

ALLEGATO 1

Nota Tecnica e Metodologica

SM09B

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:

- 50.40.1 – Commercio all'ingrosso e al dettaglio di motocicli e ciclomotori (compresi intermediari).

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 SM09).

Il numero dei questionari inviati è stato pari a 2.889. I questionari restituiti sono stati 1.916, pari al 66,3% 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 631 questionari, pari al 32,9% dei questionari rientrati.

I principali motivi di scarto sono stati:

- presenza di attività secondarie con un'incidenza sul fatturato complessivo superiore al 20%;
- quadro B del questionario (unità locali) non compilato;
- compilazione di più quadri B (unità locali);
- quadro G del questionario (elementi specifici dell'attività) non compilato;
- quadro H del questionario (modalità organizzativa e 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 alla composizione dei ricavi (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative alle modalità d'acquisto dei veicoli (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 1.285.

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*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, alle diverse tipologie di prodotti e servizi venduti, alle varie modalità di acquisto, etc.; 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 *cinque* gruppi omogenei di imprese. I principali aspetti strutturali delle imprese considerati nell'analisi sono:

- dimensioni del punto vendita;
- presenza dell'attività di officina;
- vendita di ricambi e accessori;
- modalità di acquisto.

1.2 DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

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

Cluster 1 - Rivendite con attività di officina

Numerosità: 187

I soggetti appartenenti a questo cluster sono caratterizzati da una forte attività di post-vendita, che determina la seguente composizione percentuale dei ricavi: vendita veicoli nuovi (39%), vendita di ricambi e accessori (28%), attività di officina (29%); la vendita di veicoli usati è presente solo nel 30% dei casi con una incidenza media sui ricavi non rilevante. La struttura giuridica prevalente è quella di ditta individuale (84%), dove, oltre al titolare, è presente un lavoratore dipendente solo nel 25% dei casi.

La vendita di motocicli e ciclomotori presenta una struttura organizzativa di piccole dimensioni, caratterizzata da limitati locali per l'esposizione (51 mq) e con la presenza di deposito solo nel 27% dei casi (48 mq). La modalità di vendita è esclusivamente quella diretta con conseguente assenza di sottorete.

La vendita di ricambi e accessori è principalmente rivolta all'attività di officina interna (17% dei ricavi totali) e, in misura minore, come vendita al banco (10%); tale attività richiede, mediamente, un magazzino ricambi di 30 mq.

L'attività di officina presenta uno spazio medio di 49 mq, in cui è presente un meccanico produttivo solo nel 15% dei casi.

L'acquisto di motocicli e ciclomotori avviene, in prevalenza, presso le concessionarie di veicoli.

Cluster 2 - Rivendite di motocicli, ciclomotori, ricambi e accessori

Numerosità: 111

La caratteristica dei soggetti appartenenti a questo cluster è quella di avere, oltre la vendita di veicoli (circa 1/3 dei ricavi complessivi), anche una consistente attività di vendita ricambi, mentre è marginalmente presente l'attività di officina; la vendita di veicoli usati è presente solo nel 14% dei casi. La struttura giuridica prevalente è quella di ditta individuale (71%) a cui si affianca un 29% di società, dove sono presenti 1 o 2 soci con occupazione prevalente. Si rileva, invece, la presenza di personale dipendente solo nel 28% dei casi.

La vendita di motocicli e ciclomotori presenta una struttura organizzativa di piccole dimensioni, caratterizzata da limitati locali per l'esposizione (48 mq) e con la presenza di deposito solo nel 20% dei casi (74 mq). La modalità di vendita è esclusivamente quella diretta con conseguente assenza di sottorete.

La vendita di ricambi e accessori è principalmente svolta al banco, secondariamente come vendita esterna, mentre quella attraverso l'attività di officina è presente in circa il 29% dei casi. Tale attività richiede, mediamente, un magazzino ricambi di 61 mq.

L'attività di officina è presente in circa il 30% delle imprese con uno spazio medio di 31 mq.

La modalità di acquisto di motocicli e ciclomotori può avvenire, indifferentemente, presso le concessionarie di veicoli o presso i produttori\importatori, cui si aggiunge una piccola parte di acquisto da privati.

Cluster 3 - Grandi concessionarie

Numerosità: 223

I soggetti appartenenti a questo cluster svolgono sia l'attività di vendita ciclomotori e motocicli, sia le attività di post-vendita, in media così ripartite: vendita veicoli nuovi (73% del totale ricavi), vendita di ricambi e accessori (16%), attività di officina (7%), mentre la vendita di veicoli usati è presente nel 49% dei casi. La struttura giuridica prevalente è quella di società (54% di persone e 24% di capitali) dove sono occupati circa 2 soci con occupazione prevalente. La media dei soggetti impiegati è di circa 3 lavoratori dipendenti.

La vendita di ciclomotori e motocicli presenta una struttura organizzativa di buone dimensioni, caratterizzata, in media, da locali per l'esposizione di 156 mq e di pari dimensioni per il deposito veicoli; solo nel 12% dei casi è impiegato almeno un venditore dipendente per lo svolgimento dell'attività di vendita. Anche se la modalità di vendita prevalente è quella diretta, è presente, nel 45% dei casi appartenenti al cluster, la vendita attraverso una sottorete per il 33% dei veicoli nuovi venduti.

La vendita di ricambi e accessori è principalmente svolta al banco (8% dei ricavi totali) e, in misura minore, rivolta all'attività di officina interna (5%) e come vendita esterna (3%). Tale attività richiede, mediamente, un magazzino ricambi di 116 mq, con la presenza di un addetto alla vendita al banco nel 51% dei casi.

L'attività di officina presenta uno spazio medio di 110 mq, in cui sono presenti circa 2 postazioni di lavoro sulle quali opera almeno un meccanico produttivo.

Coerentemente con la struttura organizzativa presente, l'acquisto avviene, in prevalenza, presso produttori e/o importatori.

Cluster 4 - Piccole concessionarie

Numerosità: 411

I soggetti appartenenti a questo cluster svolgono principalmente l'attività di vendita ciclomotori e motocicli, ripartendo i ricavi nel seguente modo: vendita veicoli nuovi (77% del totale ricavi), vendita di ricambi e accessori (15%), attività di officina (5%). Non rilevante risulta la vendita di veicoli usati. Per quanto riguarda la struttura giuridica, si tratta di ditte individuali (59%) e di società (31% di persone e 10% di capitale) dove sono occupati circa 2 soci con occupazione prevalente. La presenza di personale dipendente, invece, è limitata al 36% dei casi.

La vendita di ciclomotori e motocicli presenta una struttura organizzativa di medie dimensioni, caratterizzata da locali per l'esposizione di 85 mq, mentre il deposito dei veicoli è presente nel 43% dei casi. Anche se la modalità di vendita prevalente è quella diretta, è presente, nel 24% dei casi, la vendita attraverso una sottorete per il 27% dei veicoli nuovi venduti.

La vendita di ricambi e accessori è principalmente svolta al banco (11% dei ricavi totali) e, in misura minore, rivolta all'attività di officina interna e come vendita esterna. Tale attività richiede, mediamente, un magazzino ricambi di 41 mq.

L'attività di officina è presente nel 53% dei casi, con uno spazio medio di 49 mq.

Coerentemente con la struttura organizzativa presente, l'acquisto avviene, quasi esclusivamente, presso produttori e/o importatori.

Cluster 5 - Piccole rivendite

Numerosità: 346

I soggetti presenti in questo cluster sono caratterizzati dall'appartenenza ad una sottorete, più o meno organizzata, di uno o più concessionari di ciclomotori e motocicli, presso i quali effettuano l'acquisto dei veicoli. Svolgono l'attività di vendita ripartendo i ricavi nel seguente modo: vendita veicoli nuovi (77% del totale ricavi), vendita di ricambi e accessori (14%), attività di officina (5%), mentre la vendita di veicoli usati è presente solo nel 26% dei casi. Per quanto riguarda la struttura giuridica, si tratta di ditte individuali (60%) e di società (31% di persone e 9% di capitale) dove sono occupati 1 o 2 soci con occupazione prevalente. La presenza di personale dipendente, invece, è limitata al 21% delle imprese.

La vendita di ciclomotori e motocicli presenta una struttura organizzativa di piccole dimensioni, caratterizzata, da locali per l'esposizione di 73 mq, mentre il deposito dei veicoli è presente solo nel 24% dei casi. La modalità di vendita prevalente è quella diretta.

La vendita di ricambi e accessori è principalmente svolta al banco (10% dei ricavi totali) e, in misura minore, rivolta all'attività di officina interna e come vendita esterna. Tale attività richiede, mediamente, un magazzino ricambi di 25 mq.

L'attività di officina è presente nel 50% dei casi, con uno spazio medio di 41 mq.

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 e lavoro o a termine e lavoranti a domicilio + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'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.

numero collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale + numero associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa

- numero addetti = Numero dipendenti a tempo pieno + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero assunti con contratto di formazione e lavoro o a termine e lavoranti a domicilio + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa + numero associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente 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 la produttività per addetto sono stati scelti i seguenti intervalli:

- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 1;
- dall'estremo superiore del 2° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 2;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 3;
- dall'estremo superiore del 4° ventile all'estremo superiore del 18° ventile, per il cluster 4;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 5.

Per il ricarica sono stati scelti i seguenti intervalli:

- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 1;
- dall'estremo superiore del 2° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 2;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 3;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 4;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 5.

Per la rotazione del magazzino sono stati scelti i seguenti intervalli:

- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 1;
- dall'estremo superiore del 2° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 2;
- dall'estremo superiore del 4° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 3;
- dall'estremo superiore del 4° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 4;
- dall'estremo superiore del 4° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 5.

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 territoriale

specifico 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 socio-economico.

Nella definizione della funzione di ricavo le aree territoriali sono state rappresentate con un insieme di variabili dummy ed è stata analizzata la loro interazione con la variabile “costo del venduto”. Tali variabili hanno prodotto, ove la differenze territoriali non fossero state colte completamente nella Cluster Analysis, valori correttivi da applicare, nella stima del ricavo di riferimento, al coefficiente della variabile “costo del venduto”.

Nell'allegato 1.A vengono riportate le variabili ed i rispettivi coefficienti delle “funzioni 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 Discriminante⁶;
- la stima del ricavo di riferimento.

Nell'allegato 1.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 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.

ALLEGATO 1.A

Variabili e coefficienti delle funzioni di ricavo

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO**SM09B**

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5
Costo del venduto	1,0901	1,0706	1,0900	1,0686	1,0702
Logaritmo in base 10 del costo del venduto	2.054,5973	2.807,8401	-	4.169,6497	3.714,3342
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	1,1144	1,0772	0,6197	0,3497	0,4965
Valore dei beni strumentali	0,2018	0,1010	0,1162	0,2668	0,1265
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	0,8746	0,5166	0,7780	0,8916	0,7016
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	15.282,1862	16.525,0792	31.259,7075	12.141,6324	17.897,9999
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	15.187,3519	20.757,7082	33.233,1095	13.260,9817	18.520,3412

CORRETTIVI TERRITORIALI DA APPLICARE AL COEFFICIENTE DEL COSTO DEL VENDUTO

GRUPPO DELLA TERRITORIALITA' DEL COMMERCIO	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5
1) Aree con livelli di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale	-	-	-	-	-0,0289
2) Aree con elevata dotazione di servizi commerciali specialmente tradizionali; livello di benessere medio	-	-	-	-	-
3) Aree ad alto livello di benessere, con un tessuto produttivo industriale e una rete commerciale prevalentemente tradizionale	-	-	-	-	-
4) Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale	-	-	-	-	-0,0289
5) Aree con benessere molto elevato, in aree urbane e metropolitane fortemente terziarizzate e sviluppate, con una rete distributiva molto evoluta	0,0305	0,0387	-	0,0134	-
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 1.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 e 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
- Numero dei soci diversi da quelli con occupazione prevalente nell'impresa

Quadro B:

- Mq locali per la vendita e l'esposizione interna dei veicoli
- Mq locali destinati a magazzino e vendita ricambi e accessori
- Mq locali destinati ad officina
- Mq locali destinati a deposito veicoli
- Mq degli spazi all'aperto destinati all'esposizione dei veicoli

Quadro J:

- Mq locali destinati a deposito dei veicoli
- Mq dei locali destinati all'esposizione dei veicoli (ma non alla vendita)
- Mq dei locali destinati a magazzino ricambi e accessori
- Mq locali destinati ad officina

Quadro G:

- Vendita di veicoli nuovi
- Vendita di parti di ricambio ed accessori
- Attività dell'officina (con esclusivo riferimento alla manodopera)
- Provvigioni per attività di finanziamento
- Veicoli nuovi venduti
- Capi-officina (numero giornate retribuite)
- Accettatori-collaudatori (numero giornate retribuite)
- Meccanici produttivi (numero giornate retribuite)
- Ausiliari non produttivi (numero giornate retribuite)
- Postazioni di lavoro
- Numero di veicoli venduti con finanziamenti

Quadro H:

- Acquisto diretto da produttori e/o importatori
- Acquisto da concessionarie (reti ufficiali di vendita) e/o altri commercianti di veicoli
- Veicoli usati venduti a blocchi
- Vendita al banco
- Vendita esterna (ad esempio ad officine, carrozzerie, dettaglianti, ecc.)
- Vendita tramite la propria officina (a seguito di interventi di riparazione)