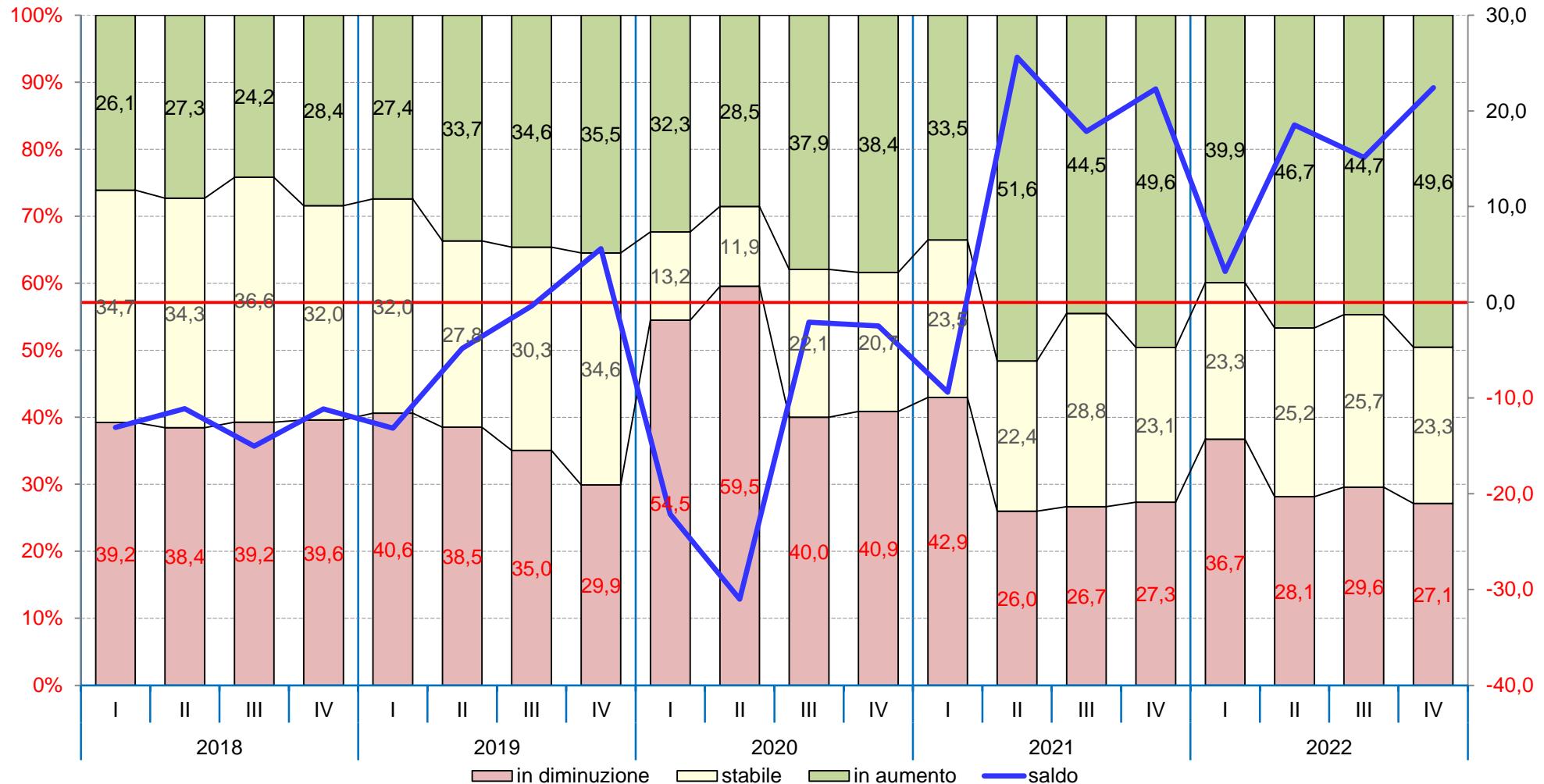
## Vendite del commercio al dettaglio, tasso di variazione tendenziale(1) trimestrale



(1) Sullo stesso trimestre dell'anno precedente.

Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

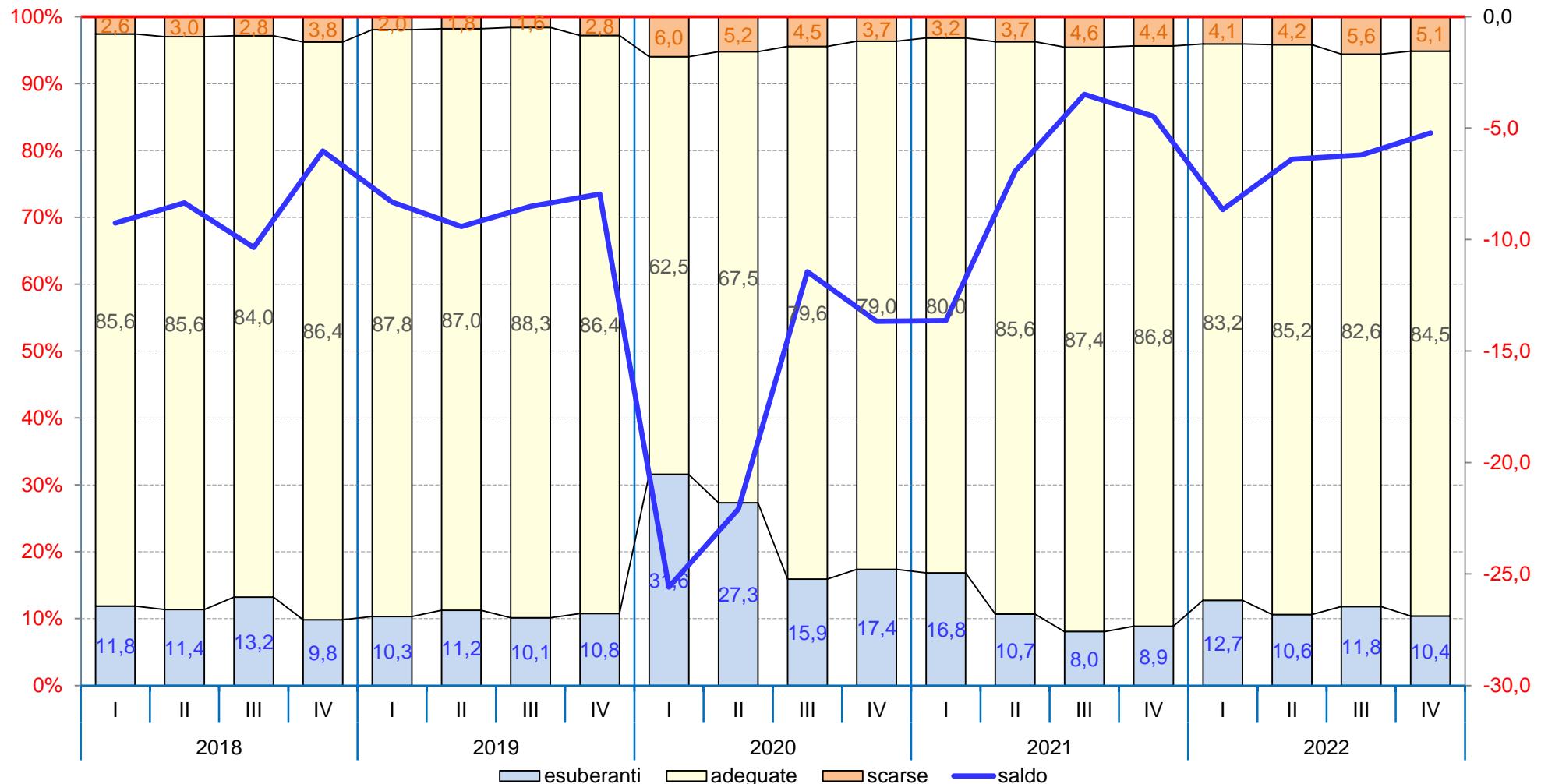
## Andamento delle quote percentuali delle imprese che giudicano le vendite correnti in aumento, stabile o in calo(1)



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

Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

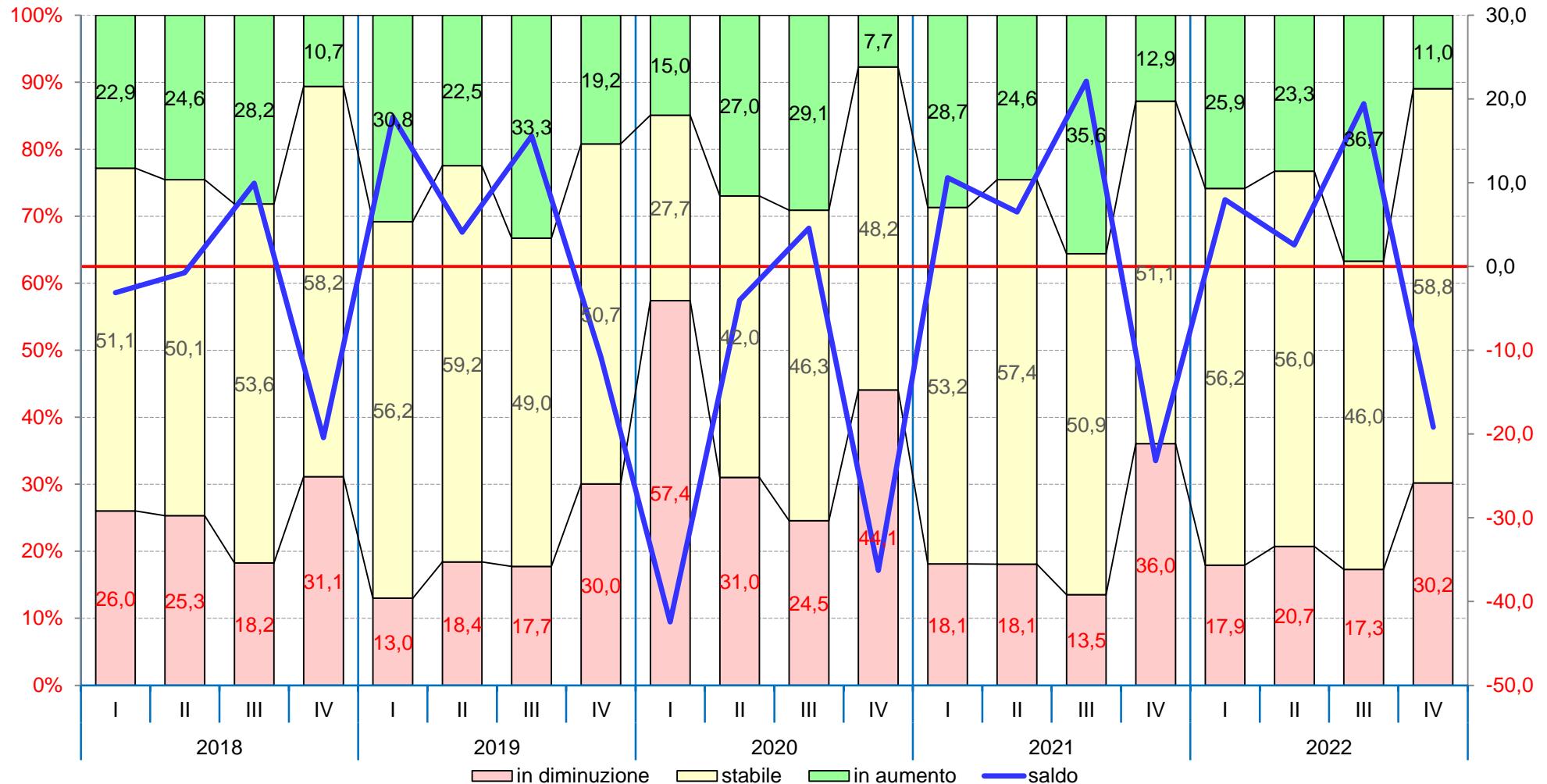
Andamento delle quote percentuali delle imprese che giudicano le giacenze a fine trimestre in aumento, stabile o in calo(1)



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

Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

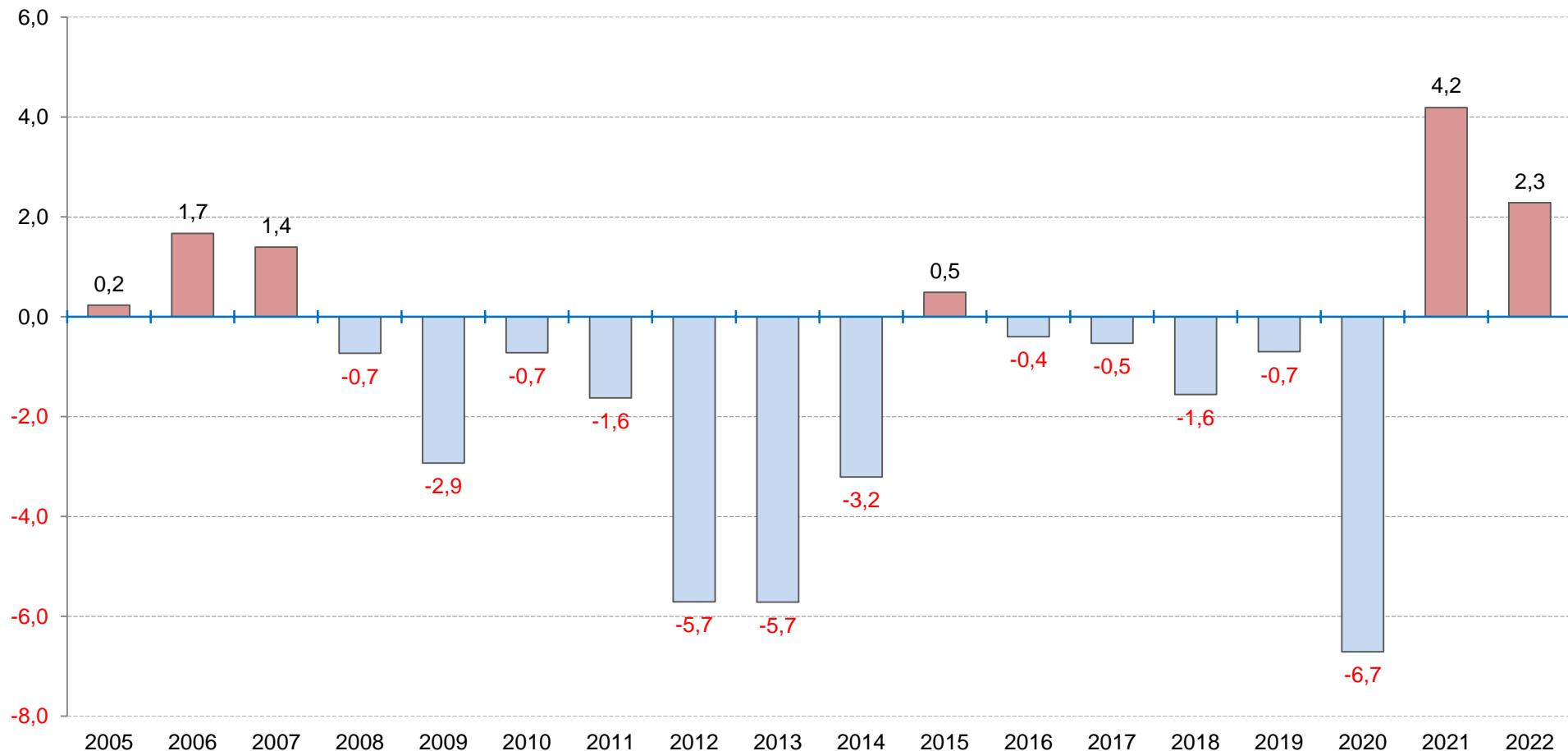
Andamento delle quote percentuali delle imprese che per il trimestre successivo prevedono vendite in aumento, stabile o in calo(1)



(1) Rispetto al trimestre in esame.

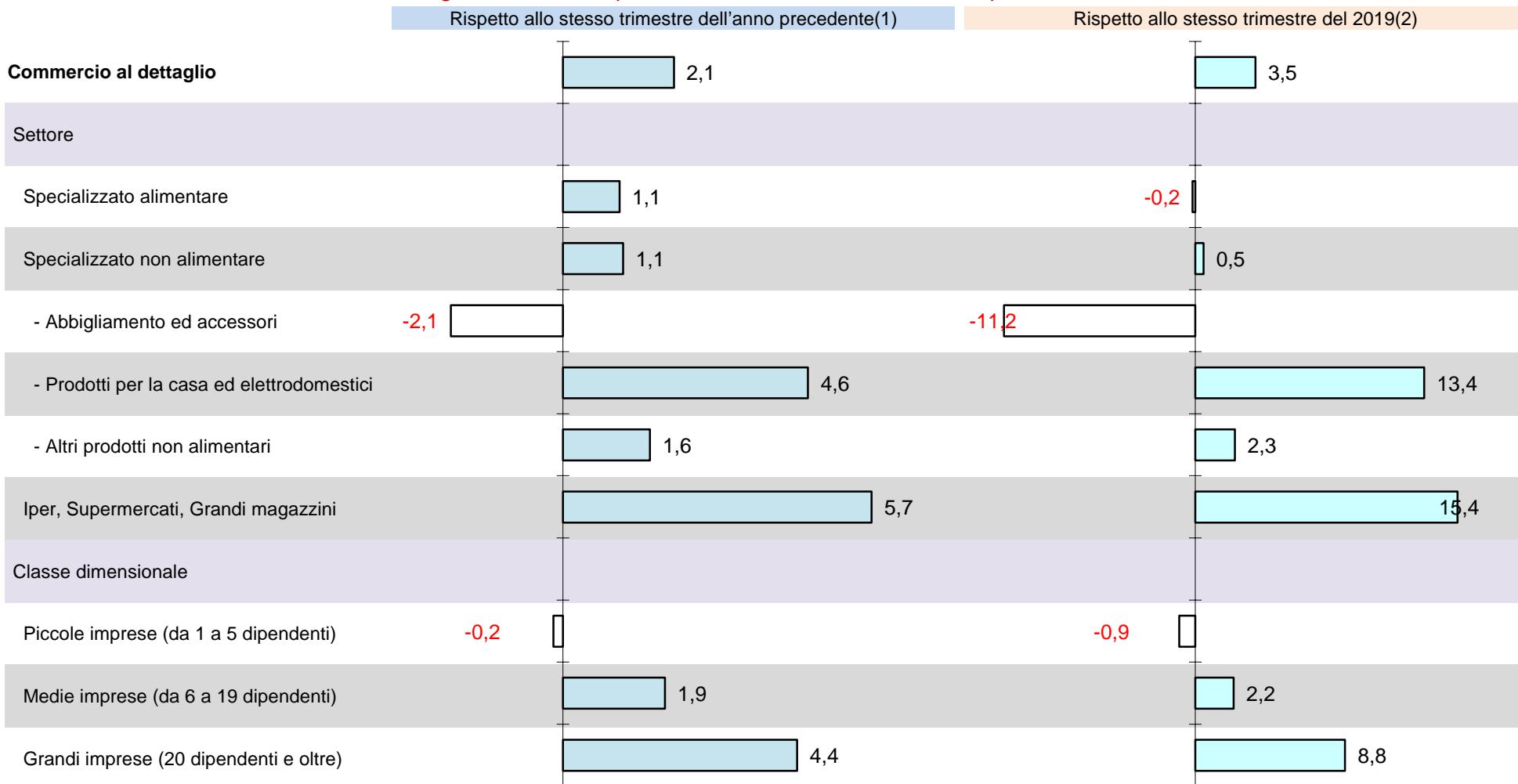
Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

## Vendite del commercio al dettaglio, tasso di variazione percentuale annuale



Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

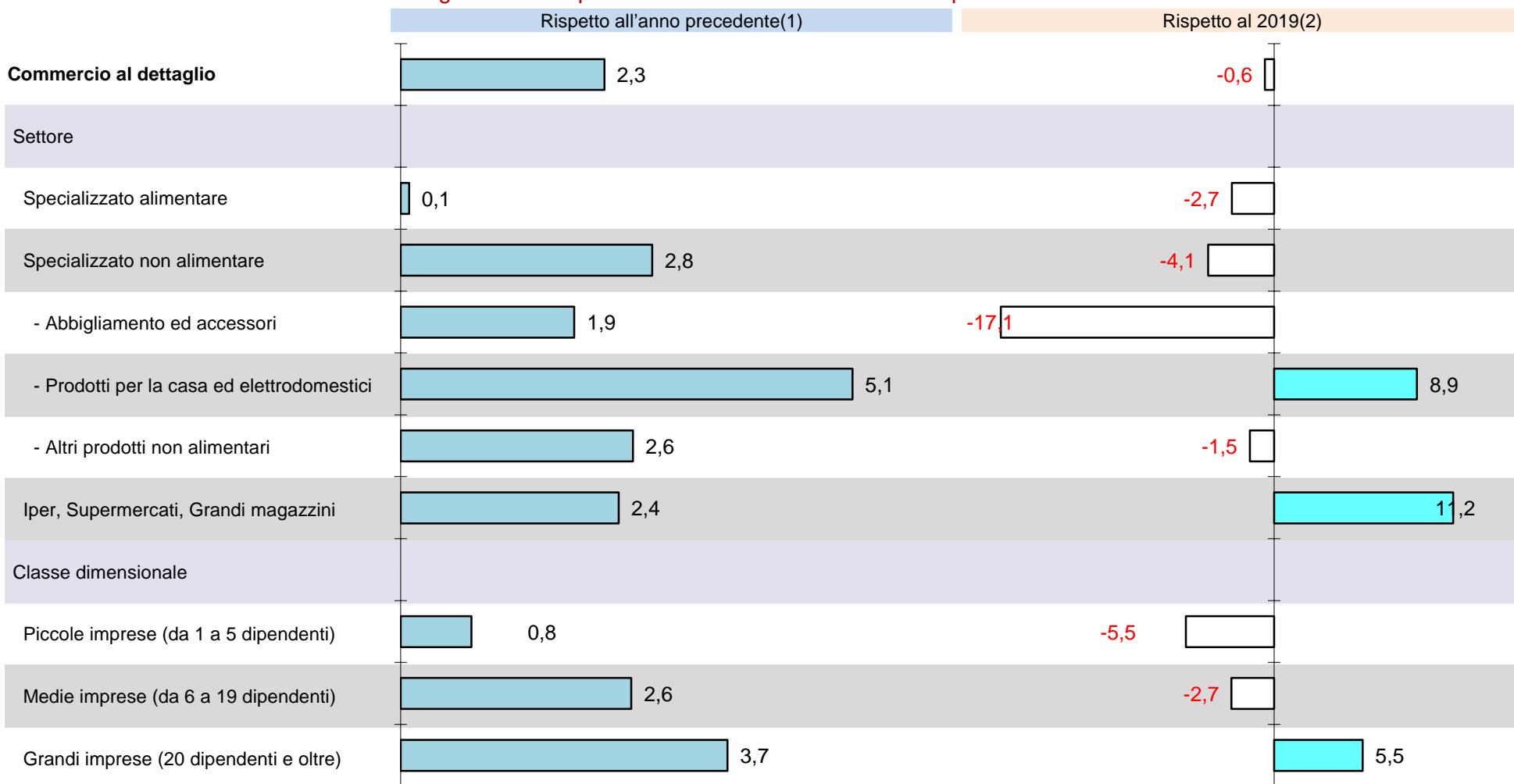
## Andamento delle vendite correnti del dettaglio nel trimestre per settore e classe dimensionale rispetto al 2021 e al 2019



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

Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

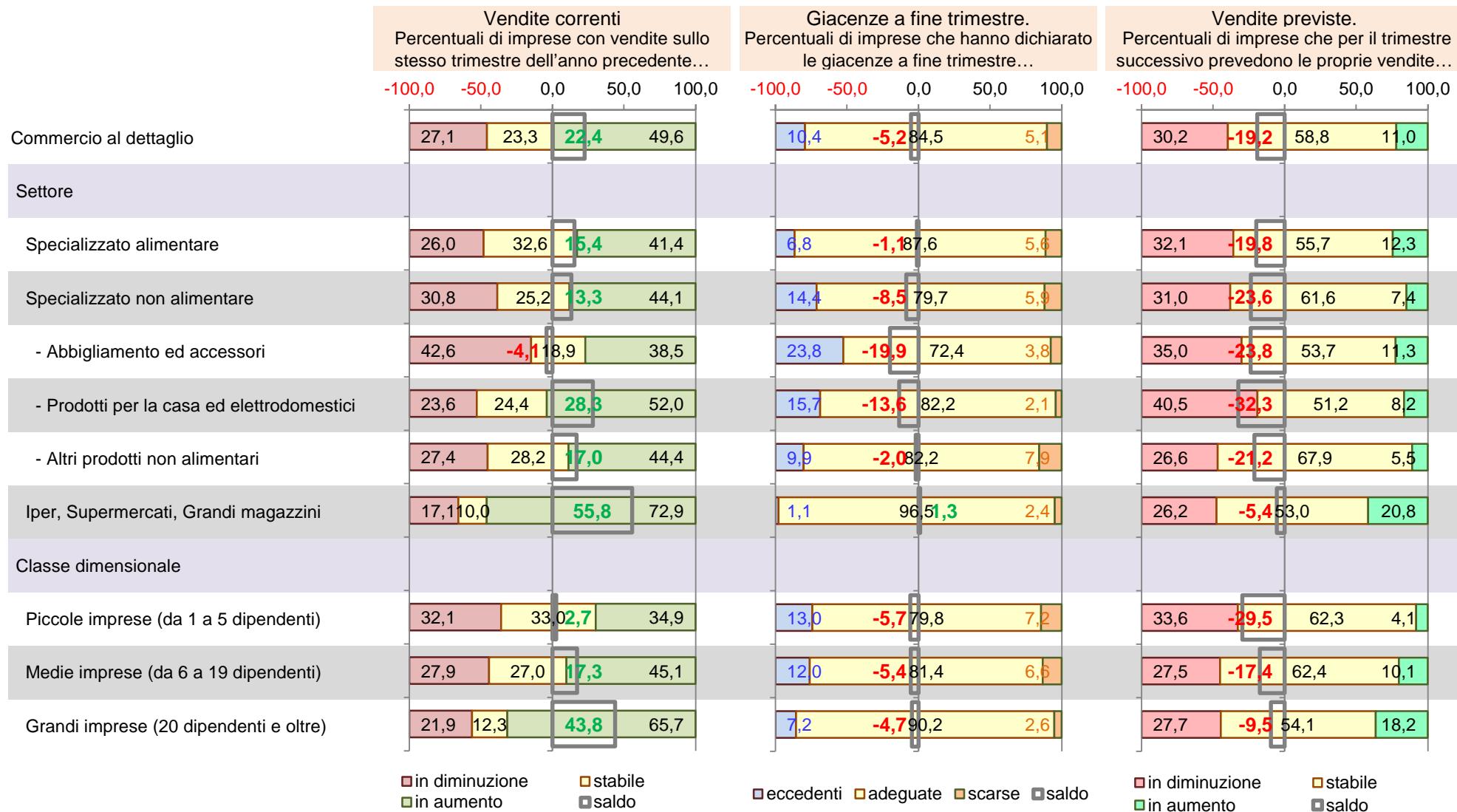
## Andamento delle vendite correnti del dettaglio nell'anno per settore e classe dimensionale rispetto al 2020 e al 2019



(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

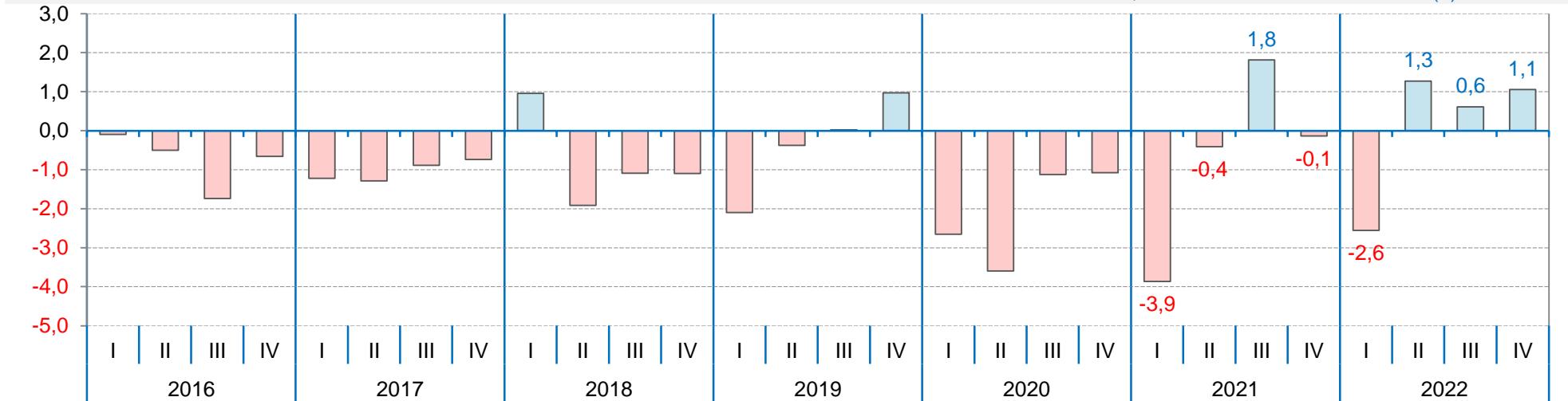


Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

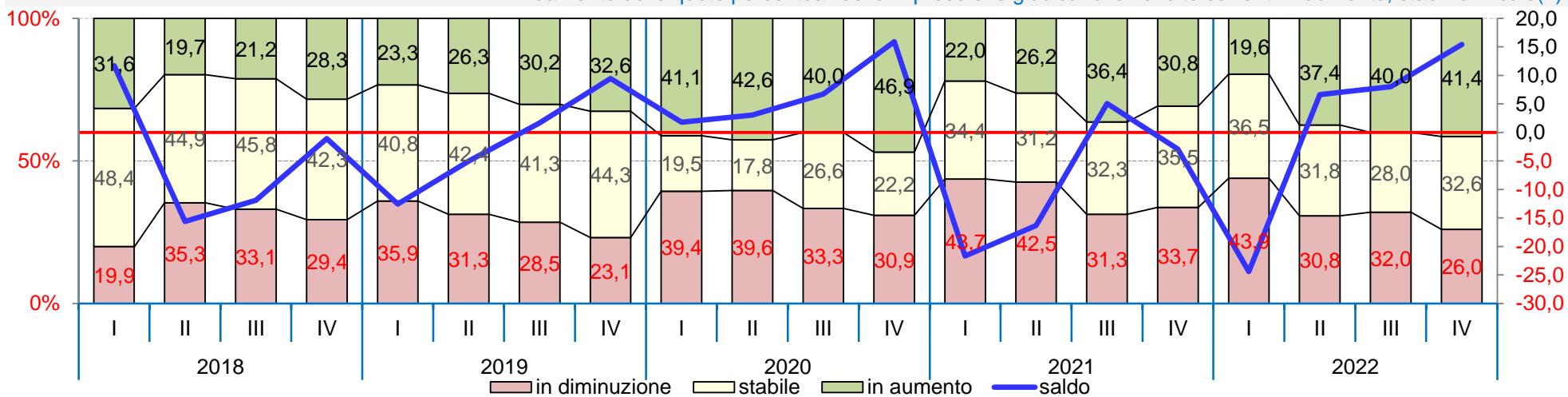
# I settori

## 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)

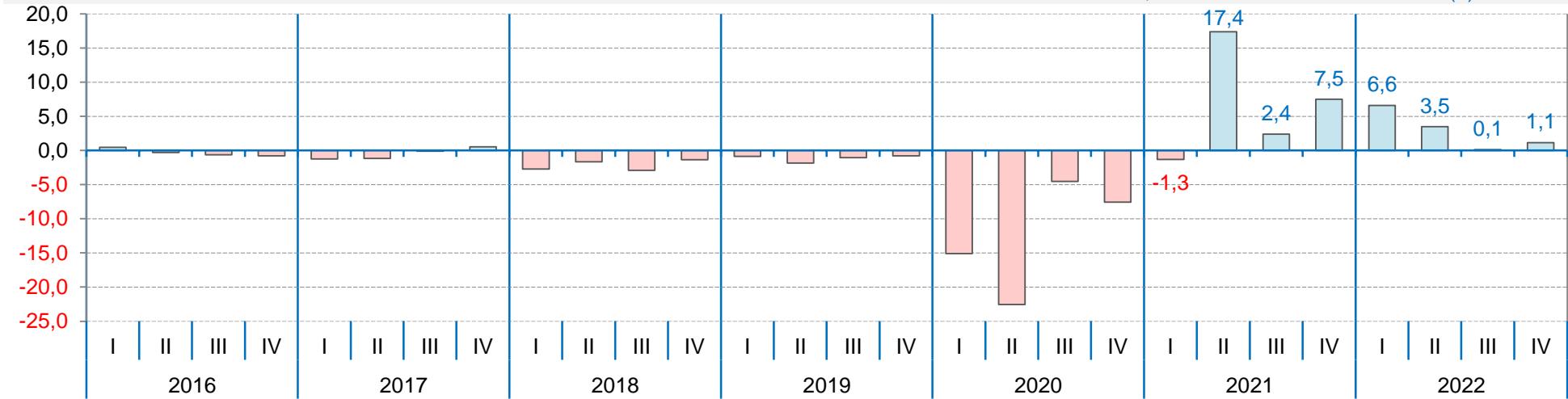


(1) Sullo stesso trimestre dell'anno precedente.

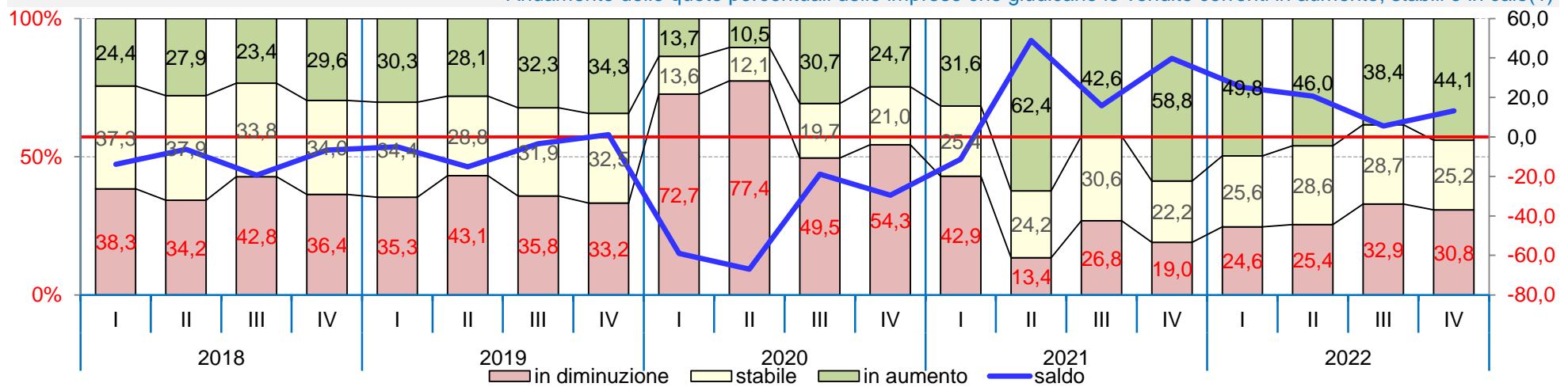
Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

## 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)

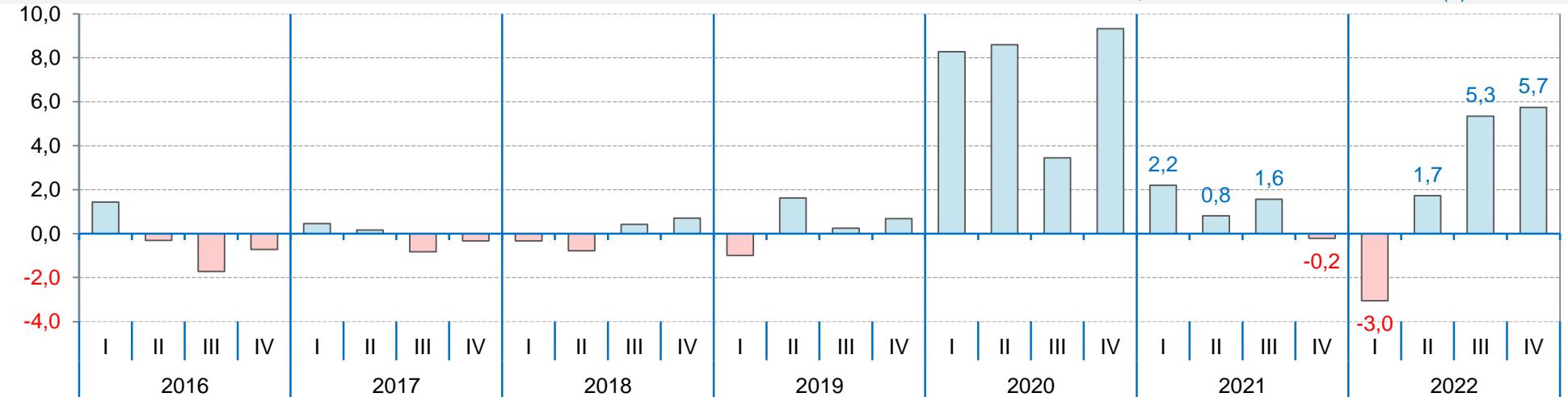


(1) Sullo stesso trimestre dell'anno precedente.

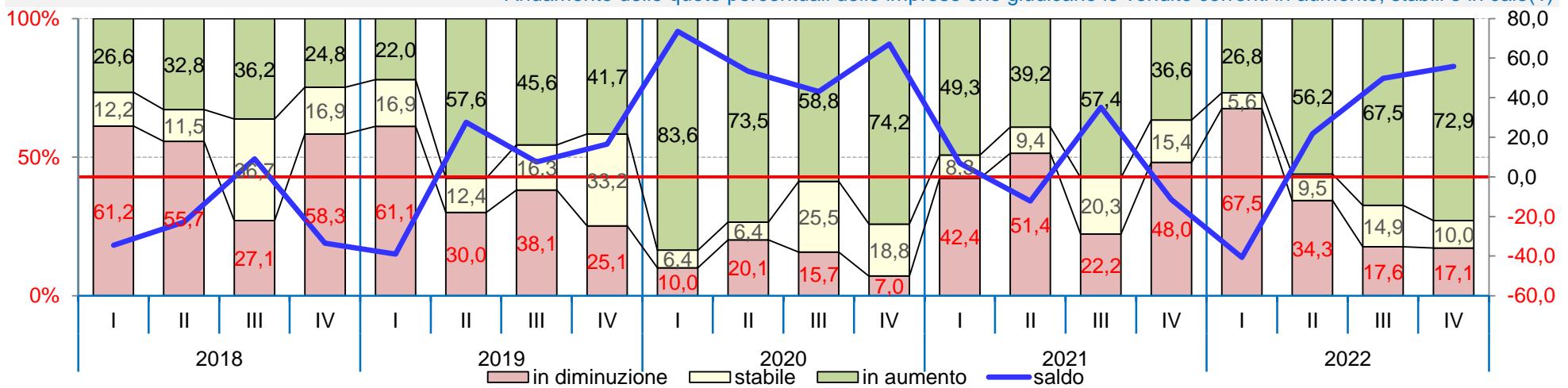
Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

## Iper, Supermercati, Grandi magazzini

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



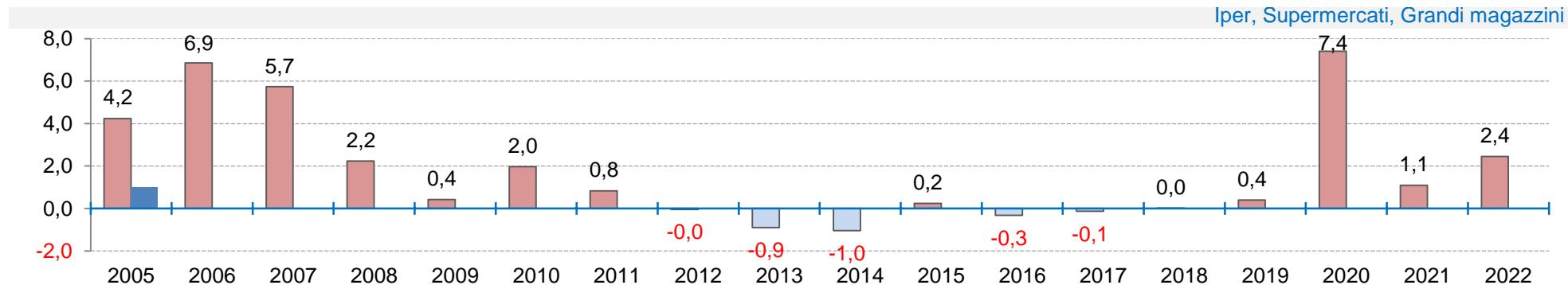
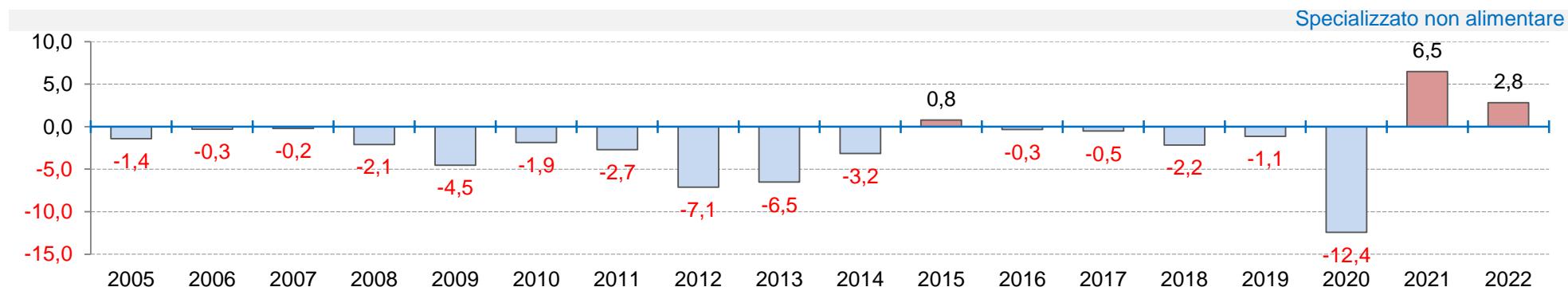
Andamento delle quote percentuali delle imprese che giudicano le vendite correnti in aumento, stabili o in calo(1)



(1) Sullo stesso trimestre dell'anno precedente.

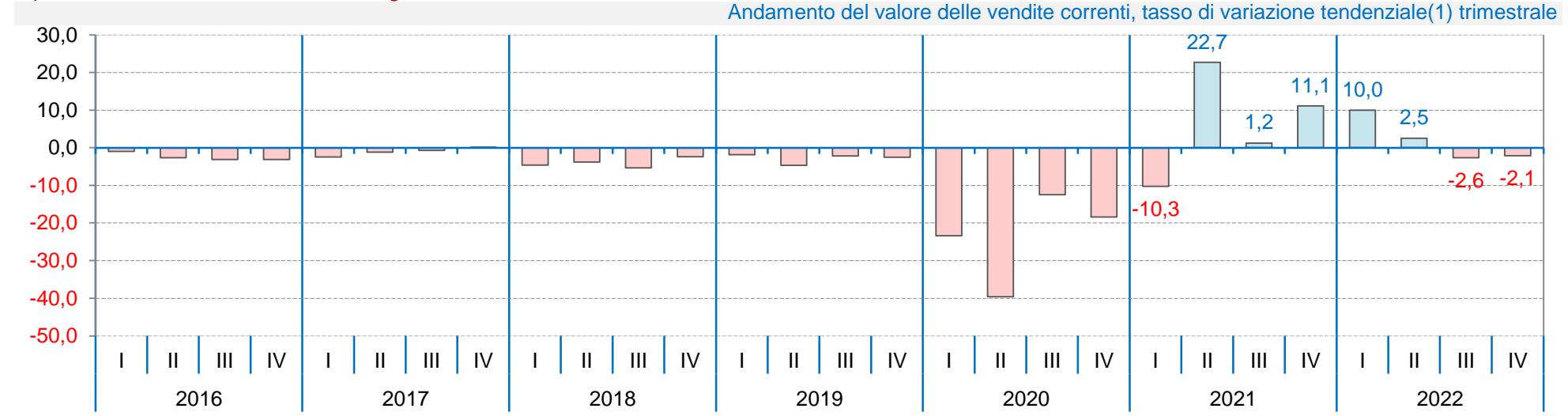
Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

## Vendite del commercio al dettaglio, tasso di variazione percentuale annuale



Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

Specializzato non alimentare - Abbigliamento ed accessori

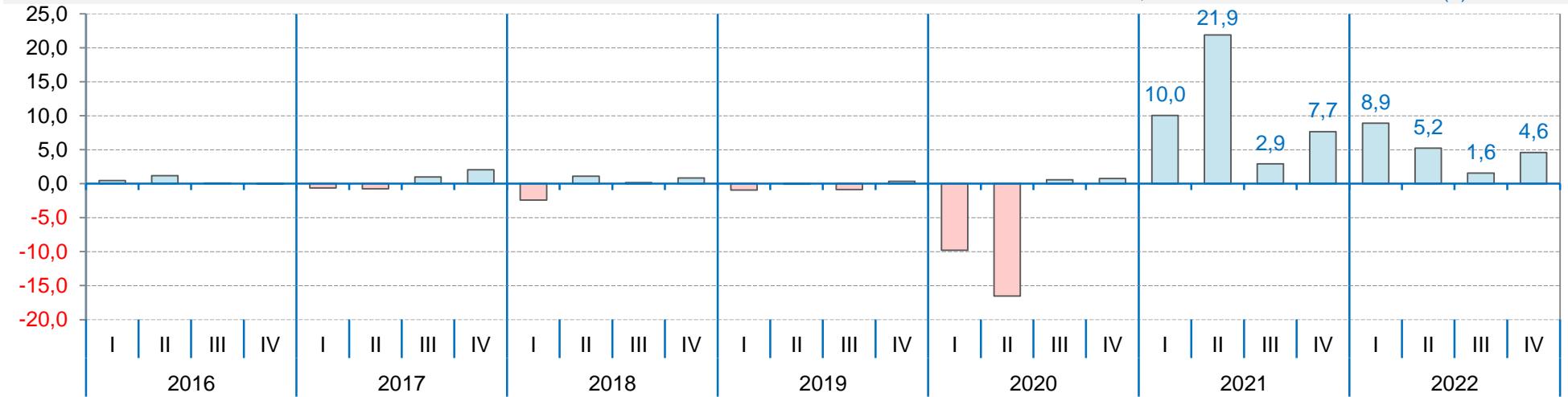


(1) Sullo stesso trimestre dell'anno precedente

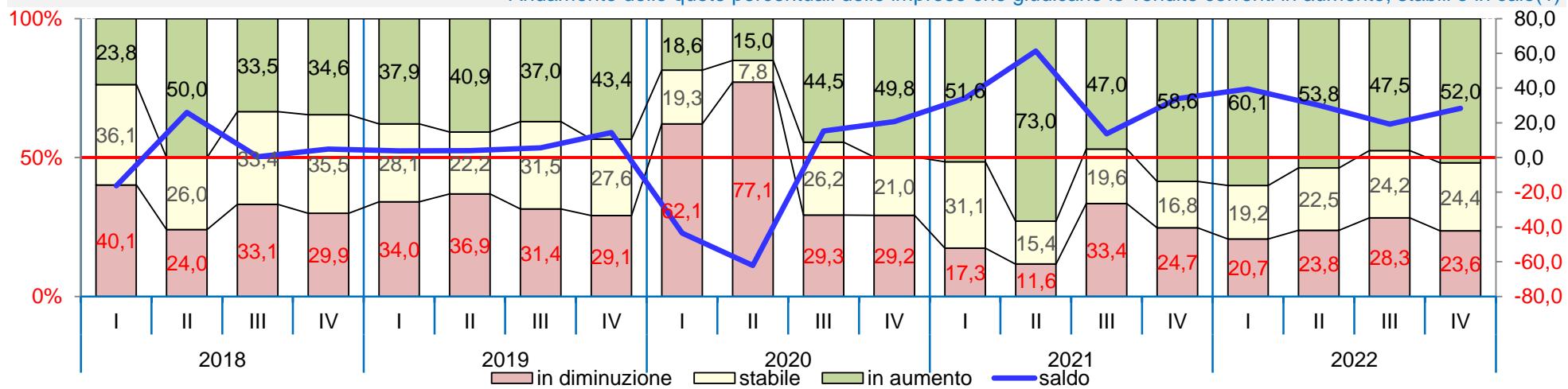
Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

## 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)

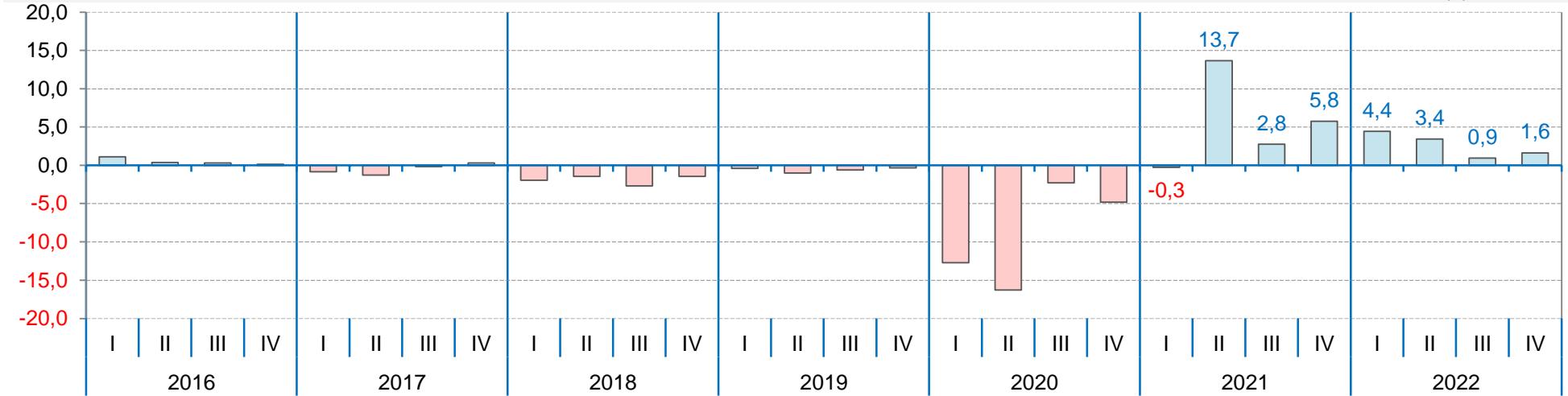


(1) Sullo stesso trimestre dell'anno precedente.

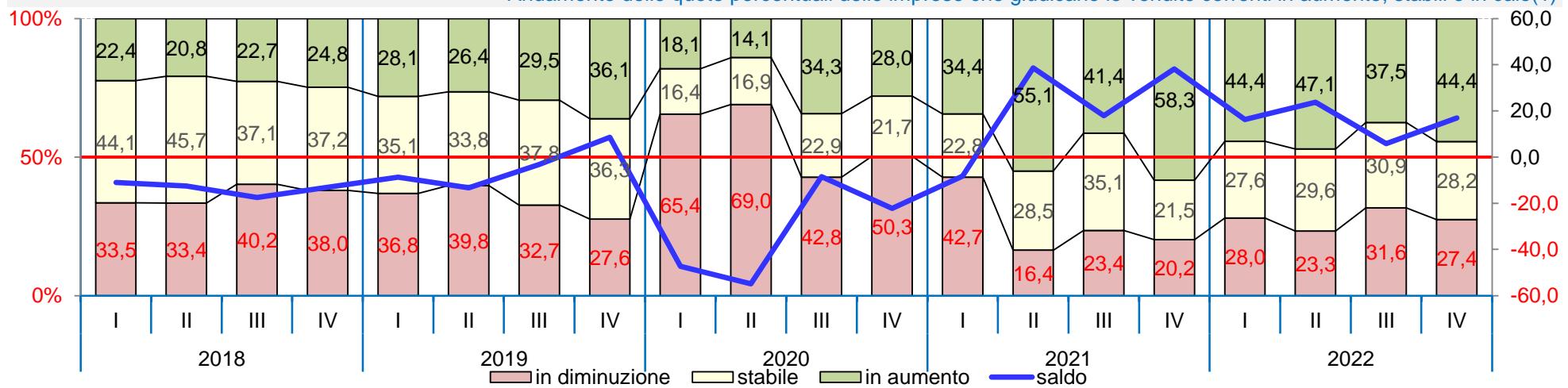
Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

## 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)



## Specializzato non alimentare - Prodotti per la casa ed elettrodomestici



## Specializzato non alimentare - Altri prodotti non alimentari

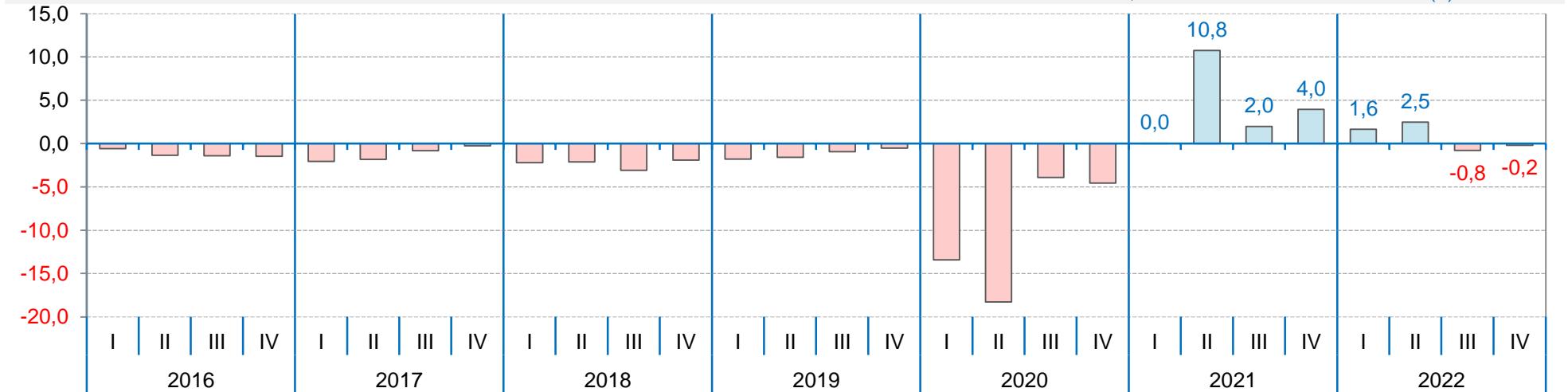


Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

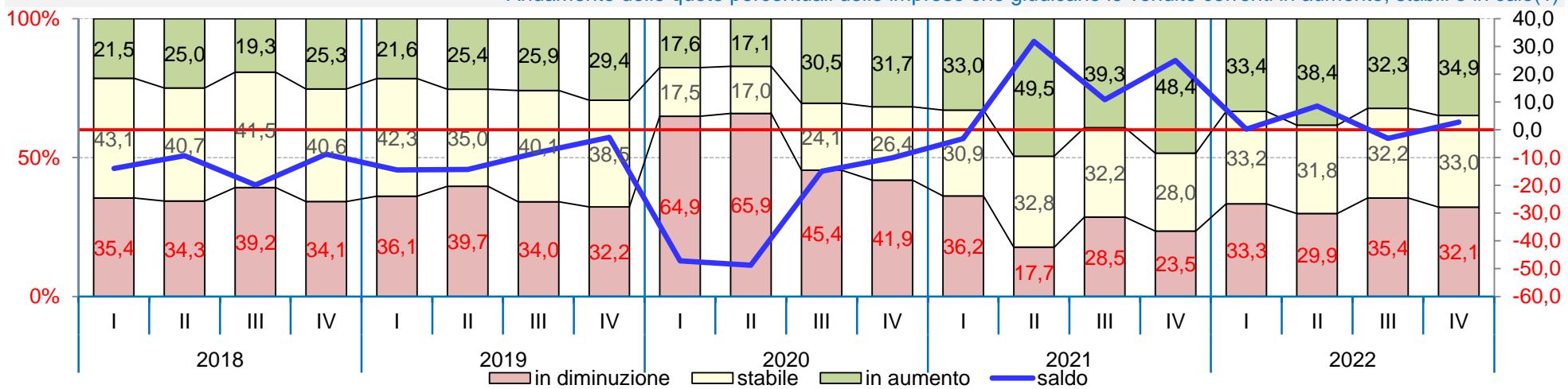
# La dimensione delle imprese

## 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)

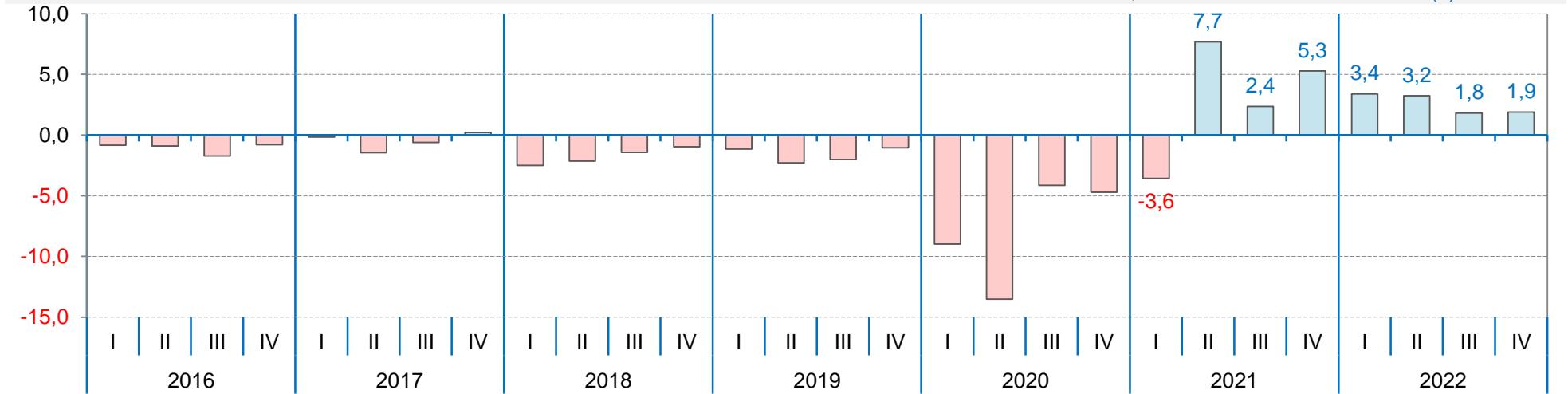


(1) Sullo stesso trimestre dell'anno precedente.

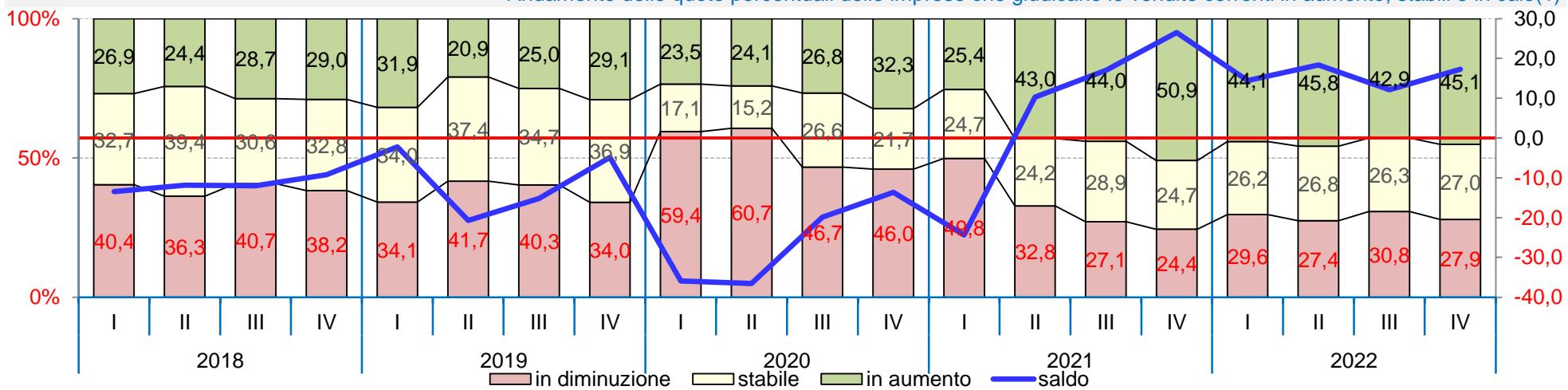
Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

## 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)

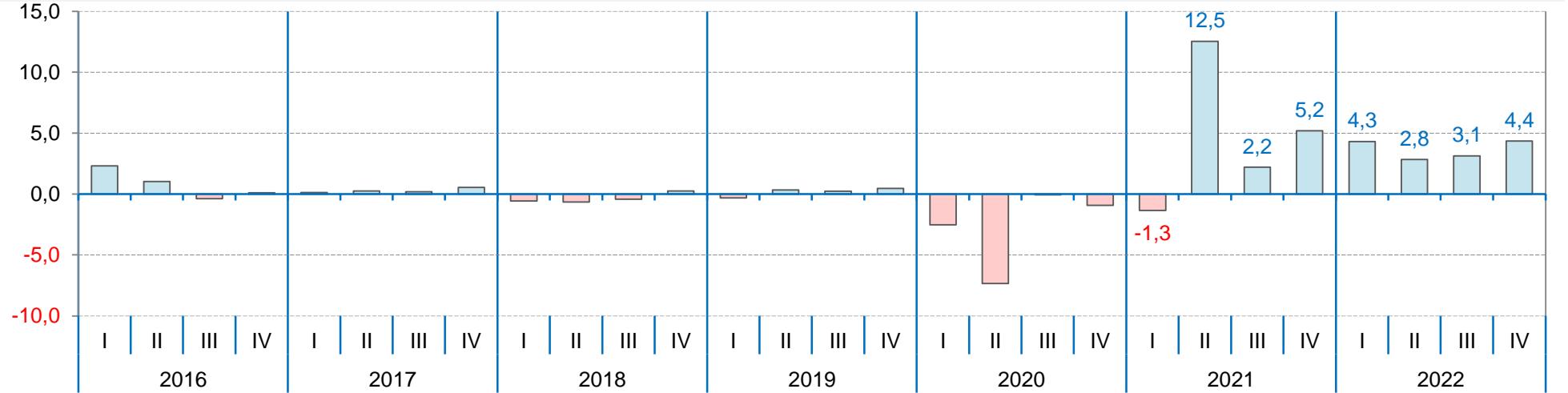


(1) Sullo stesso trimestre dell'anno precedente.

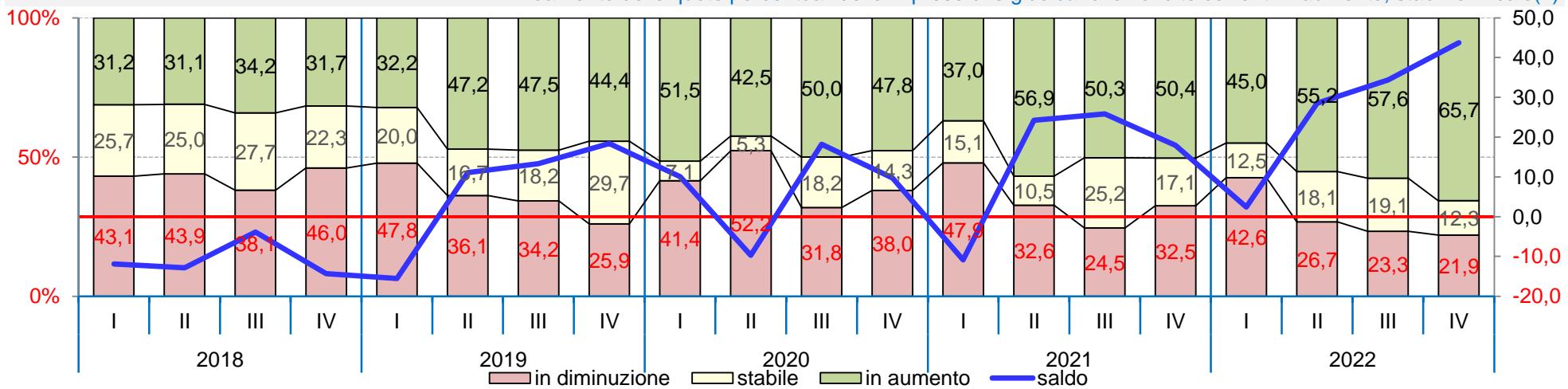
Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

## Grandi imprese (20 dipendenti e oltre)

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



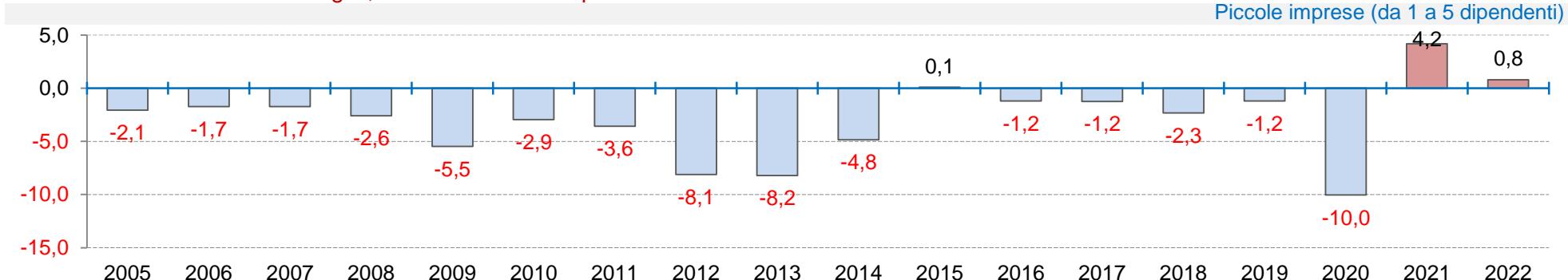
Andamento delle quote percentuali delle imprese che giudicano le vendite correnti in aumento, stabili o in calo(1)



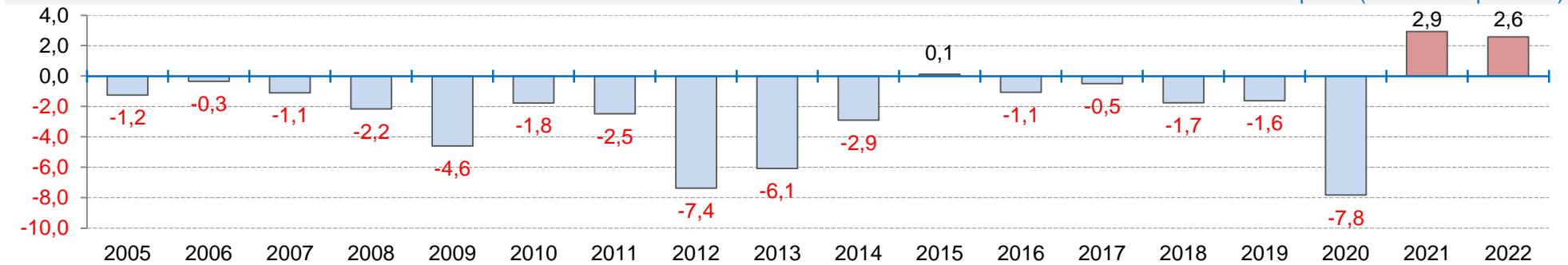
(1) Sullo stesso trimestre dell'anno precedente.

Fonte Unioncamere Emilia-Romagna.

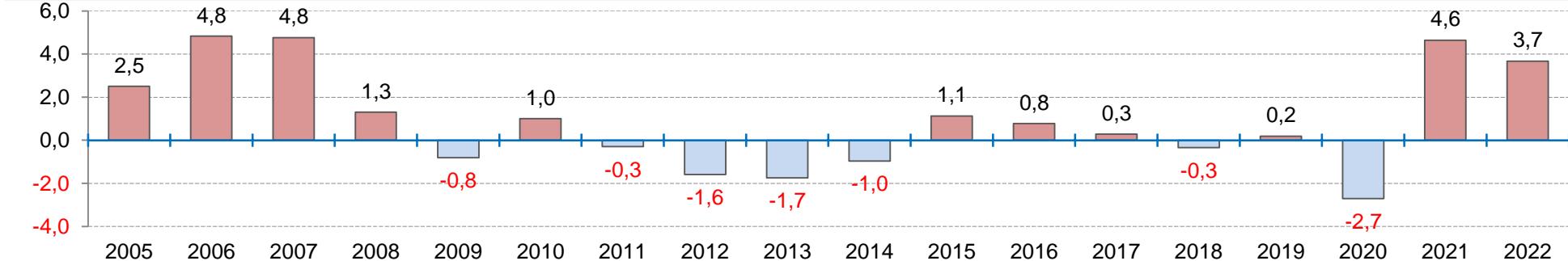
## Vendite del commercio al dettaglio, tasso di variazione percentuale annuale



## Medie imprese (da 6 a 19 dipendenti)



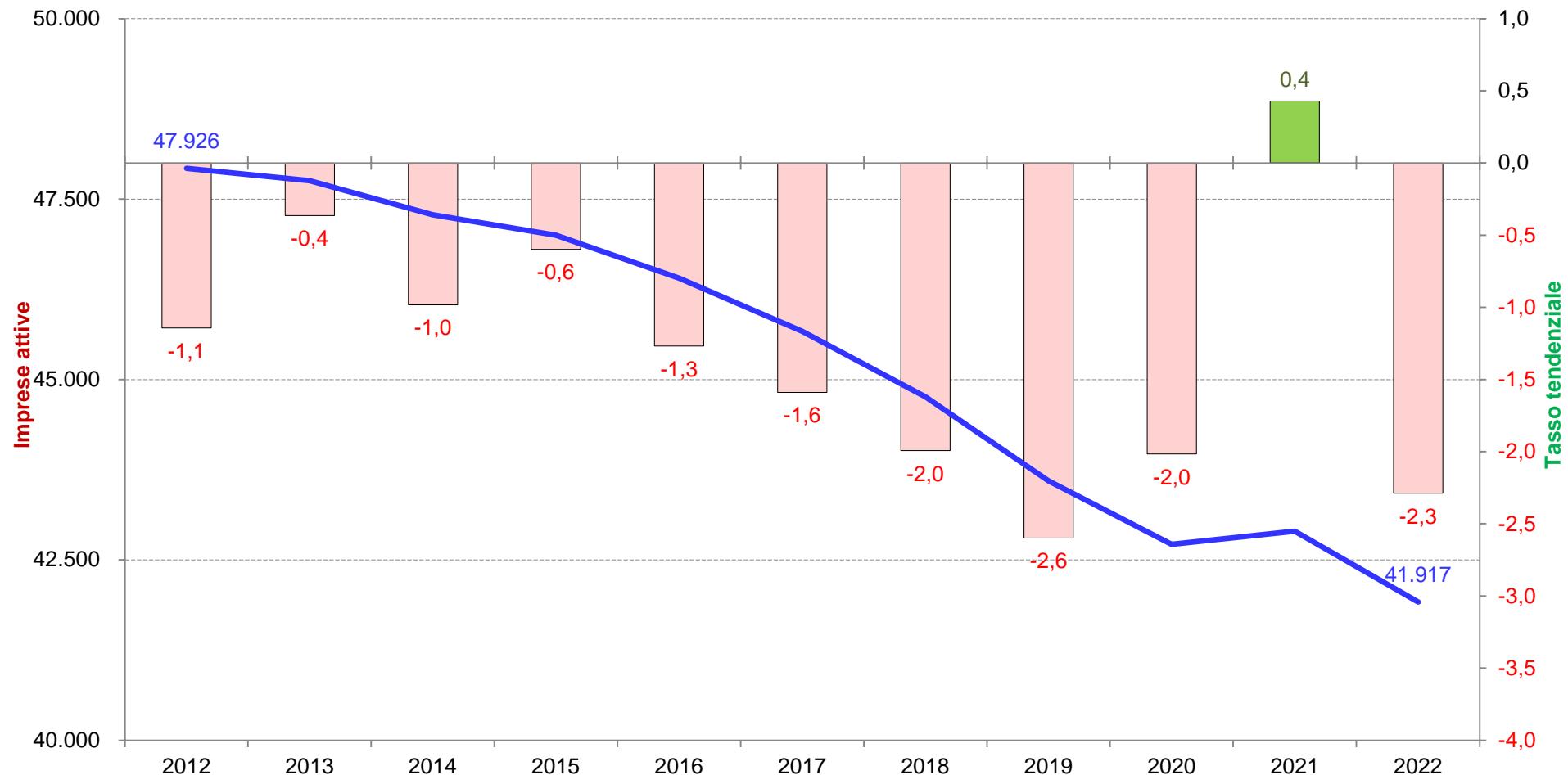
## Grandi imprese (20 dipendenti e oltre)



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

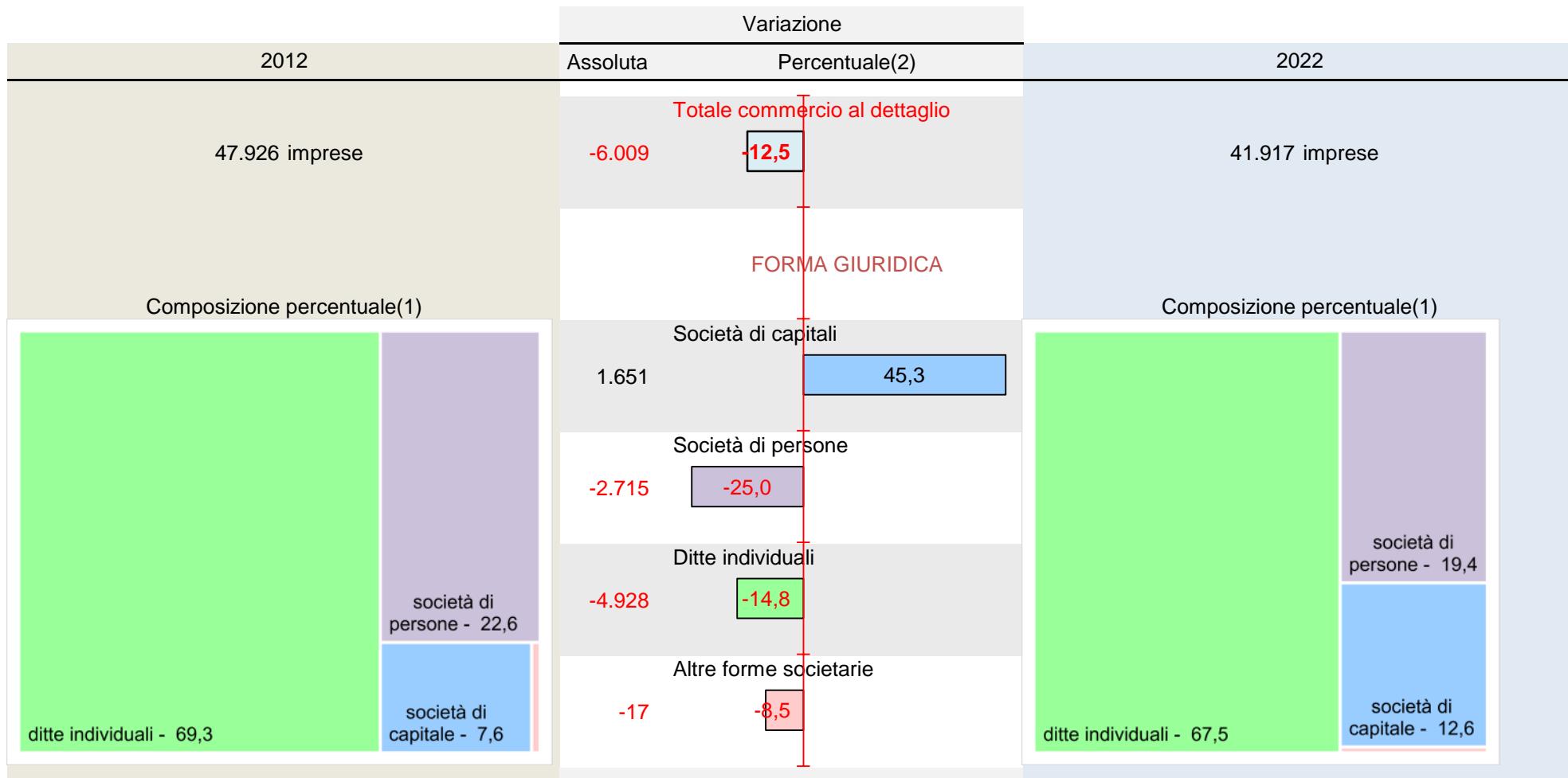
## Imprese attive del commercio al dettaglio e tassi di variazione tendenziali (1) per settori e forma guridica

	Stock	Variazione	
		Numero	Tasso(1)
Commercio al dettaglio	41.917	-981	-2,3
<b>Forma giuridica</b>			
- società di capitale	5.292	128	2,5
- società di persone	8.135	-303	-3,6
- ditte individuali	28.306	-791	-2,7
- altre forme societarie	184	-15	-7,5

(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 2012 e nel 2022(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 online e produce e diffonde analisi economiche. Ecco le principali risorse che distribuiamo online



## 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-e-statistica/analisi/scecoer>

### Congiuntura industriale

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

<https://www.ucer.camcom.it/studi-e-statistica/analisi/congiuntura-industria>

### Congiuntura dell'artigianato

Fatturato, esportazioni, produzione, ordini dell'artigianato.

<https://www.ucer.camcom.it/studi-e-statistica/analisi/congiuntura-artigianato>

### Congiuntura del commercio al dettaglio

Vendite e giacenze per settori e classi dimensionali delle imprese.

<https://www.ucer.camcom.it/studi-e-statistica/analisi/congiuntura-commercio>

### Congiuntura delle costruzioni

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

<https://www.ucer.camcom.it/studi-e-statistica/analisi/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-e-statistica/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-e-statistica/analisi/imprese-estere>

### Demografia delle imprese - Imprenditoria femminile

attività.

<https://www.ucer.camcom.it/studi-e-statistica/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-e-statistica/analisi/imprese-giovanili>

### Addetti delle localizzazioni di impresa

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

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

### Esportazioni regionali

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

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

### Scenario di previsione Emilia-Romagna

Le previsioni macroeconomiche regionali a medio termine. Prometeia.

<https://www.ucer.camcom.it/studi-e-statistica/analisi/scenario-di-previsione>

## Analisi semestrali e annuali

### Rapporto sull'economia regionale

approfondimenti.

<https://www.ucer.camcom.it/studi-e-statistica/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-e-statistica/bd>