

ALLEGATO 4

Nota Tecnica e Metodologica

SM03B

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

0. 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:

- 52.62.2 - Commercio al dettaglio ambulante a posteggio fisso di tessuti
- 52.62.3 - Commercio al dettaglio ambulante a posteggio fisso di articoli di abbigliamento
- 52.63.4 - Commercio al dettaglio a posteggio mobile di tessuti e abbigliamento.

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 SM03).

Il numero dei questionari inviati è stato pari a 34.798, di cui 3.208 relativi al codice 52.62.2, 25.363 relativi al codice 52.62.3 e 6.227 relativi al codice

52.63.4. I questionari restituiti sono stati 28.083 (rispettivamente 2.560, 20.254 e 5.269 per i tre codici), pari all'80,7% degli inviati.

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

Tale analisi ha comportato, ai fini della definizione dello studio, lo scarto di 5.670 questionari, pari al 20,2% 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 (posteggi e attività itinerante) non compilato;
- quadro H del questionario (modalità organizzativa e di acquisto) non compilato;
- quadro M del questionario (elementi contabili) non compilato;
- errata compilazione delle percentuali relative alle modalità d'acquisto (quadro H del questionario);
- 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 22.413.

0.1 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 i dati contabili presenti nella dichiarazione dei redditi. Tale scelta nasce dall'esigenza di caratterizzare le imprese in base ai possibili modelli organizzativi e alle diverse modalità di espletamento dell'attività; tale caratterizzazione è possibile solo utilizzando le informazioni relative alle strutture operative 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 sette gruppi omogenei di imprese. I principali aspetti strutturali delle imprese considerati nell'analisi sono:

- la tipologia organizzativa dell'attività, che può essere su uno o più posteggi fissi, oppure come attività itinerante;
- la dimensione organizzativa in termini di personale, superfici del posteggio, mezzi di trasporto e altri elementi dell'attività;
- le modalità di acquisto.

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

- ambulanti che svolgono attività itinerante in aree apposite o sedi improprie oppure in occasione di fiere e sagre;

- ambulanti che svolgono l'attività su un posteggio fisso;
- ambulanti che svolgono l'attività su più posteggi fissi;
- ambulanti che si approvvigionano prevalentemente presso i produttori.

0.2 DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

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

Cluster 1 - Ambulanti di grande dimensione che svolgono attività su più posteggi fissi

Numerosità: 304

Gli ambulanti appartenenti a questo cluster sono di grande dimensione e svolgono l'attività su più posteggi fissi di grande superficie, generalmente tra i quattro e i sei posteggi, per i quali sostengono elevate spese di occupazione dello spazio, che sono superiori alla media anche se valutate al costo giornaliero per metro quadro.

Dispongono mediamente di due o talvolta tre addetti per lo svolgimento dell'attività; si tratta nel 71% dei casi di società con uno o due soci con occupazione prevalente. Il 25% dei soggetti dichiara la presenza di personale dipendente ed il 12% la presenza di collaboratori familiari.

Per quanto riguarda i mezzi di trasporto, si riscontra nel 90% degli appartenenti al cluster la disponibilità di uno o talvolta due autocarri per soggetto, nel 15% la disponibilità di automarket.

Molto ampie, le più ampie riscontrate nel settore, sono le superfici destinate a magazzini e/o depositi.

Gli acquisti avvengono principalmente presso commercianti all'ingrosso.

Cluster 2 - Ambulanti di piccola dimensione che prevalentemente si approvvigionano direttamente presso i produttori

Numerosità: 2.366

Gli ambulanti appartenenti a questo cluster sono di piccola dimensione e prevalentemente si approvvigionano direttamente presso i produttori. L'attività è generalmente svolta su più posteggi fissi di media superficie, mediamente tra i tre e i sei posteggi, per i quali sono sostenute spese non elevate di occupazione dello spazio valutate in termini sia assoluti sia al costo giornaliero per metro quadro.

Generalmente non dispongono di personale per lo svolgimento dell'attività, tuttavia nel 19% dei casi si riscontra un collaboratore familiare.

Per quanto riguarda i mezzi di trasporto, si riscontra la disponibilità di un autocarro in circa l'87% dei soggetti appartenenti al cluster.

La media delle percentuali di acquisto diretto da produttori è pari a circa 65.

Cluster 3 - Ambulanti di media dimensione che svolgono attività su più posteggi fissi

Numerosità: 699

Gli ambulanti appartenenti a questo cluster sono di media dimensione e svolgono l'attività su più posteggi fissi di grande superficie, generalmente tra i quattro e i sei posteggi, per i quali sostengono elevate spese di occupazione dello spazio, che sono superiori alla media anche se valutate al costo giornaliero per metro quadro.

Nella maggior parte dei casi dispongono di un addetto per lo svolgimento dell'attività; nel 27% dei casi si tratta di società con circa due soci con occupazione prevalente. Il 28% dei casi presenta un collaboratore familiare; il 27% delle imprese del cluster dichiara la presenza di lavoratori dipendenti.

Per quanto riguarda i mezzi di trasporto, si riscontra la disponibilità di un autocarro nell'85% dei soggetti appartenenti al cluster. Inoltre il 25% dei soggetti dichiara la disponibilità di un automarket.

Ampie sono le superfici destinate a magazzini e/o depositi.

Gli acquisti avvengono principalmente presso commercianti all'ingrosso.

Cluster 4 - Ambulanti di piccolissima dimensione che svolgono attività su un posteggio fisso

Numerosità: 2.996

Questo cluster raggruppa ambulanti di piccolissima dimensione che svolgono l'attività su un solo posteggio fisso di ridotta superficie, per il quale sostengono basse spese di occupazione dello spazio, valutate in termini sia assoluti sia al costo giornaliero per metro quadro.

Nella quasi totalità non dispongono di personale per lo svolgimento dell'attività.

Per quanto riguarda i mezzi di trasporto, si riscontra una disponibilità media di un autocarro o altro mezzo per trasporto promiscuo nel 48% dei soggetti.

Nettamente inferiore alla media è la disponibilità di spazi destinati a magazzini e/o depositi.

Gli acquisti avvengono principalmente presso commercianti all'ingrosso.

Cluster 5 - Ambulanti di piccolissima dimensione che svolgono prevalentemente attività itinerante su aree appositamente destinate

Numerosità: 2.810

Gli ambulanti appartenenti a questo cluster si caratterizzano per essere di piccolissima dimensione e per svolgere attività itinerante per oltre la metà dei giorni dell'anno, principalmente su aree appositamente destinate e,

secondariamente, su sedi improprie. Inoltre possono anche svolgere attività su uno o più posteggi fissi. Le spese di occupazione del suolo per posteggi itineranti risultano elevate, mentre quelle per posteggio fisso risultano basse, ma nella media se valutate al costo giornaliero per metro quadro.

Nella quasi totalità non dispongono di personale per lo svolgimento dell'attività.

Per quanto riguarda i mezzi di trasporto, si riscontra la disponibilità di un autocarro o altro mezzo di trasporto per uso promiscuo in circa l'88% dei soggetti appartenenti al cluster.

Gli acquisti avvengono principalmente presso commercianti all'ingrosso.

Cluster 6 - Ambulanti di medio/piccola dimensione che svolgono attività su un posteggio fisso

Numerosità: 124

Questo cluster è il meno numeroso ed è formato da ambulanti di medio/piccola dimensione, che svolgono l'attività su un solo posteggio fisso di superficie molto grande, per il quale sostengono non elevate spese di occupazione dello spazio, al di sotto della media se valutate al costo giornaliero per metro quadro.

Dispongono talvolta di uno o due addetti per lo svolgimento dell'attività; si tratta nel 41% dei casi di società con uno o due soci con occupazione prevalente. Il 37% (per la maggior parte imprese individuali) dichiara di possedere personale dipendente.

Per quanto riguarda i mezzi di trasporto, si riscontra la disponibilità di un autocarro nel 41% dei soggetti.

Gli acquisti avvengono principalmente presso commercianti all'ingrosso, tuttavia non sono trascurabili gli acquisti diretti da produttori.

Cluster 7 - Ambulanti di piccola/piccolissima dimensione che svolgono attività su più posteggi fissi

Numerosità: 13.086

Questo cluster è per numerosità il più grande ed è formato da ambulanti di piccola/piccolissima dimensione, che svolgono l'attività su più posteggi fissi di media superficie, generalmente tra i tre e i sei posteggi, per i quali sostengono non elevate spese di occupazione dello spazio, nella media anche se valutate al costo giornaliero per metro quadro.

Nella maggior parte dei casi non dispongono di personale per lo svolgimento dell'attività.

Per quanto riguarda i mezzi di trasporto, si riscontra la disponibilità di circa un autocarro per soggetto.

Gli acquisti avvengono principalmente presso commercianti all'ingrosso.

0.3 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).

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.

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
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

⁴ Le frequenze relative ai dipendenti sono state normalizzate all'anno in base alle giornate retribuite. Nel caso in cui il numero totale di giornate di svolgimento dell'attività sia inferiore ad un anno, il numero di addetti è stato normalizzato a tale valore.

+ 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

- rotazione del magazzino = $\frac{\text{costo del venduto}}{\text{giacenza media del magazzino}}$
dove:

• $\text{giacenza media} = \frac{(\text{esistenze iniziali} + \text{rimanenze finali})}{2}$

- $\text{ricarico} = \frac{\text{ricavi}}{\text{costo del venduto}}$

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 tutti i cluster è stato utilizzato l'intervallo compreso fra:

- l'estremo superiore del 2° ventile e l'estremo superiore del 19° ventile per l'indicatore di rotazione del magazzino;
- l'estremo superiore del 3° ventile e l'estremo superiore del 19° ventile per l'indicatore del ricarico;

- l'estremo superiore del 2° ventile e l'estremo superiore del 18° ventile per l'indicatore di produttività per addetto.

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 specifica del commercio⁵ che ha avuto come obiettivo la suddivisione del territorio nazionale in aree omogenee in rapporto al:

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

Sono state pertanto impiegate, nella funzione di regressione, variabili dummy applicate al “logaritmo del costo del venduto”. Tali variabili hanno prodotto,

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

ove le differenze territoriali non fossero state colte completamente nella Cluster Analysis, valori correttivi da applicare al coefficiente del logaritmo del costo del venduto nella definizione della funzione di ricavo. Tali valori correttivi sono stati applicati solo agli ambulanti a posteggio fisso ed in relazione alla quota parte di giornate lavorate in ciascun gruppo territoriale omogeneo sul numero complessivo di giornate lavorate nell'anno.

Nell'allegato 4.A vengono riportate le variabili ed i rispettivi coefficienti della "funzione di ricavo".

1. 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 4.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 concentra 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.

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.

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 4.A

Variabili e coefficienti della funzione di ricavo

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO**SM03B**

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4
Costo del venduto	1,3305	1,2239	1,1789	1,2726
Logaritmo in base 10 del costo del venduto	-	2.236,1940	3.694,5791	963,4225
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	0,7666	0,9242	0,9273	0,8269
Valore dei beni strumentali	-	0,1044	0,0641	0,0824
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	0,6285	0,5862	0,7778	0,7832
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	-	4.981,4088	6.461,6383	8.314,9268
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	10.607,8882	8.104,4402	5.485,8662	-

CORRETTIVI TERRITORIALI DA APPLICARE AL COEFFICIENTE DEL LOGARITMO IN BASE 10 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	-	-1.018,4619	-1.467,9033	-312,9238
2) Aree con elevata dotazione di servizi commerciali specialmente tradizionali; livello di benessere medio	-	-	-990,1526	-
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	-	-1.018,4619	-1.467,9033	-312,9238
5) Aree con benessere molto elevato, in aree urbane e metropolitane fortemente terziarizzate e sviluppate, con una rete distributiva molto evoluta	-	314,5544	-	342,3034
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	-	217,6346	-	585,0084
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**SM03B**

VARIABILI	CLUSTER 5	CLUSTER 6	CLUSTER 7
Costo del venduto	1,2285	1,2943	1,2102
Logaritmo in base 10 del costo del venduto	1.760,6554	-	2.016,2191
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	0,6759	0,7146	0,7689
Valore dei beni strumentali	0,0935	-	0,1083
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	0,5068	0,9004	0,5861
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	5.510,1305	-	5.052,3693
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	-	16.038,0704	-

CORRETTIVI TERRITORIALI DA APPLICARE AL COEFFICIENTE DEL LOGARITMO IN BASE 10 DEL COSTO DEL VENDUTO

GRUPPO DELLA TERRITORIALITA' DEL COMMERCIO	CLUSTER 5	CLUSTER 6	CLUSTER 7
1) Aree con livelli di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale	-609,5262	-	-413,8812
2) Aree con elevata dotazione di servizi commerciali specialmente tradizionali; livello di benessere medio	-258,9159	-	-280,0218
3) Aree ad alto livello di benessere, con un tessuto produttivo industriale e una rete commerciale prevalentemente tradizionale	-	-	266,9313
4) Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale	-	-	-448,2775
5) Aree con benessere molto elevato, in aree urbane e metropolitane fortemente terziarizzate e sviluppate, con una rete distributiva molto evoluta	522,0954	-	297,8989
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	329,8395	-	209,5234
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 4.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 con occupazione prevalente nell'impresa.

Quadro B:

Posteggi:

- Numero di posteggi assegnati in concessione
- Mq dei posteggi assegnati in concessione
- Numero di giorni di esercizio dell'attività sui posteggi

Attività itinerante:

- Tipologia di attività
- Numero di giorni di svolgimento dell'attività in mercati periodici su aree appositamente destinate

- Numero di giorni di svolgimento dell'attività in mercati periodici su sedi improprie
- Numero di giorni di svolgimento dell'attività in fiere e sagre
- Spese di occupazione del posteggio.

Quadro D:

- Portata degli autoveicoli per trasporto promiscuo
- Portata degli autocarri
- Portata dei motoveicoli per trasporto promiscuo
- Portata dei motocarri.

Quadro H:

- Modalità di acquisto: commercianti all'ingrosso
- Modalità di acquisto: acquisto diretto da produttori

Quadro O:

- Mq spazi destinati a magazzini e/o depositi
- Portata complessiva (q.li) degli automarket attrezzati.