

ALLEGATO 5

Nota Tecnica e Metodologica

SG35U

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

1. CRITERI PER LA COSTRUZIONE DELLO STUDIO DI SETTORE

Di seguito vengono esposti i criteri seguiti per la costruzione dello studio di settore.

Oggetto dello studio è l'attività economica rispondente al codice ISTAT:

- 55.30.2 – Rosticcerie, friggitorie, pizzerie a taglio con somministrazione.

La finalità perseguita è di determinare un “ricavo potenziale” tenendo conto non solo di variabili contabili, ma anche di variabili strutturali in grado di determinare il risultato di un'impresa.

A tale scopo, nell'ambito dello studio, vanno individuate le relazioni tra le variabili contabili e le variabili strutturali, per analizzare i possibili processi produttivi e i diversi modelli organizzativi impiegati nell'espletamento dell'attività.

Al fine di conoscere le informazioni relative alle strutture produttive in oggetto si è progettato ed inviato ai contribuenti interessati un questionario per rilevare tali informazioni (il codice del questionario relativo allo studio in oggetto è SG35).

Il numero dei questionari inviati è stato pari a 10.042. I questionari restituiti sono stati 6.664, pari al 66,4 % degli inviati.

Sui questionari sono state condotte analisi statistiche per rilevare la completezza, la correttezza e la coerenza delle informazioni in essi contenute.

Tali analisi hanno comportato, ai fini della definizione dello studio, lo scarto di 1.204 questionari, pari al 18,1 % dei questionari rientrati.

I principali motivi di scarto sono stati:

- presenza di attività secondarie con un'incidenza sul fatturato complessivo superiore al 10%;
- quadro B del questionario (unità locali) non compilato;
- compilazione di più quadri B;
- non compilazione delle superfici degli spazi destinati all'esercizio dell'attività presenti nel quadro B del questionario;
- quadro F del questionario (modalità di espletamento dell'attività) non compilato;
- errata compilazione delle percentuali relative alle modalità di espletamento dell'attività (quadro F del questionario);
- quadro G del questionario (elementi specifici dell'attività) non compilato;
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia di clientela (quadro G del questionario);
- quadro I del questionario (beni strumentali) non compilato;
- quadro M del questionario (elementi contabili) non compilato;
- ricavi dichiarati maggiori di 10 miliardi di lire;
- incongruenze fra i dati strutturali e i dati contabili contenuti nel questionario.

A seguito degli scarti effettuati, il numero dei questionari oggetto delle successive analisi è risultato pari a 5.460.

1.1 IDENTIFICAZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Per segmentare le imprese oggetto dell'analisi in gruppi omogenei sulla base degli aspetti strutturali, si è ritenuta appropriata una strategia di analisi che combina due tecniche statistiche:

- una tecnica basata su un approccio di tipo multivariato, che si è configurata come un'analisi fattoriale del tipo *Analyse des données* e nella fattispecie come un'*Analisi in Componenti Principali*¹;
- un procedimento di *Cluster Analysis*².

L'utilizzo combinato delle due tecniche è preferibile rispetto a un'applicazione diretta delle tecniche di clustering.

In effetti, tanto maggiore è il numero di variabili su cui effettuare il procedimento di classificazione, tanto più complessa e meno precisa risulta l'operazione di clustering.

Per limitare l'impatto di tale problematica, la classificazione dei contribuenti è stata effettuata a partire dai risultati dell'analisi fattoriale, basandosi quindi su di un numero ridotto di variabili (i fattori) che consentono, comunque, di mantenere il massimo delle informazioni originarie.

In un procedimento di clustering di tipo multidimensionale, quale quello adottato, l'omogeneità dei gruppi deve essere interpretata, non tanto in rapporto alle caratteristiche delle singole variabili, quanto in funzione delle

¹ L'Analisi in Componenti Principali è una tecnica statistica che permette di ridurre il numero delle variabili originarie di una matrice di dati quantitativi in un numero inferiore di nuove variabili dette componenti principali tra loro ortogonali (indipendenti, incorrelate) che spieghino il massimo possibile della varianza totale delle variabili originarie, per rendere minima la perdita di informazione; le componenti principali (fattori) sono ottenute come combinazione lineare delle variabili originarie.

² La Cluster Analysis è una tecnica statistica che, in base ai fattori dell'analisi in componenti principali, permette di identificare gruppi omogenei di imprese (cluster); in tal modo le imprese che appartengono allo stesso gruppo omogeneo presentano caratteristiche strutturali simili.

principali interrelazioni esistenti tra le variabili esaminate che contraddistinguono il gruppo stesso e che concorrono a definirne il profilo.

Le variabili prese in esame nell'Analisi in Componenti Principali sono quelle presenti in tutti i quadri di cui si compone il questionario ad eccezione del quadro M che contiene i dati contabili presenti nella dichiarazione dei redditi. Tale scelta nasce dall'esigenza di caratterizzare le imprese in base ai possibili modelli organizzativi, alle diverse tipologie di clientela, alla localizzazione, alle diverse modalità di espletamento dell'attività, etc.; tale caratterizzazione è possibile solo utilizzando le informazioni relative a quegli elementi strutturali e a tutti quegli elementi specifici che caratterizzano le diverse realtà economiche e produttive di un'impresa.

I fattori risultanti dall'Analisi in Componenti Principali vengono analizzati in termini di significatività sia economica sia statistica, al fine di individuare quelli che colgono i diversi aspetti strutturali delle attività oggetto dello studio.

La Cluster Analysis ha consentito di identificare nove gruppi omogenei di imprese. I principali aspetti strutturali delle imprese considerati nell'analisi sono:

- la dimensione relativa dell'attività, in termini di quantità di forza lavoro, ampiezza degli spazi disponibili, numerosità di beni strumentali in dotazione;
- la tipologia assortimentale (che permette di distinguere tra esercizi con specializzazione prevalente e quelli con attività differenziata: pizzerie-rosticcerie, rosticcerie-gastronomie, etc.);
- il modello organizzativo interno (che consente di distinguere tra imprese familiari ed imprese con gestione a carattere manageriale);

- i servizi accessori prestati come il servizio di consegna a domicilio o i posti a sedere per le consumazioni in loco.

In particolare l'analisi dei gruppi omogenei ha evidenziato le seguenti tipologie di aziende:

- pizzerie a taglio di vicinato;
- pizzerie con servizio a domicilio;
- pizzerie / tavola calda;
- pizzerie localizzate in prossimità di uffici e zone commerciali;
- pizzerie / rosticcerie stagionali;
- rosticcerie non specialistiche;
- rosticcerie / gastronomie specialistiche;
- esercizi specializzati nella rivendita di prodotti a base di pane;
- pizzerie/rosticcerie di dimensioni medio-grandi.

1.2 DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Di seguito vengono riportate le descrizioni di ciascuno dei gruppi omogenei (cluster).

Cluster 1 - Piccole pizzerie a taglio di vicinato

Numerosità: 1.734

Si tratta di piccoli esercizi, per lo più artigianali, specializzati nella somministrazione di pizza al taglio e gestiti direttamente dal titolare senza l'ausilio di soci o risorse esterne.

La superficie dedicata alla somministrazione sul posto è molto limitata (mediamente 26 mq), per tanto prevale l'asporto. Il laboratorio per la preparazione delle pizze ha dimensioni in linea rispetto alla media del settore (circa 17 mq), la dotazione strumentale è quella tipica delle pizzerie, e consiste in un bancone per la pizza a taglio di 2,70 metri, forni per una capacità media di 3-4 teglie e spezzatrici. I consumi sono più bassi rispetto alla media generale, a parte quelli riferiti alla legna, lievemente superiori.

L'attività di pizzeria (90% circa dei ricavi) è preponderante rispetto alle restanti specializzazioni.

L'orario di apertura prevalente è fino alle 8 ore, la clientela è sostanzialmente quella residente e gli esercizi risultano localizzati in piccoli centri.

Cluster 2 - Pizzerie/tavola calda

Numerosità: 528

Tale gruppo comprende le pizzerie al taglio con offerta estesa anche ad altri prodotti, come la rosticceria, la gastronomia e le bibite. Esse si caratterizzano, inoltre, per il fatto di essere attrezzate per la consumazione sul posto con un consistente numero di posti a sedere all'interno (mediamente 33).

I metri quadrati interni, difatti, sono di molto superiori alla media (67 mq rispetto ai 33 della media), in alcuni casi sono previsti anche spazi esterni, e, sia i locali dedicati alla preparazione dei prodotti che i beni strumentali sono più elevati rispetto ai valori medi del settore. Il laboratorio, ad esempio, ha un'estensione di 25 mq, ed è attrezzato con forni (per una capacità di circa 4 teglie), 1 friggitrice, fuochi e piastre (3), celle di lievitazione.

Le attrezzature per la somministrazione consistono mediamente in un banco pizza di 2 metri, un banco gastronomia, posti a sedere interni ed esterni.

Per quanto riguarda la specializzazione l'attività prevalente è la pizzeria (53%), seguita dalla vendita di bibite e, in misura minore, dalla vendita di prodotti di rosticceria e gastronomia.

Si tratta di pubblici esercizi che osservano, in molti casi, un orario di apertura prolungato anche oltre le 14 ore. La clientela è sostanzialmente quella abituale residente (84%).

Cluster 3 - Rosticcerie non specialistiche

Numerosità: 737

Questo cluster comprende gli esercizi con attività prevalente di preparazione e vendita per l'asporto di gastronomia e rosticceria di piccole dimensioni.

I metri quadrati interni in media sono 27, il laboratorio per la preparazione (mediamente 17 mq) e la dotazione strumentale sono molto contenuti. Quest'ultima consiste prevalentemente in beni destinati alla preparazione di rosticceria, cioè spiedi, una friggitrice e un paio di fuochi, nonché un bancone per l'esposizione della gastronomia.

L'attività prevalente è quella di rosticceria, ma sono presenti in parte anche pizzeria e gastronomia .

Presentano un orario di apertura mediamente intorno alle 8 ore, si indirizzano ad una clientela di tipo residente e sono localizzate in oltre il 50 % dei casi al Sud.

Cluster 4 - Pizzerie con servizio a domicilio

Numerosità: 292

Tale gruppo comprende le pizzerie con servizio a domicilio. Questa circostanza fa sì che la struttura organizzativa sia più articolata rispetto ai

restanti gruppi, prevedendo accanto al titolare o ai soci la presenza di risorse esterne (apprendisti, dipendenti a tempo parziale, etc.) anche se in misura limitata, nonché mezzi di trasporto (prevalentemente motocicli e autovetture) e spese integrative.

Gli spazi interni sono molto contenuti, 25 mq, il laboratorio (circa 21 mq) è lievemente superiore alla media e la dotazione strumentale è nella media del settore, a parte le celle di lievitazione, la capacità dei forni e il banco per la pizza a taglio che caratterizzano la specializzazione del modello.

I consumi sono anch'essi molto bassi con esclusione della legna .

Per quanto riguarda l'articolazione dell'attività emerge nettamente (87%) la prevalenza della pizzeria.

L'orario di apertura è nella maggior parte dei casi fino ad 8 ore e la clientela è abituale.

Cluster 5 - Pizzerie/rosticcerie di dimensioni medio-grandi

Numerosità: 222

Si tratta di esercizi di medie dimensioni con attività di preparazione di prodotti di pizzeria e rosticceria prevalentemente per l'asporto.

Presentano una struttura organizzativa molto articolata, composta da 4-5 persone tra il titolare, i soci con occupazione prevalente, i dipendenti e gli apprendisti.

Le dimensioni dei locali interni sono medie (50 mq), quindi non sono particolarmente orientati al consumo in loco, mentre risultano più consistenti rispetto alla media gli spazi dedicati a deposito e a laboratorio per la preparazione dei cibi. Anche la dotazione strumentale è ampia, comprendendo spiedi, forni (capienza di 5 teglie), una friggitrice e fuochi e piastre (circa 4),

nonché un bancone per l'esposizione della gastronomia e uno per la pizzeria di circa 2 metri .

Per quanto riguarda l'articolazione dell'attività, questa è maggiormente orientata verso la pizzeria (il 52% dei ricavi indicata dal 77% degli esercizi) e la rosticceria seguiti con pari quota dalla gastronomia e dalle bevande.

Accanto alla clientela abituale residente si rilevano percentuali significative di clienti attratti da uffici/negozi e di clientela turistica.

L'orario di apertura è nella maggior parte dei casi fino a 14 ore.

Cluster 6 - Pizzerie localizzate in prossimità di uffici e zone commerciali

Numerosità: 520

Si tratta del modello organizzativo delle piccole pizzerie a taglio che si caratterizzano per la maggiore presenza di clientela attratta da uffici e vie ad elevata densità commerciale. Esse sono localizzate in prevalenza nelle grandi città del Centro e Nord.

Dal punto di vista dimensionale sono piccoli esercizi con superficie media di 24 mq, laboratorio di 17 mq, assenza di strutture per il consumo in loco (come posti a sedere), dotazione strumentale contenuta e specifica per la preparazione della pizza. Sono presenti, difatti, celle di lievitazione, spezzatrici/arrotondatrici, forni per una capacità media di 4 teglie e il bancone per la pizza a taglio di circa 3 metri. I consumi medi risultano molto al di sotto della media del settore analizzata.

L'attività prevalente è quella di pizzeria (71%), seguita da bevande.

L'orario di apertura prevalente è fino a 14 ore.

Cluster 7 - Pizzerie/rosticcerie stagionali

Numerosità: 406

Questo cluster comprende le pizzerie e le rosticcerie ubicate in località turistiche, con apertura stagionale.

Dal punto di vista strutturale sono esercizi di piccole dimensioni e con una organizzazione molto semplice (assenza di dipendenti e soci...)

Gli spazi interni sono pari a 27 mq e non sono previsti posti a sedere, quelli esterni prevedono un numero di posti a sedere superiori alla media. Il laboratorio è di 18 mq, la dotazione strumentale comprende in prevalenza beni destinati alla preparazione di rosticceria (spiedi, 1 friggitrice, 2 fuochi) e in misura minore per la pizzeria (forni con capacità di circa 4 teglie e celle di lievitazione). Le attrezzature per la vendita consistono in un bancone gastronomia e uno di pizzeria di circa un metro e mezzo ciascuno.

I consumi risultano comunque bassi.

Non si rilevano specializzazioni particolari nell'attività svolta, che risulta distribuita tra pizzeria, rosticceria e gastronomia.

Data la localizzazione la clientela prevalente è quella turistica (82%) e l'orario di apertura è, in maggior misura, quello fino a 14 ore.

Cluster 8 - Esercizi specializzati nella rivendita di prodotti a base di pane**Numerosità: 391**

Tale cluster comprende quegli esercizi orientati prevalentemente alla vendita di panini farciti, di altri prodotti a base di pane e di bibite con possibilità di consumazione sul posto.

Le dimensioni dei locali interni sono medie (46 mq) e sono previsti un numero consistente di posti a sedere, il laboratorio per la preparazione, invece, è molto piccolo (11 mq) e la dotazione strumentale è esigua.

La specializzazione dell'attività evidenzia una netta prevalenza della paninetteria (42%) e della vendita di bibite (30%), per una clientela abituale (75%).

Questo cluster comprende per la maggior parte piccoli centri del Sud.

Cluster 9 - Rosticcerie/gastronomie specialistiche

Numerosità: 582

Si tratta di esercizi specializzati nella preparazione di rosticceria e gastronomia per l'asporto.

Le dimensioni dei locali interni non sono molto ampie (30 mq) e non sono previsti posti a sedere, viceversa sono consistenti gli spazi destinati a laboratorio per la preparazione (27 mq) e in genere la dotazione strumentale.

Quest'ultima, in particolare, è specifica delle rosticcerie/gastronomie ed è la più consistente in assoluto, comprendendo spiedi, 5 fuochi, 1 friggitrice, nonché un bancone gastronomia di 4 metri.

Anche i consumi risultano consistenti, in particolare quello di gas è tre volte superiore a quello medio.

L'attività risulta focalizzata sulla rosticceria e sulla gastronomia, mentre risulta assente la pizzeria.

La clientela è quella abituale residente (83%).

L'orario di apertura si attesta in prevalenza intorno alle 8 ore e gli esercizi risultano localizzati, in oltre il 50% dei casi, al Nord.

1.3 *DEFINIZIONE DELLA FUNZIONE DI RICAVO*

Una volta suddivise le imprese in gruppi omogenei è necessario determinare, per ciascun gruppo omogeneo, la funzione matematica che meglio si adatta all'andamento dei ricavi delle imprese appartenenti al gruppo in esame. Per determinare tale funzione si è ricorso alla *Regressione Multipla*³.

La stima della “funzione di ricavo” è stata effettuata individuando la relazione tra il ricavo (variabile dipendente) e alcuni dati contabili e strutturali delle imprese (variabili indipendenti).

E' opportuno rilevare che prima di definire il modello di regressione si è proceduto ad effettuare un'analisi sui dati delle imprese per verificare le condizioni di “normalità economica” nell'esercizio dell'attività e per scartare le imprese anomale; ciò si è reso necessario al fine di evitare possibili distorsioni nella determinazione della “funzione di ricavo”.

In particolare sono state escluse le imprese che presentano:

- (costo del venduto + costo per la produzione di servizi) dichiarato negativo;
- costi e spese dichiarati nel quadro M superiori ai ricavi dichiarati.

³ La Regressione Multipla è una tecnica statistica che permette di interpolare i dati con un modello statistico-matematico che descrive l'andamento della variabile dipendente in funzione di una serie di variabili indipendenti relativamente alla loro significatività statistica.

Successivamente sono stati utilizzati degli indicatori economico-contabili specifici dell'attività in esame:

- produttività per addetto = $\text{ricavi} / [\text{numero addetti}^4 * 1.000]$

dove:

- numero addetti = 1 + numero dipendenti a tempo pieno + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero assunti con contratti di formazione lavoro + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa + numero collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale + numero associati in partecipazione che apportano prevalentemente lavoro nell'impresa + numero amministratori non soci
(ditte individuali)
- numero addetti = Numero dipendenti a tempo pieno + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero assunti con contratti di formazione lavoro + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa + numero associati in partecipazione che apportano prevalentemente lavoro nell'impresa + numero soci con occupazione prevalente nell'impresa + numero amministratori non soci
(società)

⁴ Le frequenze relative ai dipendenti sono state normalizzate all'anno in base alle giornate retribuite.

- $\text{ricarico} = \text{Ricavi} / (\text{costo del venduto} + \text{costo per la produzione di servizi})$

dove:

- $\text{costo del venduto} = \text{esistenze iniziali} + \text{acquisti di merci e materie prime} - \text{rimanenze finali}$

Per ogni gruppo omogeneo è stata calcolata la distribuzione ventile di ciascuno degli indicatori precedentemente definiti e poi sono state selezionate le imprese che presentavano valori degli indicatori contemporaneamente all'interno di un determinato intervallo per costituire il campione di riferimento.

Per l'indicatore produttività per addetto, per tutti i cluster, è stato utilizzato l'intervallo compreso fra l'estremo superiore del 5° ventile e l'estremo superiore del 19° ventile.

Per l'indicatore ricarico, per tutti i cluster, è stato utilizzato l'intervallo compreso fra l'estremo superiore del 5° ventile e l'estremo superiore del 19° ventile.

Così definito il campione di imprese di riferimento, si è proceduto alla definizione della “funzione di ricavo” per ciascun gruppo omogeneo.

Per la determinazione della “funzione di ricavo” sono state utilizzate sia variabili contabili (quadro M del questionario) sia variabili strutturali. La scelta delle variabili significative è stata effettuata con il metodo stepwise. Una volta selezionate le variabili, la determinazione della “funzione di ricavo” si è ottenuta applicando il metodo dei minimi quadrati generalizzati, che consente di controllare l'eventuale presenza di variabilità legata a fattori dimensionali (eteroschedasticità).

Affinchè il modello di regressione non risentisse degli effetti derivanti da soggetti anomali (outliers), sono stati esclusi tutti coloro che presentavano un

valore dei residui (R di Student) al di fuori dell'intervallo compreso tra i valori -2,5 e +2,5.

Nella definizione della “funzione di ricavo” si è tenuto conto anche delle possibili differenze di risultati economici legate al luogo di svolgimento dell'attività. A tale scopo si sono utilizzati i risultati di uno studio relativo alla “territorialità del commercio”⁵, che ha avuto come obiettivo la suddivisione del territorio nazionale in aree omogenee in rapporto al:

- grado di modernizzazione;
- grado di copertura dei servizi di prossimità;
- grado di sviluppo socio-economico.

Sono state pertanto impiegate, nella funzione di regressione, variabili dummy applicate al “costo del venduto + costo per la produzione di servizi” per la territorialità del commercio. Tali variabili hanno prodotto, ove le differenze territoriali non fossero state colte completamente nella Cluster Analysis, valori correttivi da applicare al coefficiente del “costo del venduto + costo per la produzione di servizi” nella definizione della funzione di ricavo.

Nell'allegato 5.A vengono riportate le variabili ed i rispettivi coefficienti della “funzione di ricavo”.

2. APPLICAZIONE DEGLI STUDI DI SETTORE ALL'UNIVERSO DEI CONTRIBUENTI

Per la determinazione del ricavo della singola impresa sono previste due fasi:

⁵ I criteri e le conclusioni dello studio sono riportati nell'apposito Decreto Ministeriale.

- l'*Analisi Discriminante*⁶;
- la stima del ricavo di riferimento.

Nell'allegato 5.B vengono riportate le variabili strutturali risultate significative nell'Analisi Discriminante.

Non si è proceduto nel modo standard di operare dell'Analisi Discriminante in cui si attribuisce univocamente un contribuente al gruppo di massima probabilità; infatti, a parte il caso in cui la distribuzione di probabilità si concentri totalmente su di un unico gruppo omogeneo, sono considerate sempre le probabilità di appartenenza a ciascuno dei gruppi omogenei.

Per ogni impresa viene determinato il ricavo di riferimento puntuale ed il relativo intervallo di confidenza.

Tale ricavo è dato dalla media dei ricavi di riferimento di ogni gruppo omogeneo, calcolati come somma dei prodotti fra i coefficienti del gruppo stesso e le variabili dell'impresa, ponderata con le relative probabilità di appartenenza.

Anche l'intervallo di confidenza è ottenuto come media degli intervalli di confidenza, al livello del 99,99%, per ogni gruppo omogeneo ponderata con le relative probabilità di appartenenza.

⁶ L'Analisi Discriminante è una tecnica che consente di associare ogni impresa ad uno dei gruppi omogenei individuati per la sua attività, attraverso la definizione di una probabilità di appartenenza a ciascuno dei gruppi stessi.

ALLEGATO 5.A

Variabili e coefficienti della funzione di ricavo

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAPO**SG35U**

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5
Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi	1,7219	1,6012	1,4734	1,5089	1,2827
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	0,6270	0,7631	0,6791	0,6180	1,0203
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	13.514,5069	17.664,8714	14.496,6922	18.845,2020	34.130,0888
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	12.962,7476	13.131,6716	10.821,7458	8.728,9110	27.842,5560
Valore dei beni strumentali	0,0568	-	0,0919	-	0,1435
Spese per acquisti di servizi	0,7867	0,3957	0,6662	1,4183	0,7753
Mq spazi interni destinati alla vendita e alla somministrazione (a disposizione del pubblico)	165,6752	115,1695	177,5443	294,3744	291,4373
Mq utilizzati per preparazione (laboratorio, cucina)	243,4641	218,2751	208,5777	239,1895	-

CORRETTIVI TERRITORIALI DA APPLICARE AL COEFFICIENTE DEL (COSTO DEL VENDUTO + COSTO PER LA PRODUZIONE DI SERVIZI)

GRUPPO DELLA TERRITORIALITA' DEL COMMERCIO	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5
1) Aree con livelli di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale	-0,1059	-	-0,1069	-0,1999	-
2) Aree con elevata dotazione di servizi commerciali specialmente tradizionali; livello di benessere medio	-0,0865	-	-	-	-
3) Aree ad alto livello di benessere, con un tessuto produttivo industriale e una rete commerciale prevalentemente tradizionale	-	-	-	-	-
4) Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale	-0,1059	-	-	-0,1999	-
5) Aree con benessere molto elevato, in aree urbane e metropolitane fortemente terziarizzate e sviluppate, con una rete distributiva molto evoluta	-	0,1173	-	0,1259	-
6) Aree di medio-piccole dimensioni con marcata presenza di grandi superfici commerciali, con alto livello di benessere e un sistema economico-produttivo evoluto	-	-	-	-	-
7) Aree con livello medio di benessere, con un sistema produttivo prevalentemente industriale e con una rete distributiva poco modernizzata	-	-	-	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in migliaia di lire.

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAPO**SG35U**

VARIABILI	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8	CLUSTER 9
Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi	1,7053	1,5636	1,5394	1,4901
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	0,7564	0,6963	0,6831	0,4605
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	7.732,7748	11.003,4482	6.942,7813	10.534,4336
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	12.608,1538	12.752,0784	-	8.883,4295
Valore dei beni strumentali	-	0,0981	0,0514	0,0752
Spese per acquisti di servizi	1,1580	1,3110	1,0250	1,0455
Mq spazi interni destinati alla vendita e alla somministrazione (a disposizione del pubblico)	410,8011	-	100,1967	-
Mq utilizzati per preparazione (laboratorio, cucina)	-	199,6524	-	188,2500

CORRETTIVI TERRITORIALI DA APPLICARE AL COEFFICIENTE DEL (COSTO DEL VENDUTO + COSTO PER LA PRODUZIONE DI SERVIZI)

GRUPPO DELLA TERRITORIALITA' DEL COMMERCIO	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8	CLUSTER 9
1) Aree con livelli di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale	-	-0,2900	-	-
2) Aree con elevata dotazione di servizi commerciali specialmente tradizionali; livello di benessere medio	-	-	-	-
3) Aree ad alto livello di benessere, con un tessuto produttivo industriale e una rete commerciale prevalentemente tradizionale	-	-	-	-
4) Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale	-	-	-	-
5) Aree con benessere molto elevato, in aree urbane e metropolitane fortemente terziarizzate e sviluppate, con una rete distributiva molto evoluta	-	0,1246	0,1745	-
6) Aree di medio-piccole dimensioni con marcata presenza di grandi superfici commerciali, con alto livello di benessere e un sistema economico-produttivo evoluto	-	-	-	-
7) Aree con livello medio di benessere, con un sistema produttivo prevalentemente industriale e con una rete distributiva poco modernizzata	-	-	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in migliaia di lire.

ALLEGATO 5.B

Variabili dell'analisi discriminante

Quadro A:

- Numero delle giornate retribuite per i dipendenti a tempo pieno
- Numero delle giornate retribuite per i dipendenti a tempo parziale
- Numero delle giornate retribuite per gli apprendisti
- Numero delle giornate retribuite per gli assunti con contratti di formazione-lavoro o a termine e lavoratori a domicilio
- Numero dei collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale
- Numero dei familiari diversi da quelli di cui al rigo precedente che prestano attività nell'impresa
- Numero dei soci con occupazione prevalente nell'impresa
- Numero dei soci diversi da quelli di cui al rigo precedente

Quadro B:

- Mq spazi interni destinati alla vendita ed alla somministrazione
- Mq spazi esterni destinati alla vendita ed alla somministrazione
- Mq utilizzati per deposito (retrobottega, magazzino)
- Mq utilizzati per preparazione (laboratorio, cucina)
- Numero di ingressi
- Potenza installata (kw)
- Orario di apertura fino ad otto ore
- Orario di apertura oltre quattordici ore
- Localizzazione in centri commerciali al dettaglio

- Ubicazione in località turistica
- Apertura stagionale fino a tre mesi
- Apertura stagionale fino a sei mesi
- Apertura stagionale fino a nove mesi

Quadro C:

- Consumo gas (mc)
- Consumo gas liquido (Kg)
- Consumo legna (Q.li)

Quadro D:

- Numero autovetture
- Numero autoveicoli per trasporto promiscuo
- Numero autocarri
- Numero motocicli

Quadro F:

- Modalità di espletamento dell'attività: Rosticceria (%)
- Modalità di espletamento dell'attività: Gastronomia (%)
- Modalità di espletamento dell'attività: Pizzeria (%)
- Modalità di espletamento dell'attività: Panineria (%)
- Modalità di espletamento dell'attività: Bevande (%)
- Altri servizi offerti: servizio a domicilio
- Altri servizi offerti: impianto di climatizzazione

Quadro G:

- Mobili e arredi: posti a sedere (interni)
- Mobili e arredi: posti a sedere (esterni)
- Personale distribuito per livelli retribuitivi: livello primo
- Personale distribuito per livelli retribuitivi: livello secondo
- Personale distribuito per livelli retribuitivi: livello terzo
- Personale distribuito per livelli retribuitivi: livello quarto
- Personale distribuito per livelli retribuitivi: livello quinto
- Personale distribuito per livelli retribuitivi: livello sesto super
- Personale distribuito per livelli retribuitivi: livello sesto
- Personale distribuito per livelli retribuitivi: livello settimo
- Tipologia della clientela: clientela abituale residente
- Tipologia della clientela: clientela attratta dalla presenza di uffici, industrie, scuole ed altre strutture pubbliche in genere
- Tipologia della clientela: clientela attratta dalla presenza di manifestazioni sportive e spettacoli
- Tipologia della clientela: clientela turistica

Quadro I:

- Capacità spiedi (n.ro polli)
- Capacità forni (n.ro teglie 40x70)
- Bancone gastronomia (metri)
- Bancone pizza a taglio (metri)
- Celle di lievitazione (litri)

- Numero forni a microonde
- Numero friggitrici
- Numero fuochi e piastre
- Numero veicoli coibentati