

ALLEGATO 2

Nota Tecnica e Metodologica

SM02U

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 sono le attività economiche rispondenti ai codici ISTAT:

- 52.22.1 - Commercio al dettaglio di carni bovine, suine, equine, ovine e caprine;
- 52.22.2 - Commercio al dettaglio di carni: pollame, conigli, selvaggina, cacciagione.

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 al commercio di carni è SM02).

Il numero dei questionari inviati è stato pari a 38.442, di cui 35.096 relativi al codice 52.22.1 e 3.346 al codice 52.22.2. I questionari restituiti sono stati 31.283 (rispettivamente 29.058 e 2.225 per i due codici), pari all’81,4% 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 5.144 questionari, pari al 16,4% 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 (unità locali);
- quadro H del questionario (modalità di acquisto) non compilato;
- quadro M del questionario (elementi contabili) non compilato;
- non compilazione delle superfici di vendita presenti nel quadro B del questionario;
- errata compilazione delle percentuali relative alle modalità d'acquisto (quadro H del questionario);
- errata compilazione delle percentuali di acquisto di carni (quadro G del questionario);
- incongruenze fra i dati strutturali e i dati contabili contenuti nel questionario;
- ricavi dichiarati maggiori di 10 miliardi di lire.

A seguito degli scarti effettuati, il numero dei questionari oggetto delle successive analisi è risultato pari a 26.139.

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 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 gli stessi 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, all'area di mercato, alle diverse modalità di espletamento dell'attività (tipo di prodotto, servizi offerti), etc.; tale caratterizzazione è possibile solo utilizzando le informazioni relative alle strutture operative, al mercato di riferimento e a tutti quegli elementi specifici che caratterizzano le diverse realtà economiche e produttive di una 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 otto gruppi omogenei di imprese. I principali aspetti strutturali delle imprese considerati nell'analisi sono:

- dimensioni del punto vendita;
- prevalente presenza di collaboratori familiari e soci piuttosto che di dipendenti;
- localizzazione autonoma;
- acquisti prevalentemente realizzati presso i grossisti;
- prevalenza di carne bovina, suina e pollame (in ordine di importanza) tra le tipologie di offerta.

In particolare l'analisi ha evidenziato gruppi omogenei che si differenziano fra loro per le dimensioni di attività e per le diverse specializzazioni in termini di:

- prodotto offerto e trattato: carni equine, carni bianche;
- servizi offerti: gastronomia cotta o cruda e insaccati;
- prevalenza di canale di acquisto;
- attività di macellazione in proprio.

1.2 DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

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

Cluster 1 - Grandi Macellerie

Numerosità: 1.012

Il modello comprende macellerie di grandi dimensioni, in termini di superfici sia del punto vendita (58 mq) che del magazzino (40 mq), di conseguenza è possibile riscontrare la presenza di personale dipendente e di un socio (in media), nonché di una dotazione dei beni strumentali ampia e completa. La localizzazione è prevalentemente autonoma (87% dei casi), ma tali esercizi possono essere ubicati anche all'interno dei punti vendita della grande distribuzione organizzata.

Questo tipo di macellerie non si distingue per particolari tipologie di prodotto venduto : si evidenzia la presenza di carne bovina per il 51%, la suina per il 23,1% ed il pollame per il 16%. La dotazione strumentale risulta adeguata alle dimensioni del punto vendita e funzionale alla preparazione di insaccati,

presenti nel 53% dei casi e, in misura minore, alla gastronomia da cuocere (24%).

Gli acquisti vengono realizzati tramite l'ingrosso per il 64%, ed in parte direttamente dai produttori (per il 27%).

Cluster 2 - Macellerie specializzate in carni equine

Numerosità: 1.405

Questo raggruppamento comprende le macellerie di carne equina che tradizionalmente vendono solo ed esclusivamente questa tipologia di prodotto; specifiche norme sanitarie sanciscono infatti che la carne equina sia venduta o in banconi separati, rispetto alle altre carni o, come normalmente accade, in punti vendita separati.

Per il resto tale tipologia è assimilabile alla macelleria tradizionale, con dimensioni piccole, si rilevano infatti mediamente 30 mq di locali per la vendita e magazzini limitati, con una gestione di tipo familiare dell'attività. La localizzazione è prevalentemente autonoma (in media per l'85%), anche se talvolta è possibile trovare dei punti vendita all'interno dei mercati generali (nel 7% dei casi).

L'acquisto avviene generalmente tramite l'ingrosso (87%), ed in misura limitata presso i produttori (11%); è presente, anche se marginalmente, la macellazione in proprio (12,5%). Da sottolineare che le altre tipologie di prodotto sono praticamente assenti.

La dotazione di beni strumentali è adeguata per lo svolgimento dell'attività, si rileva la presenza di una minima produzione di insaccati (nel 24% dei casi).

Cluster 3 - Macellerie in cui si effettua in proprio la macellazione della carne

Numerosità: 962

Il modello presenta la più bassa numerosità, si tratta di macellerie caratterizzate dalla macellazione in proprio della carne, anche suina (59%) e ovina (73%) oltre che bovina (82%), la quale viene acquistata per il 55% presso produttori e per il 41% presso commercianti all'ingrosso. Trattasi probabilmente delle macellerie localizzate in modo particolare nei piccoli comuni rurali, dove il rapporto fra produttore e dettagliante è sicuramente più immediato.

Le dimensioni sono mediamente piccole, si rilevano infatti 33 mq di locali adibiti alla vendita e circa 10 mq di magazzino; la dotazione dei beni strumentali è essenziale allo svolgimento dell'attività. La localizzazione è autonoma e la gestione è tipica dell'azienda familiare. La produzione gastronomica risulta poco sviluppata (è realizzata dal 14% del raggruppamento), mentre è presente la produzione sia di insaccati, nel 48% dei casi e, seppur in misura minima, di prosciutti conto terzi (11%).

Cluster 4 - Macellerie di medie dimensioni con gastronomia

Numerosità: 2.780

Le aziende appartenenti a questo gruppo presentano due caratteristiche principali: dimensioni medie dell'attività (38 mq dei locali di vendita) e una produzione piuttosto elevata di gastronomia, sia cotta che cruda, rispettivamente presente nel 39% e nell'82% dei casi, oltre agli insaccati (66%).

Il laboratorio dove si preparano, anche in conto terzi, la gastronomia sia cotta che cruda, gli insaccati ed i prosciutti, è di dimensioni elevate rispetto alla media (21 mq).

La dotazione di beni strumentali è completa e funzionale alla preparazione della gastronomia (forni a convezione, macchine per il sottovuoto, insaccatrici, celle frigorifere).

L'organizzazione del lavoro ha le caratteristiche dell'azienda familiare, ma si rileva anche la presenza di personale dipendente, sia a tempo pieno che a tempo determinato, nonché di soci e collaboratori. Gli acquisti sono effettuati prevalentemente all'ingrosso (per il 68%) ed in parte presso i produttori (20%), con una ripartizione tra le diverse tipologie di carne sostanzialmente in linea con la media del settore relativamente alla carne bovina (51%), e al pollame (18%), mentre la carne suina risulta più elevata della media (25%).

Cluster 5 - Macellerie specializzate in carni bianche

Numerosità: 1.207

Questo modello comprende le macellerie tradizionali specializzate nella vendita di carni bianche (il 77% degli acquisti sono di pollame, il 12% di conigli ed il 2% di selvaggina) e nella preparazione di gastronomia delle stesse carni, soprattutto quella cotta.

E' possibile rilevare una dotazione media di beni strumentali ed una diffusa presenza di forni a convezione. L'organizzazione è di tipo individuale, con una presenza minima di soci, collaboratori familiari e personale part-time.

La localizzazione è prevalentemente autonoma, ma nel 14% dei casi gli esercizi sono situati presso i mercati comunali coperti. Gli acquisti sono generalmente effettuati all'ingrosso (77%), ma si registra anche una percentuale elevata, rispetto alla media, di acquisti presso intermediari (10%).

Cluster 6 - Macellerie tradizionali con prevalente acquisto di carne bovina mediante canale diretto

Numerosità: 4.845

Il raggruppamento comprende le macellerie che acquistano prevalentemente carne bovina (61%) attraverso il canale diretto, sia rivolgendosi ai produttori (61%), con conseguente macellazione in proprio (32%), sia tramite gruppi di acquisto (circa l'8%). In quest'ultimo caso ciò comporta una riduzione dei costi di acquisto della merce ed un miglioramento della qualità del prodotto acquistato, in quanto aumenta il potere esercitato dall'acquirente nei confronti dei produttori.

Le dimensioni di queste macellerie sono mediamente piccole, sia in termini di superfici di vendita (31mq in media) sia in termini di magazzini (circa 10 mq) e laboratori (solo 3 mq in media). La gestione è prevalentemente caratterizzata dalla presenza di soci o collaboratori familiari. Vengono comunque vendute tutte le tipologie di prodotto e si effettua anche in minima parte la preparazione di gastronomia cruda (14%) e di insaccati (circa il 40%). La dotazione di beni strumentali è mediamente adeguata al tipo di attività svolta.

Cluster 7 - Piccole macellerie tradizionali

Numerosità: 6.596

Il modello è costituito da aziende con gestione in prevalenza individuale svolta direttamente dal proprietario, il quale parzialmente si avvale dell'aiuto di un familiare all'interno del negozio. Si tratta di piccoli punti vendita, infatti i mq destinati alla vendita sono mediamente 31 e quelli destinati al magazzino 9; rappresentano probabilmente le macellerie di quartiere, con localizzazione autonoma (86%) e con una dotazione di beni strumentali essenziale rispetto

allo svolgimento dell'attività, che non hanno particolari specializzazioni nella tipologia di prodotto venduto. Si rileva infatti la presenza di carne bovina per il 63%, di carne suina e di pollame per il 15% in entrambi i casi. Gli acquisti avvengono prevalentemente attraverso il canale dell'ingrosso (93%).

Cluster 8 - Piccole macellerie tradizionali con gastronomia suina

Numerosità: 7.119

E' questo il raggruppamento più numeroso: si tratta di piccole macellerie tradizionali con una particolare specializzazione nella produzione di insaccati (45%) e di gastronomia cruda (17%). Coerentemente la dotazione di beni strumentali mostra una particolare presenza di insaccatrici e bisteccatrici.

La gestione è in prevalenza realizzata tramite soci, le superfici sono limitate sia per il punto vendita (circa 31mq in media), che per i magazzini (5 mq circa) e i laboratori (solo 3 mq).

La localizzazione è prevalentemente autonoma (86%). Queste macellerie acquistano in genere all'ingrosso (90% degli acquisti), ed effettuano in misura limitata la macellazione in proprio (5%), il 7% degli acquisti avviene presso produttori.

La tipologia del prodotto acquistato è distribuita sostanzialmente tra tutte le usuali modalità (bovina 53%, pollame 12%), con una leggera prevalenza rispetto alla media della carne suina (25%) e della carne ovina (8%).

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 dichiarato negativo;
- costi e spese dichiarati nel quadro M superiori ai ricavi dichiarati.

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

- produttività per addetto = (ricavi/numero addetti⁴)/1.000

dove:

- numero addetti = 1 + numero dipendenti a tempo pieno + numero (ditte individuali) 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

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.

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

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 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;

dove:

- costo del venduto= Esistenze iniziali + acquisti di merci e materie prime – rimanenze finali

- rotazione del magazzino = costo del venduto/giacenza media del magazzino.

dove:

- giacenza media = (esistenze iniziali + rimanenze finali) / 2

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 tutti i cluster, ad eccezione del cluster 7, è stato utilizzato l'intervallo compreso fra l'estremo superiore del 4° ventile e l'estremo superiore del 19° ventile. Tale intervallo è valido per tutti e tre gli indicatori.

Per il cluster 7, per il ricarico e la produttività per addetto è stato scelto l'intervallo compreso fra l'estremo superiore del 5° ventile e l'estremo superiore del 19° ventile, mentre per l'indice di rotazione del magazzino l'intervallo utilizzato è stato quello compreso fra l'estremo superiore del 4° 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 specifico

sulla territorialità per il settore del commercio⁵ 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 socioeconomico.

Sono state pertanto impiegate, nella funzione di regressione, variabili dummy applicate al “costo del venduto” che hanno prodotto, ove le differenze territoriali non fossero state colte completamente nella Cluster Analysis, valori correttivi da applicare al coefficiente del costo del venduto nel calcolo del ricavo.

Nell'allegato 2.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*⁶;
- la stima del ricavo di riferimento.

Nell'allegato 2.B vengono riportate le variabili strutturali risultate significative nell'Analisi Discriminante.

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

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.

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.

ALLEGATO 2.A

Variabili e coefficienti della funzione di ricavo

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO
SM02U

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4
Costo del venduto	1,1013	1,1182	1,1785	1,1416
Logaritmo in base 10 del costo del venduto	4.695,7133	3.358,9530	1.303,4550	2.870,2762
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	0,5663	0,7078	0,5956	0,6030
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	15.382,5437	24.028,1605	12.809,0029	13.914,7485
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	12.134,6398	11.967,4950	4.814,0379	6.408,4258
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	0,8028	0,8430	0,5824	0,7002
Valore dei beni strumentali	0,1026	0,1305	0,0558	0,0651

CORRETTIVI TERRITORIALI DA APPLICARE AL COEFFICIENTE DEL COSTO DEL VENDUTO

GRUPPO DELLA TERRITORIALITA' DEL COMMERCIO	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4
1) Aree con livelli di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale	-	-0,0522	-	-
2) Aree con elevata dotazione di servizi commerciali specialmente tradizionali; livello di benessere medio	-	-0,0483	-	-
3) Aree ad alto livello di benessere, con un tessuto produttivo industriale e una rete commerciale prevalentemente tradizionale	-	0,0306	-	0,0194
4) Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale	-	-0,0396	-	-
5) Aree con benessere molto elevato, in aree urbane e metropolitane fortemente terziarizzate e sviluppate, con una rete distributiva molto evoluta	-	-	0,0186	0,0185
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	-	-	-	0,0114
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.

- Il logaritmo in base 10 è calcolato per i soli valori maggiori di zero della variabile cui si riferisce.

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

SM02U

VARIABILI	CLUSTER 5	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8
Costo del venduto	1,1344	1,1742	1,1676	1,1505
Logaritmo in base 10 del costo del venduto	2.374,1129	1.772,5339	1.930,2758	1.566,5995
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	0,8891	0,5858	0,6039	0,6033
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	14.111,5423	10.846,2293	10.396,1916	10.757,4424
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	6.999,4613	6.095,0307	5.740,0304	5.300,0134
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	0,7452	0,6856	0,6095	0,5898
Valore dei beni strumentali	0,0678	0,0557	0,0511	0,0458

CORRETTIVI TERRITORIALI DA APPLICARE AL COEFFICIENTE DEL COSTO DEL VENDUTO

GRUPPO DELLA TERRITORIALITA' DEL COMMERCIO	CLUSTER 5	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8
1) Aree con livelli di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale	-	-0,0334	-0,0322	-0,0228
2) Aree con elevata dotazione di servizi commerciali specialmente tradizionali; livello di benessere medio	-	-0,0212	-0,0198	-0,0123
3) Aree ad alto livello di benessere, con un tessuto produttivo industriale e una rete commerciale prevalentemente tradizionale	-	-	-	0,0159
4) Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale	-0,0323	-0,0253	-0,0352	-0,0160
5) Aree con benessere molto elevato, in aree urbane e metropolitane fortemente terziarizzate e sviluppate, con una rete distributiva molto evoluta	0,0195	0,0089	-	-
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.

- Il logaritmo in base 10 è calcolato per i soli valori maggiori di zero della variabile cui si riferisce.

ALLEGATO 2.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 soci con occupazione prevalente nell'impresa.

Quadro B:

- Potenza installata (kw);
- Mq locali per la vendita;
- Mq locali destinati a magazzino;
- Mq uffici;
- Mq superficie adibita a laboratorio per la preparazione di gastronomia.

Quadro D:

- Portata degli autoveicoli per il trasporto promiscuo (q.li);
- Portata degli autocarri (q.li).

Quadro G:

- % di acquisto di carne suina;
- % di acquisto di carne ovina/caprina;
- % di acquisto di carne equina;

- % di acquisto di pollame;
- % di acquisto di conigli;
- % di acquisto di selvaggina e cacciagione;
- % di acquisto di carne bovina macellata in proprio;
- % di acquisto di carne suina macellata in proprio;
- % di acquisto di carne ovina macellata in proprio;
- % di acquisto di carne equina macellata in proprio;
- Preparazione di gastronomia pronta a cuocere;
- Produzione propria di prosciutti stagionati in proprio;
- Produzione propria di prosciutti stagionati presso terzi.

Quadro H:

- % di acquisto delle carni presso i gruppi di acquisto;
- % di acquisto delle carni presso i commercianti all'ingrosso;
- % di acquisto delle carni presso i produttori;
- % di acquisto delle carni di provenienza europea;
- % di acquisto delle carni di provenienza extraeuropea;
- Vendite con emissione di fatture.

Quadro I:

- Celle frigorifere (metri cubi);
- Vasche frigorifere (metri cubi);
- Numero di affettatrici;
- Numero di tritacarne;

- Numero di impastatrici;
- Numero di insaccatrici;
- Numero di macchine per sottovuoto;
- Numero dei forni a convezione;
- Numero dei forni a microonde;
- Portata complessiva dei veicoli coibentati.