

**ALLEGATO 6**

**Nota Tecnica e Metodologica**

**SG36U**

## **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:

- 55.30.1 - Ristoranti, Trattorie, Pizzerie, Osterie e Birrerie con Cucina.

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 SG36).

Il numero dei questionari inviati è stato pari a 60.119. I questionari restituiti sono stati 44.181 pari al 73,5% 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 9.574 questionari, pari al 21,7% 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;
- compilazioni di più quadri B;
- non compilazione delle superfici dei locali destinati all'esercizio delle attività presenti nel quadro B del questionario;
- quadro F del questionario (modalità di espletamento) non compilato;
- quadro G del questionario (elementi specifici dell'attività) non compilato;
- assenza di posti a sedere esterni ed interni;
- 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 34.607.

## **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*<sup>1</sup>;
- un procedimento di *Cluster Analysis*<sup>2</sup>.

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

---

<sup>1</sup> 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.

<sup>2</sup> 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, ecc.; 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 dei beni strumentali in dotazione;
- la tipologia della clientela;
- il livello di servizio offerto (determinabile dal numero del personale addetto alla preparazione dei cibi);
- la stagionalità della struttura;
- il periodo di apertura durante il giorno (solo pranzo, solo cena o entrambe);

- la percentuale di ricavi realizzata tramite banchetti e menù fisso.

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

- esercizi di medie e piccole dimensioni;
- pizzerie;
- esercizi stagionali;
- ristoranti specializzati in banchetti e grandi ristoranti (che spesso offrono anche il servizio pizzeria);
- trattorie con menù fisso e convenzioni aziendali.

## **1.2 DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI**

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

### **Cluster 1 - Ristoranti di dimensioni medio-piccole**

**Numerosità: 5.985**

Il raggruppamento comprende locali di medio piccole dimensioni con una struttura limitata.

Tali esercizi indicano, mediamente, un dipendente, o un collaboratore, o un socio che apporta lavoro.

Si tratta di ristoranti con locali interni e locali dedicati alla preparazione dei cibi, di dimensioni leggermente inferiori alla media.

Hanno circa 63 posti a sedere interni e pochi posti esterni (la variabile risulta compilata solo da un terzo dei soggetti appartenenti al cluster).

La clientela è prevalentemente costituita da famiglie (48%), solo in parte da turisti (25%) e clientela d'affari (23%).

Tali imprese hanno un numero non elevato di personale dedicato alla preparazione (mediamente 1) e realizzano una percentuale discreta di menù fisso. Raramente in tale gruppo, il servizio di ristorante è affiancato dall'offerta di pizzeria (solo il 16% ha barrato la casella).

L'apertura è effettuata prevalentemente tutto l'anno, sia per il pranzo sia per la cena.

Hanno una dotazione di beni strumentali leggermente inferiore alla media coerentemente con le dimensioni della struttura.

## **Cluster 2 - Medi con clientela famiglie e presenza di parcheggio**

### **Numerosità: 2.848**

Il cluster è composto per l'82% da ristoranti con strutture ampie: si rilevano infatti spazi interni destinati alla somministrazione (270 mq) pari al doppio della media e una discreta presenza anche di spazi esterni. Ampi risultano anche gli spazi destinati alle cucine (54 mq).

Il numero dei posti a sedere interni è mediamente elevato (162). Circa la metà di questi esercizi dichiara anche un buon numero di posti esterni. Risulta poco numeroso il personale specializzato dedicato alla preparazione dei cibi.

Il numero di addetti, in relazione ai posti a sedere, risulta basso (mediamente una persona) anche se si rileva la presenza di un collaboratore familiare o di un socio.

Oltre il 30% dei ricavi è realizzato tramite banchetti coerentemente con la presenza di ampi parcheggi e di una prevalenza di ricavi derivanti dalle famiglie (oltre il 60%).

L'87% del raggruppamento effettua il servizio sia a pranzo sia a cena.

Sono presenti tutte le tipologie di beni strumentali, in particolare le celle frigorifere, fuochi e piastre sono superiori alla media sia in termini di compilazione sia in termini dimensionali.

### **Cluster 3 - Pizzerie**

#### **Numerosità: 8.612**

In questo gruppo emergono le caratteristiche tipiche delle pizzerie (il 99% dei soggetti ha barrato la relativa casella); infatti il 60% delle imprese dichiara di avere un pizzaiolo, il 60% effettua il servizio di pizza da asporto, l'88% ha il forno a legna, con consumi di legna pari al triplo della media.

Sono esercizi di medie dimensioni sia in termini di spazi destinati alla somministrazione, sia in termini di spazi destinati alla preparazione.

Hanno poco personale dipendente, solo il 36% dichiara di avere dipendenti a tempo pieno (mediamente due) e anche il personale a tempo parziale risulta poco presente. Per le società si rileva la presenza di due soci con occupazione prevalente.

I posti a sedere interni sono mediamente 76; i posti a sedere esterni, indicati dal 45% delle pizzerie, sono allineati con la media dell'universo.

La tipologia di clientela prevalente sono le famiglie (incidenza sui ricavi superiore al 70%). Da sottolineare che oltre la metà dei soggetti del cluster ha indicato clientela turistica.

Il 68% degli esercizi effettua il servizio sia a pranzo sia a cena, mentre i restanti esercizi aprono solo a cena.

La dotazione dei beni strumentali è in linea con la media generale.

#### **Cluster 4 - Esercizi stagionali con posti esterni**

##### **Numerosità: 2.490**

La caratteristica di questo raggruppamento è data dalla stagionalità con particolare presenza di spazi esterni destinati alla somministrazione e relativi posti a sedere.

Il 68% degli esercizi afferma di effettuare il servizio di ristorante e il 45% di pizzeria.

Le dimensioni sono medio piccole per quanto riguarda, sia i mq interni destinati alla somministrazione che per gli spazi destinati alla preparazione, mentre risultano rilevanti i metri quadri esterni (74mq), così come i posti a sedere esterni, nettamente superiori alla media.

Fra il personale addetto alla preparazione dei cibi si rileva la presenza di almeno un cuoco/pizzaiolo, e di almeno un dipendente.

I turisti sono la tipologia di clientela principale.

La dotazione di beni strumentali è in linea con la media dell'universo.

Il 78% degli esercizi effettua il servizio sia per il pranzo sia per la cena.

#### **Cluster 5 - Grandi ristoranti specializzati in banchetti**

##### **Numerosità: 441**

Si tratta di ristoranti medio grandi con forte specializzazione sui banchetti, infatti il 95% degli esercizi del cluster dichiara di realizzare circa il 60% dei ricavi da tale specializzazione.

Coerentemente con la specializzazione indicata questi esercizi hanno spazi destinati alla somministrazione dei pasti molto ampi (580 mq interni) con un

numero elevato di posti a sedere (324 medi);coerentemente si rilevano anche ampi spazi dedicati a parcheggio.

La struttura del personale è articolata in 2-3 dipendenti a tempo pieno e 1 a tempo parziale. Il 66% di tali esercizi è gestito in forma societaria con presenza di 2 soci con occupazione prevalente.

Circa il 70% del fatturato deriva dalla tipologia della clientela famiglie.

Da sottolineare che l'8% di questi esercizi è localizzato in alberghi.

Il 30% degli esercizi in oggetto effettua l'intrattenimento musicale.

Il personale di cucina è composto da almeno due persone.

Nel 85% dei casi l'apertura viene effettuata sia a pranzo sia a cena.

La dotazione di beni strumentali è ampia ed articolata, si evidenzia in particolare una maggiore capacità in litri delle celle frigorifere, che identifica una capacità di stockaggio elevata, necessaria per le strutture di questo tipo.

## **Cluster 6 - Trattoria con menu fisso e convenzioni aziendali**

### **Numerosità: 2.973**

Il raggruppamento è caratterizzato dalla presenza di trattorie (l'80%) il cui servizio avviene principalmente tramite l'offerta di un menù fisso (oltre il 70% dei ricavi) e più della metà degli esercizi realizza il 50% del fatturato tramite convenzioni con gruppi aziendali.

Coerentemente con queste caratteristiche si rileva una elevata presenza di esercizi che hanno l'apertura solo a pranzo (18,4%).

Le dimensioni della struttura sono limitate, circa 110 mq interni, il numero di posti a sedere è inferiore alla media così come limitati risultano gli spazi dedicati alla preparazione dei cibi (23mq). Una trattoria su tre indica posti esterni (mediamente 30).

La struttura del personale è minima. Il 39% di tali esercizi sono società, nelle quali mediamente apportano lavoro due soci. Il 25% invece è costituito da imprese familiari con la presenza di 1-2 collaboratori.

La clientela è composta oltre che dai gruppi aziendali, anche da clientela d'affari e da famiglie.

La dotazione di beni strumentali è limitata; sono strutture aperte tutto l'anno, con un orario di apertura che copre l'intera giornata (per il 78% delle osservazioni).

### **Cluster 7 - Esercizi con spazi limitati ed un numero elevato di addetti**

**Numerosità: 3.377**

La caratteristica fondamentale di queste imprese è una dimensione media della struttura sia in termini di spazi dedicati alla somministrazione dei pasti che per numero di posti a sedere; mentre la struttura lavorativa è formata da un numero elevato di addetti (mediamente 4), con personale di cucina composto da due tre unità. Questi dati fanno supporre una velocità di servizio ai tavoli elevata, ed una buona rotazione dei tavoli, particolare che differenzia questo cluster dal raggruppamento specializzato in banchetti. La presenza di livelli medio/bassi (4°, 5° e 6°) indica una struttura non particolarmente gerarchica.

La clientela è mista, anche se incidono sul fatturato in misura maggiore le famiglie e la clientela di affari.

La dotazione di beni strumentali è ampia e articolata.

L'apertura dell'esercizio avviene sia a pranzo che a cena, in un periodo superiore ai 9 mesi, che denota assenza di stagionalità.

### **Cluster 8 - Grandi ristoranti pizzerie**

**Numerosità: 545**

Tali strutture sono grandi non tanto per gli spazi dedicati alla somministrazione dei pasti (che comunque risultano pari al doppio della media ) quanto per la presenza del personale.

Si rilevano mediamente 10 addetti, con livelli contrattuali alti (a partire dal secondo), ciò presuppone una struttura di tipo aziendale dell'esercizio, coerentemente con la natura giuridica indicata (83% società).

Il personale di cucina è mediamente composto da quattro persone; da tale dato si presuppone un livello di servizio molto alto (o in termini di velocità, o in termini di attenzione al cliente o di particolare cura nella preparazione delle portate).

I posti a sedere interni sono mediamente 140.

L'86% ha indicato un servizio di ristorante ed il 48% di pizzeria. Il 35% dichiara di avere dei forni a legna, con dei consumi di legna mediamente elevati.

La clientela è costituita prevalentemente da famiglie ed in parte anche da turisti e clientela d'affari (rispettivamente 35%, 28% e 27% del fatturato).

Anche in questo cluster si rileva una dotazione di beni strumentali ampia e articolata, con particolare presenza di celle frigorifere. Tali esercizi effettuano l'apertura sia a pranzo che a cena, per tutto l'arco dell'anno

### **Cluster 9 - Osterie, Birrerie e Trattorie**

#### **Numerosità: 7.075**

Questo è il raggruppamento delle birrerie e delle osterie (con presenza anche di trattorie) caratterizzate da una struttura limitata: hanno infatti piccoli spazi destinati alla somministrazione dei pasti, alla preparazione dei cibi (circa 20 mq) e pochi posti a sedere (mediamente 55).

Hanno poco personale dipendente con presenza di livelli bassi; la clientela prevalente è rappresentata dalle famiglie, hanno poco personale di cucina e una dotazione estremamente limitata di beni strumentali.

Effettuano prevalentemente l'apertura sia a pranzo che a cena, anche se si rileva una buona percentuale di esercizi che aprono solo la sera (il 26%).

La diversità delle trattorie di questo cluster da quelle del cluster sei è dovuta principalmente alla tipologia di clientela e all'assenza di menù fisso

### **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*<sup>3</sup>.

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.

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

---

<sup>3</sup> 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.

- produttività per addetto = ricavi / [numero addetti<sup>4</sup>\*1.000]

dove:

- numero addetti = 1 + numero dipendenti a tempo pieno +  
(ditte individuali) numero dipendenti a tempo parziale +  
numero apprendisti + numero assunti con  
contratto 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
- numero addetti = Numero dipendenti a tempo pieno + numero  
(società) dipendenti a tempo parziale + numero  
apprendisti + numero assunti con contratto  
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

- ricarico = ricavi/(costo del venduto + costo per la produzione di servizi)

---

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

dove:

- costo del venduto = Esistenze iniziali + acquisti di merci e materie prime – rimanenze finali
- rotazione del magazzino = (costo del venduto + costo per la produzione di servizi)/giacenza media del magazzino

dove:

- costo del venduto = Esistenze iniziali + acquisti di merci e materie prime – rimanenze finali
- giacenza media = (esistenze iniziali + rimanenze finali) / 2

Per ogni gruppo omogeneo è stata calcolata la distribuzione ventilica 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 sono stati selezionati i seguenti intervalli:

- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per tutti i cluster ad eccezione del cluster 6 il cui intervallo è compreso tra l'estremo superiore del 2° ventile all'estremo superiore del 19° ventile.

Per quanto riguarda il ricarico l'intervallo di riferimento per tutti i cluster è dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, ad eccezione del cluster 5 il cui intervallo è compreso tra l'estremo superiore del 2° ventile all'estremo superiore del 18° ventile.

Relativamente all'indicatore di rotazione del magazzino per tutti i cluster è stato utilizzato l'intervallo compreso fra l'estremo superiore del 2° 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).

Affinché 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”<sup>5</sup>, che ha avuto come obiettivo la suddivisione del territorio nazionale in aree omogenee in rapporto al:

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

---

<sup>5</sup> I criteri e le conclusioni dello studio sono riportate nell'apposito Decreto Ministeriale.

Sono state pertanto impiegate, nella funzione di regressione, variabili dummy applicate al “costo del venduto + costo per la produzione di servizi” per la territorialità nel 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 6.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:

- l'*Analisi Discriminante*<sup>6</sup>;
- la stima del ricavo di riferimento.

Nell'allegato 6.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 d'appartenenza a ciascuno dei gruppi omogenei.

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

---

<sup>6</sup> 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.

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.

## **ALLEGATO 6.A**

### **Variabili e coefficienti della funzione di ricavo**

**COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO**
**SG36U**

<b>VARIABILI</b>	<b>CLUSTER 1</b>	<b>CLUSTER 2</b>	<b>CLUSTER 3</b>	<b>CLUSTER 4</b>	<b>CLUSTER 5</b>
Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi	1,5552	1,4144	1,5104	1,6174	1,3545
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	0,7462	0,8461	0,7904	0,8416	0,9830
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	13.607,4468	17.228,2252	17.123,3086	12.524,2851	16.136,0142
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	10.161,0953	10.860,0891	10.272,4813	12.806,0144	-
Valore dei beni strumentali	0,0728	0,0925	0,0857	0,1126	0,0840
Spese per acquisti di servizi	0,8017	0,8204	0,6613	0,6096	1,1189
Mq spazi destinati alla vendita ed alla somministrazione (a disposizione del pubblico)	64,2435	35,0175	69,5765	-	58,3692
Mq destinati alla preparazione (cucina)	165,0929	116,6009	150,8182	212,6596	-

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

<b>GRUPPO DELLA TERRITORIALITA' DEL COMMERCIO</b>	<b>CLUSTER 1</b>	<b>CLUSTER 2</b>	<b>CLUSTER 3</b>	<b>CLUSTER 4</b>	<b>CLUSTER 5</b>
1) Aree con livelli di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale	-0,1669	-0,1052	-0,0762	-0,1377	-0,0909
2) Aree con elevata dotazione di servizi commerciali specialmente tradizionali; livello di benessere medio	-	-	-0,0434	-	-
3) Aree ad alto livello di benessere, con un tessuto produttivo industriale e una rete commerciale prevalentemente tradizionale	-	0,0544	-	-	-
4) Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale	-0,0805	-	-0,0507	-0,1377	-0,0909
5) Aree con benessere molto elevato, in aree urbane e metropolitane fortemente terziarizzate e sviluppate, con una rete distributiva molto evoluta	0,0484	0,0781	0,0322	-	-
6) Aree di medio-piccole dimensioni con una 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 RICAVO**

SG36U

<b>VARIABILI</b>	<b>CLUSTER 6</b>	<b>CLUSTER 7</b>	<b>CLUSTER 8</b>	<b>CLUSTER 9</b>
Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi	1,5298	1,4100	1,4499	1,5474
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	0,7193	0,8898	0,9812	0,7087
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	12.560,8308	19.008,4330	21.748,6260	14.685,4961
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	8.286,3618	12.575,5084	-	9.852,1234
Valore dei beni strumentali	0,0820	0,0926	0,1228	0,0993
Spese per acquisti di servizi	0,7294	0,7111	0,6237	0,7234
Mq spazi destinati alla vendita ed alla somministrazione (a disposizione del pubblico)	57,6202	100,6218	-	53,5284
Mq destinati alla preparazione (cucina)	268,1880	257,1233	-	207,0349

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

<b>GRUPPO DELLA TERRITORIALITA' DEL COMMERCIO</b>	<b>CLUSTER 6</b>	<b>CLUSTER 7</b>	<b>CLUSTER 8</b>	<b>CLUSTER 9</b>
1) Aree con livelli di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale	-	-	-	-
2) Aree con elevata dotazione di servizi commerciali specialmente tradizionali; livello di benessere medio	-	-	-	-0,0561
3) Aree ad alto livello di benessere, con un tessuto produttivo industriale e una rete commerciale prevalentemente tradizionale	-	-	-	0,0368
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	0,0655	0,0523	-	0,0414
6) Aree di medio-piccole dimensioni con una 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 6.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 formazione lavoro
- Numero dei collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale
- Associati in partecipazione che apportano lavoro prevalente nell'impresa
- Associati in partecipazione diversi da quelli di cui al rigo precedente

**Quadro B:**

- Mq spazi destinati alla vendita ed alla somministrazione (a disposizione del pubblico)
- Mq spazi esterni destinati alla vendita ed alla somministrazione
- Mq destinati a deposito
- Mq destinati alla preparazione (cucina)
- Potenza installata (kw)
- Localizzazione in alberghi
- Apertura stagionale fino a 3 mesi
- Apertura stagionale fino a 6 mesi
- Apertura stagionale fino a 9 mesi

**Quadro C:**

- Gas (mc)

- Gasolio (litri)
- Legna (q.li)

**Quadro F:**

- Ristorante
- Trattoria
- Pizzeria
- Osteria con cucina
- Birreria con cucina
- Mq parcheggio riservato
- % Menu a prezzo fisso
- % Banchetti

**Quadro G:**

- Posti a sedere (interni)
- Posti a sedere (esterni)
- Livello retributivo: quadro A
- Livello retributivo: quadro B
- Livello primo
- Livello secondo
- % Clientela d'affari
- % Turistici
- % Gruppi convenzionati aziendali
- % Gruppi convenzionati turistici

- Cuoco (numero)
- Aiuto cuoco (numero)
- Pizzaiolo (numero)

**Quadro I:**

- Forni a gas, elettrici (capacità complessiva in numero teglie)
- Forni a legna
- Frigoriferi (litri)
- Celle frigorifere (litri)
- Congelatori (litri)
- Bancone frigorifero (metri)
- Fuochi/Piastre (numero)
- Macchine robot (numero)