

ALLEGATO 5

Nota Tecnica e Metodologica

SM10U

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:

- 50.30.0 - Commercio di parti e accessori di autoveicoli;
- 50.40.2 - Commercio all'ingrosso e al dettaglio di pezzi di ricambio per motocicli e ciclomotori.

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 SM10).

Il numero dei questionari inviati è stato pari a 10.963, di cui 10.144 relativi al codice 50.30.0 e 819 al codice 50.40.2. I questionari restituiti sono stati 6520 (rispettivamente 6.018 e 502 per i due codici), pari al 59,5% degli inviati.

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

Tali analisi hanno comportato, ai fini della definizione dello studio, lo scarto di 1.649 questionari, pari al 25,3% dei questionari rientrati.

I principali motivi di scarto sono stati:

- presenza di attività secondarie con un'incidenza sui ricavi complessivi superiore al 20%;
- quadro B del questionario (unità locali) non compilato;
- compilazione di più quadri B (unità locali);
- 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 ai ricavi conseguiti con la vendita dei diversi prodotti merceologici (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia di vendita (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative alle modalità d'acquisto (quadro H del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative alle modalità di vendita (quadro H 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 4.871.

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.

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.

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 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 prodotti venduti, alle varie modalità di acquisto, 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 sette gruppi omogenei di imprese. I principali aspetti strutturali delle imprese considerati nell'analisi sono:

- dimensioni;
- modalità di vendita;
- struttura organizzativa;
- canale d'acquisto;
- tipologia di prodotti venduti.

1.2 DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

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

Cluster 1 – Piccoli dettaglianti di accessori, utensili e prodotti chimici

Numerosità: 1.009

I soggetti appartenenti a questo cluster attuano principalmente la vendita al dettaglio di parti di ricambio e accessori (circa il 60% del totale dei ricavi), ma non è trascurabile anche la vendita di altri prodotti quali: oli e lubrificanti (19%), prodotti chimici (12%) e articoli di utensileria (4%); coerentemente la vendita viene quasi completamente svolta al banco, mentre la vendita esterna è presente solo nel 17% dei casi.

Dal punto di vista strutturale, essi presentano dimensioni piuttosto contenute: circa 56 mq di locali per la vendita e 89 mq di locali destinati a magazzino.

Dal punto di vista giuridico sono per il 63% imprese individuali, in cui il titolare è talvolta coadiuvato da un collaboratore familiare, nei restanti casi si tratta di società con 1 o 2 soci con occupazione prevalente. Sono presenti 1 o 2 dipendenti solo nel 27% dei casi.

Gli acquisti vengono effettuati principalmente presso commercianti all'ingrosso (70%) e dalle ditte produttrici di ricambi e accessori (28%).

Cluster 2 – Commercianti all'ingrosso e al dettaglio di parti di ricambio

Numerosità: 560

Le imprese appartenenti a questo cluster effettuano sia vendita al dettaglio (53% del totale dei ricavi) sia vendita all'ingrosso (47%) di parti di ricambio; essa è svolta principalmente al banco ma è rilevante anche la percentuale dei ricavi derivanti dalla vendita esterna.

Si tratta di ditte di notevoli dimensioni, caratterizzate, mediamente, da 125 mq di locali per la vendita, 487 mq di locali destinati a magazzino e dalla presenza di personale dipendente (in media 4 addetti).

La gestione è prevalentemente a carattere societario (83% tra società di persone o di capitali), con in media 2 soci con occupazione prevalente nell'impresa.

Gli acquisti vengono effettuati principalmente presso commercianti all'ingrosso (55%) e presso ditte produttrici di ricambi e accessori (circa il 40%).

Cluster 3 – Grandi commercianti all'ingrosso di parti di ricambio

Numerosità: 191

I soggetti appartenenti a questo cluster effettuano principalmente vendita all'ingrosso (73% del totale dei ricavi) di parti di ricambio (92%); tale vendita viene svolta sia al banco sia presso la clientela.

Sono imprese di dimensioni notevolmente al di sopra della media con: oltre 160 mq di locali per la vendita, 988 mq di locali destinati a magazzino, con rilevante dotazione di autocarri, e con oltre 2000 mt di scaffalature per il magazzino.

Si tratta essenzialmente di società (il 60% di persone e oltre il 35% di capitali) con più di 2 soci con occupazione prevalente nell'impresa, caratterizzate dalla presenza di personale dipendente (in media 9 soggetti), di cui mediamente 2 impiegati come commessi al banco e 1 come venditore esterno; a questi si aggiunge talvolta la presenza di 2 o 3 venditori agenti.

Gli acquisti vengono effettuati principalmente presso imprese produttrici di ricambi e accessori (46%), commercianti all'ingrosso (36 %) e ditte produttrici di veicoli (17%).

Cluster 4 – Commercianti all'ingrosso con vendita esterna

Numerosità: 985

I soggetti appartenenti a questo cluster effettuano quasi esclusivamente vendita all'ingrosso (l'87% del totale dei ricavi) di parti di ricambio (94%) Tale vendita è svolta principalmente all'esterno presso la clientela (76%).

La struttura è di medie dimensioni, caratterizzata da 34 mq di locali per la vendita e 290 mq di locali destinati a magazzino.

Dal punto di vista giuridico sono per oltre il 70% società (società di persone 34%, società di capitali 37%) con 1 o 2 soci con occupazione prevalente nell'impresa; nei restanti casi si tratta di imprese individuali (29%), in cui il titolare è talvolta coadiuvato da un collaboratore familiare. Sono presenti più di 2 dipendenti nel 52% dei casi.

Coerentemente con il tipo di vendita effettuata sono presenti, in media, 1 o 2 venditori agenti.

Gli acquisti vengono effettuati principalmente presso imprese produttrici di ricambi (58%) e commercianti all'ingrosso (34%).

Cluster 5– Commercianti al dettaglio di parti di ricambio, motocicli e/o abbigliamento tecnico sportivo

Numerosità: 210

I soggetti appartenenti a questo cluster effettuano quasi esclusivamente vendita al dettaglio (circa l'87% del totale dei ricavi) con tipologia di vendita al banco (91%).

I prodotti venduti sono: parti di ricambio (48%), motocicli, ciclomotori e biciclette (30%) e abbigliamento tecnico-sportivo (11%).

Sia i locali destinati alla vendita della merce sia i locali destinati a magazzino sono di modeste dimensioni (rispettivamente 93 mq e 112 mq).

Dal punto di vista giuridico per il 61% sono imprese individuali, in cui il titolare è talvolta coadiuvato da 1 collaboratore familiare, nei restanti casi si tratta di società (circa il 30% società di persone) con in media 2 soci con occupazione prevalente nell'impresa. Ridotto è il ricorso a lavoratori dipendenti.

Gli acquisti vengono effettuati principalmente presso imprese produttrici di veicoli (40%) e presso ditte produttrici di ricambi (30%).

Inoltre, è superiore alla media della popolazione l'acquisto da privati (probabilmente riconducibile all'attività di vendita di motocicli, ciclomotori e biciclette).

Cluster 6– Piccoli dettaglianti di parti di ricambio

Numerosità: 1.712

I soggetti appartenenti a questo cluster svolgono vendita al dettaglio (l'86% del totale dei ricavi), soprattutto al banco, con un assortimento di prodotti orientato prevalentemente alle parti di ricambio.

La struttura organizzativa è di modeste dimensioni caratterizzata da 65 mq di locali per la vendita e 102 mq di locali destinati a magazzino.

Dal punto di vista giuridico si tratta per il 57% di imprese individuali, in cui il titolare è talvolta coadiuvato da un collaboratore familiare, nei restanti casi si tratta di società con mediamente 2 soci con occupazione prevalente. E' presente un dipendente solo nel 33% delle imprese.

Gli acquisti vengono effettuati principalmente presso commercianti all'ingrosso (68%) e ditte produttrici di ricambi (28%).

Cluster 7– Commercianti all'ingrosso di parti di ricambio operanti su mandato

Numerosità: 181

I soggetti appartenenti a questo cluster effettuano principalmente vendita all'ingrosso (il 79% del totale dei ricavi) di parti di ricambio (92%), svolta, in via prevalente all'esterno e operanti attraverso un mandato di vendita (88%).

La struttura dell'impresa è di medie dimensioni caratterizzata da 59 mq di locali per la vendita, da circa 450 mq di locali destinati a magazzino e quasi 600 mt di scaffali per il magazzino.

Dal punto di vista organizzativo sono per oltre il 75% società con in media 2 soci con occupazione prevalente nell'impresa; nei restanti casi si tratta di imprese individuali (22%), in cui il titolare è talvolta coadiuvato da un collaboratore familiare. Sono presenti in media 4 lavoratori dipendenti.

Coerentemente con la modalità di vendita, il livello delle provvigioni per attività di vendita è molto alto rispetto alla media del settore (oltre i 60 milioni).

Gli acquisti vengono effettuati principalmente presso ditte produttrici di ricambi (67%) e commercianti all'ingrosso (32%).

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)

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.

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 + 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 (società) 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:

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

Per ogni gruppo omogeneo è stata calcolata la distribuzione ventilica di ciascuno degli indicatori precedentemente definiti e poi sono state selezionate le imprese che presentavano valori degli indicatori contemporaneamente all'interno di un determinato intervallo, per costituire il campione di riferimento.

Per 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 4° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 2;
- dall'estremo superiore del 2° 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 2° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 5;
- dall'estremo superiore del 2° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 6.
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 7.

Per il ricarico 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 3° 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;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 6.
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 7.

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

- dall'estremo superiore del 5° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 1;
- dall'estremo superiore del 4° 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 19° ventile, per il cluster 4;
- dall'estremo superiore del 4° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 5;
- dall'estremo superiore del 4° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 6;

- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 7.

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 socio-economico.

Sono state pertanto impiegate, nella funzione di regressione, variabili dummy applicate al “costo del venduto” che hanno prodotto, ove le differenze

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

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 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:

- *l'Analisi Discriminante*⁶;
- 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 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

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.

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 5.A

Variabili e coefficienti della funzione di ricavo

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO
SM10U

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4
Costo del venduto	1,0979	1,1468	1,1737	1,1671
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	10663,4826	-	-	-
Valore dei beni strumentali	0,1469	0,0875	-	0,1972
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	0,7693	0,8106	0,8388	0,9610
Mq locali destinati a magazzini e/o deposito	55,6623	28,5088	-	37,2723
Quadrato del costo del venduto	-	-	-0,9516	-0,8514
Logaritmo in base 10 del costo del venduto	2311,3728	-	-	-
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	14685,1139	-	-	-
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	0,8766	0,8777	1,2804	0,8505

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	-	-	-	-0,0402
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	0,0444	-	-	-
4) Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale	-	-	-	-0,0402
5) Aree con benessere molto elevato, in aree urbane e metropolitane fortemente terziarizzate e sviluppate, con una rete distributiva molto evoluta	0,0203	-	-	-
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.
- Le variabili elevate al quadrato sono divise per 10⁸

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

SM10U

VARIABILI	CLUSTER 5	CLUSTER 6	CLUSTER 7
Costo del venduto	1,0998	1,1027	1,1648
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	7067,5508	12770,3274	-
Valore dei beni strumentali	0,0698	0,16	0,1949
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	0,6157	0,8334	0,8205
Mq locali destinati a magazzini e/o deposito	41,2349	33,5931	-
Quadrato del costo del venduto	-	-	-
Logaritmo in base 10 del costo del venduto	2594,1699	2598,014	-
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	13693,2700	18610,3135	-
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	0,9184	0,8329	0,8235

CORRETTIVI TERRITORIALI DA APPLICARE AL COEFFICIENTE 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	-	-	-
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	-	-	-
5) Aree con benessere molto elevato, in aree urbane e metropolitane fortemente terziarizzate e sviluppate, con una rete distributiva molto evoluta	0,0519	0,0218	0,0255
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.
- Le variabili elevate al quadrato sono divise per 10⁸

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 e lavoro o a termine e lavoratori a domicilio;
- Numero dei collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalente nell'impresa;
- Numero dei soci con occupazione prevalente nell'impresa;
- Numero dei collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale;
- Numero dei soci diversi da quelli con occupazione prevalente nell'impresa.

Quadro B:

- Mq locali per la vendita e l'esposizione interna della merce;
- Mq locali destinati a magazzino;

Quadro J:

- Mq locali destinati a magazzini e/o depositi;

Quadro G:

- % di ricavi conseguiti con la vendita di parti di ricambio e accessori;
- % di ricavi conseguiti con la vendita di utensileria;
- % di ricavi conseguiti con la vendita di olii e lubrificanti;
- % di ricavi conseguiti con la vendita di prodotti chimici;

- % di ricavi conseguiti con la vendita di abbigliamento tecnico-sportivo;
- % di ricavi conseguiti con la vendita di motocicli, ciclomotori, biciclette (sia nuovi che usati);
- % di ricavi conseguiti con la vendita al banco;
- Numero delle giornate retribuite per i commessi al banco;
- Numero delle giornate retribuite per venditori esterni (dipendenti);
- Numero delle referenze in assortimento;
- Metri lineari degli scaffali del magazzino;

Quadro H:

- % di acquisto da ditte produttrici di veicoli;
- % di acquisto da commercianti all'ingrosso;
- % di acquisto da privati;
- % di ricavi conseguiti con la vendita al dettaglio;
- Vendita su mandato;
- Provvigioni conseguite per l'attività di vendita.