

**ALLEGATO 5**

**Nota Tecnica e Metodologica**

**SM03C**

## **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:

- 52.62.5 - Commercio al dettaglio ambulante a posteggio fisso di mobili e articoli diversi per uso domestico;
- 52.62.6 - Commercio al dettaglio ambulante a posteggio fisso di articoli d'occasione sia nuovi che usati;
- 52.62.7 - Commercio al dettaglio ambulante a posteggio fisso di altri articoli n.c.a.;
- 52.63.5 - Altro commercio ambulante a posteggio mobile.

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 31.387, di cui 2.641 relativi al codice 52.62.5, 860 relativi al codice 52.62.6, 15.406 relativi al codice 52.62.7 e 12.480 relativi al codice 52.63.5. I questionari restituiti sono stati 23.006 (rispettivamente 1.891, 668, 10.999 e 9.448 per i quattro codici), pari al 73,3% 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 7.412 questionari, pari al 32,2% 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 15.594.

## **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 una *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 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 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 svolgono l'attività prevalentemente con acquisto diretto da produttori.

## **1.2 DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI**

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

### **Cluster 1 - Ambulanti di piccola dimensione che svolgono attività su più posteggi fissi**

**Numerosità: 6.203**

Questo cluster è per numerosità il più grande ed è formato da ambulanti di piccola dimensione, che svolgono l'attività su più posteggi fissi di medio-grande superficie, generalmente tra i tre e i sei posteggi, per i quali sostengono elevate spese di occupazione dello spazio, che sono alte 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.

### **Cluster 2 - Ambulanti di media dimensione che svolgono attività su un posteggio fisso**

**Numerosità: 139**

Questo cluster è il meno numeroso ed è formato da ambulanti di media dimensione, che svolgono l'attività su un solo posteggio fisso di superficie considerevole (circa 55 metri quadrati), per il quale sostengono elevate spese di occupazione dello spazio, comunque nella media se valutate al costo giornaliero per metro quadro.

Dispongono mediamente di uno o due addetti per lo svolgimento dell'attività; in quasi la metà dei casi si tratta di società con uno o talvolta due soci con occupazione prevalente; mentre quasi un terzo dei casi presenta un lavoratore dipendente.

Per quanto riguarda i mezzi di trasporto, si riscontra la disponibilità di un autocarro, talvolta due, in circa la metà dei soggetti.

Ampie sono le superfici (pari a 54 metri quadrati) destinate a magazzini e/o depositi.

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

### **Cluster 3 - Ambulanti di piccola dimensione che prevalentemente si approvvigionano direttamente presso i produttori**

**Numerosità: 1.774**

Gli ambulanti appartenenti a questo cluster sono di piccola dimensione e prevalentemente si approvvigionano direttamente presso i produttori. Circa l'80% delle giornate di attività è svolta su uno o più posteggi fissi di medio/piccola superficie, per i quali sono sostenute spese non elevate 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 la disponibilità di autocarri in circa il 70% dei soggetti appartenenti al cluster.

La percentuale media di acquisto diretto da produttori è di circa il 90%.

**Cluster 4 - Ambulanti di piccolissima dimensione che svolgono prevalentemente attività itinerante su sedi improprie o su aree appositamente destinate**

**Numerosità: 1.949**

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 su sedi improprie o secondariamente su aree appositamente destinate. In parte, ma in misura mediamente limitata, possono anche svolgere attività su uno o più posteggi fissi. Le spese complessive di occupazione del suolo sia per posteggi fissi sia itineranti risultano molto basse.

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

Per quanto riguarda i mezzi di trasporto, si riscontra la disponibilità di autocarri in circa il 70% dei soggetti appartenenti al cluster, mentre un ulteriore 10% ha dichiarato di possedere altri mezzi per trasporto promiscuo.

Gli acquisti avvengono principalmente presso commercianti all'ingrosso.

**Cluster 5 - Ambulanti di grande dimensione che svolgono attività su più posteggi fissi**

**Numerosità: 562**

Gli ambulanti appartenenti a questo cluster sono di grande dimensione e svolgono l'attività su più posteggi fissi di grande superficie, mediamente tra i tre 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 uno o talvolta due addetti per lo svolgimento dell'attività; nel 30% dei casi si tratta di società con circa due soci con occupazione prevalente.

Per quanto riguarda i mezzi di trasporto, si riscontra la disponibilità di circa uno o talvolta due autocarri nell'80% dei soggetti appartenenti al cluster; inoltre la disponibilità di automarket, dichiarata da circa il 40% dei casi, è molto superiore alla media.

Le superfici destinate a magazzini e/o depositi sono le più ampie riscontrate nel settore

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

### **Cluster 6 - Ambulanti di piccolissima dimensione che svolgono prevalentemente attività itinerante in fiere e sagre**

#### **Numerosità: 1.198**

Gli ambulanti appartenenti a questo cluster si caratterizzano per essere di piccolissima dimensione e per svolgere attività itinerante per circa il 65% dei giorni di attività, principalmente in occasione di fiere e sagre e secondariamente su aree appositamente destinate. In parte, ma in misura mediamente limitata, possono anche svolgere attività su uno o più posteggi fissi di media superficie. Le spese di occupazione del suolo per posteggi itineranti sono particolarmente elevate.

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

Per quanto riguarda i mezzi di trasporto, si riscontra nel 74% degli appartenenti al cluster la disponibilità di circa uno o talvolta due autocarri per soggetto.

Gli acquisti avvengono principalmente presso commercianti all'ingrosso.

**Cluster 7 - Ambulanti di piccolissima dimensione che svolgono attività su un posteggio fisso**

**Numerosità: 3.731**

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 nel 38% 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.

**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 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 addetti<sup>4</sup>) / 1.000

dove:

- numero addetti = 1 + 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

---

<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.

<sup>4</sup> 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.

- 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
  - rotazione del magazzino = costo del venduto/giacenza media del magazzino  
dove:
    - giacenza media =  $(\text{esistenze iniziali} + \text{rimanenze finali}) / 2$
  - ricarico = ricavi/costo del venduto  
dove:
    - 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 i diversi 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, escluso il cluster 2 dove è stato utilizzato l'intervallo compreso fra l'estremo superiore del 2° ventile e l'estremo superiore del 19° ventile;

l'estremo superiore del 2° ventile e l'estremo superiore del 18° ventile per l'indicatore di produttività per addetto, escluso il cluster 2 dove 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).

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 commercio<sup>5</sup> 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, 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 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:

---

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

- *l'Analisi Discriminante*<sup>6</sup>;
- 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 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.

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.

---

<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.

## **ALLEGATO 5.A**

**Variabili e coefficienti della funzione di ricavo**

**COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO**
**SM03C**

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4
Costo del venduto	1,2223	1,1571	1,2635	1,1981
Logaritmo in base 10 del costo del venduto	1.598,3004	-	2.318,2346	1.712,7693
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	0,8314	1,0962	0,8785	0,8948
Valore dei beni strumentali	0,1027	0,1390	0,0945	0,1173
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	0,8732	1,1947	0,5328	-
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	4.975,9105	-	4.796,5682	3.248,7538
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	-	11.223,7402	-	-

**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	-337,6256	-	-797,5827	-776,3440
2) Aree con elevata dotazione di servizi commerciali specialmente tradizionali; livello di benessere medio	-	-	-562,5513	-
3) Aree ad alto livello di benessere, con un tessuto produttivo industriale e una rete commerciale prevalentemente tradizionale	418,1101	-	-	-
4) Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale	-440,8897	-	-797,5827	-776,3440
5) Aree con benessere molto elevato, in aree urbane e metropolitane fortemente terziarizzate e sviluppate, con una rete distributiva molto evoluta	599,9790	-	-	-
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	385,6865	-	-	-
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****SM03C**

<b>VARIABILI</b>	<b>CLUSTER 5</b>	<b>CLUSTER 6</b>	<b>CLUSTER 7</b>
Costo del venduto	1,1169	1,2546	1,2387
Logaritmo in base 10 del costo del venduto	4.607,5056	1.757,4836	1.061,2295
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	0,8869	1,3104	0,9212
Valore dei beni strumentali	0,0460	0,1416	0,0669
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	0,9084	1,2717	0,7104
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	9.371,5888	4.940,3148	9.918,9509
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	12.020,5754	-	-

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

<b>GRUPPO DELLA TERRITORIALITA' DEL COMMERCIO</b>	<b>CLUSTER 5</b>	<b>CLUSTER 6</b>	<b>CLUSTER 7</b>
1) Aree con livelli di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale	-1.120,0020	-898,9429	-
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	-	-	836,9066
4) Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale	-1.120,0020	-898,9429	-
5) Aree con benessere molto elevato, in aree urbane e metropolitane fortemente terziarizzate e sviluppate, con una rete distributiva molto evoluta	-	-	1.133,1440
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	-	-	737,0090
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 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 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:**

- Numero di autovetture
- 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.