

ALLEGATO 7

Nota Tecnica e Metodologica

SM21C

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:

- 51.39.1 - Commercio all'ingrosso di prodotti della pesca freschi;
- 51.39.2 - Commercio all'ingrosso di prodotti della pesca congelati, surgelati, conservati, secchi.

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 SM21).

Il numero dei questionari inviati è stato pari a 2.237, di cui 1.420 relativi al codice 51.39.1 e 817 relativi al codice 51.39.2. I questionari restituiti sono stati 1.051 (rispettivamente 641 e 410 per i due codici), pari al 47% 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 379 questionari, pari al 36,1% 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 corrispondenti ad unità locali dislocate in comuni differenti;
- 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;
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia di vendita (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative ai prodotti commercializzati (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia di clientela (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative all'area di mercato (quadro G del questionario);
- 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 672.

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.

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.

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 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 *sei* gruppi omogenei di imprese. I principali aspetti strutturali delle imprese considerati nell'analisi sono:

- struttura organizzativa;
- modalità di vendita;

- prodotti venduti;
- localizzazione.

1.2 DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

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

Cluster 1 - Grossisti tradizionali di medie dimensioni che operano al di fuori di strutture organizzate

Numerosità: 118

I soggetti appartenenti a questo cluster svolgono l'attività di vendita di prodotti ittici, prevalentemente freschi, fuori dai mercati generali e da altre strutture organizzate (centri/parchi commerciali). Per quanto riguarda la forma giuridica, il cluster si divide quasi equamente fra società di persone, di capitali e ditte individuali.

Il numero degli addetti impiegati nell'attività è di circa 2-3 unità: l'imprenditore è talvolta coadiuvato da un collaboratore familiare o da un socio e da personale dipendente (presente nel 60% dei casi con in media due unità).

La struttura è di medio-piccole dimensioni: gli spazi destinati a magazzino/deposito della merce sono mediamente di 60 mq, mentre quelli per l'esposizione e la vendita sono di circa 18 mq. I mezzi di trasporto sono costituiti in genere da 2-3 autocarri.

La merce trattata è costituita essenzialmente da prodotti della pesca freschi (78%), che vengono acquistati principalmente da imprese all'ingrosso (56%) ma anche da imprese produttrici (19%) e gruppi d'acquisto /consorzi (14%).

L'area di mercato servita è prevalentemente (71%) quella regionale, anche se un numero non indifferente di aziende ha un ambito d'azione più ampio: nazionale ed, in misura minore, estero.

La clientela, è costituita prevalentemente da dettaglianti (in media 49% dei ricavi), e, in misura minore, da grande distribuzione (16%) e pubblici esercizi (14%).

La modalità operativa è normalmente quella più tradizionale di vendita al banco (nel 63% degli operatori), ma alcuni operano nelle forme di ingrosso a libero servizio o di vendita on line (via telefono, modem e fax).

Cluster 2 - Grossisti che operano secondo lo schema della tentata vendita

Numerosità: 104

Il cluster si caratterizza per la presenza di imprese di dimensioni contenute che operano secondo la modalità della tentata vendita (87% dei ricavi in media).

Queste aziende sono in genere specializzate nei prodotti della pesca freschi, che costituiscono mediamente l'80% dei ricavi.

La figura giuridica più diffusa è quella della ditta individuale (51%), mentre le società di persone sono il 34%. Il personale dipendente è presente in un numero limitato di imprese (circa il 34%), in cui raggiunge mediamente le 2 unità.

Per quanto riguarda le strutture utilizzate, gli spazi destinati alla vendita sono presenti solo nell'11% dei casi; limitate sono anche le superfici destinate a deposito della merce (mediamente circa 40 mq). Le imprese del modello sfruttano per lo svolgimento della propria attività mezzi di trasporto, costituiti essenzialmente da autocarri (in media 2), la cui portata complessiva è di circa

5,5 tonnellate. Si tratta normalmente, di veicoli commerciali leggeri coibentati.

Il canale di approvvigionamento principale è rappresentato dall'ingrosso (52% in media degli acquisti), anche se assume una certa importanza l'acquisto tramite aste (17%).

La clientela, servita in un'area di mercato prevalentemente regionale (il 75% dei ricavi in media), è costituita prevalentemente da dettaglianti (37% dei ricavi) e pubblici esercizi (33%).

Cluster 3 - Grossisti medio-piccoli specializzati nel pesce surgelato e conservato

Numerosità: 118

I soggetti appartenenti a questo cluster si caratterizzano principalmente per l'assenza o la marginalità nel loro assortimento di prodotti della pesca freschi, lasciando spazio a prodotti ittici congelati / surgelati e conservati (in media 84% dei ricavi).

Circa il 47% degli appartenenti al cluster è organizzato in forma di ditta individuale, mentre le società di persone sono il 33%. La presenza di personale dipendente è limitata al 34% delle imprese del cluster in cui raggiunge mediamente il valore di una unità.

Le strutture sono di dimensioni limitate, e sono costituite essenzialmente da spazi destinati a deposito / magazzino (67 mq); ancora più limitate le superfici destinate alla vendita.

I mezzi di trasporto impiegati si limitano in genere ad un autocarro.

Le fonti di approvvigionamento dei prodotti sono principalmente altri grossisti (54%) e importatori (30%).

La clientela servita è costituita prevalentemente da dettaglianti (37%) e pubblici esercizi (37%).

L'area di mercato servita è fondamentalmente (90%) quella regionale.

Cluster 4 - Grossisti che operano all'interno di strutture organizzate (mercati generali e centri commerciali)

Numerosità: 108

Il cluster si caratterizza per la presenza di imprese che operano prevalentemente all'interno di strutture organizzate: mercati generali (78%), centri e parchi commerciali. Dal punto di vista della forma giuridica, le imprese appartenenti a questo cluster si dividono quasi equamente fra ditte individuali, società di persone e società di capitali.

Il personale dipendente è presente in circa i 2/3 degli appartenenti al cluster, ove raggiunge il valore di 2-3 unità.

Le strutture utilizzate sono relativamente scarse, e vertono essenzialmente su spazi di vendita / esposizione (25 mq) con un magazzino limitato (39 mq), coerentemente con le caratteristiche derivanti dalla localizzazione all'interno dei mercati generali.

Coerentemente con il modello organizzativo, solo un numero limitato di operatori offre il servizio di consegna alla clientela.

L'offerta degli operatori appartenenti al cluster è essenzialmente costituita da prodotti ittici freschi (80% dei ricavi in media).

Circa il 70% delle imprese di questo modello utilizza mezzi di trasporto propri per la movimentazione della merce con una portata complessiva media di circa 7 tonnellate.

L'acquisto dei prodotti ittici avviene principalmente all'ingrosso (51% degli acquisti in media), con una certa incidenza degli acquisti da produttori (17%) e tramite aste (14%).

Il principale canale servito dalle imprese del modello, all'interno di un'area di mercato essenzialmente regionale (mediamente il 90% dei ricavi deriva dall'agire in tale ambito), è rappresentato dai dettaglianti (in media 61% dei ricavi).

Cluster 5 - Grossisti dotati di grandi strutture

Numerosità: 79

Il cluster si caratterizza per la presenza di imprese con una struttura organizzativa di notevoli dimensioni che svolgono l'attività di vendita all'ingrosso di prodotti ittici fuori dai mercati generali e da altre strutture organizzate (centri/parchi commerciali).

La forma giuridica maggiormente utilizzata è la società di persone (52%), ma sono diffuse anche le società di capitali (46%). Il personale dipendente è costituito in media da 5 addetti, a cui si aggiungono generalmente 2 soci. Fra gli addetti vi sono mediamente 1-2 commessi/magazzinieri. La struttura organizzativa della rete di vendita è inoltre integrata dalla presenza sul territorio di 1-2 agenti/rappresentanti.

Le strutture sono composte da ampi spazi destinati a: magazzino/deposito della merce (che in media raggiungono i 280 mq), trasformazione e confezionamento dei prodotti (di circa 45 mq), ufficio (la cui superficie media è di 48 mq) e vendita / esposizione (50 mq). Ampi sono anche gli spazi di sosta (295 mq) e carico/scarico (115 mq).

La portata complessiva media dei mezzi di trasporto utilizzati, costituiti prevalentemente da autocarri (circa 3), è di 14 tonnellate.

I prodotti trattati vertono prevalentemente sul congelato/surgelato (50%), in misura minore su prodotti ittici freschi (22%) e conservati (10%) cui talvolta si affiancano altri prodotti alimentari.

L'approvvigionamento dei prodotti può avvenire all'ingrosso (43%), alla produzione (27%) o da importatori (24%).

La clientela, servita in un'area di mercato prevalentemente regionale (83%), è costituita per la maggior parte da dettaglianti (37%), pubblici esercizi (24%) e grande distribuzione (20%).

Particolarmente diffuso (81%) il servizio di consegna alla clientela.

Cluster 6 - Grossisti con dettaglio

Numerosità: 108

I soggetti appartenenti a questo cluster affiancano all'attività distributiva all'ingrosso una consistente quota di commercio al dettaglio di prodotti ittici.

La forma giuridica risulta articolata: il 39% circa delle imprese opera come ditta individuale, il 33% è organizzato come società di persone ed il 28% come società di capitali.

Il personale dipendente, presente nel 59% delle imprese, è costituito mediamente da 2 addetti.

La struttura organizzativa è tendenzialmente in linea con la media del settore, essendo composta da: spazi destinati al deposito/magazzino della merce di 76 mq, aree destinate all'esposizione/vendita dei prodotti mediamente di 36 mq ed uffici di 12 mq.

Le imprese del modello dispongono inoltre di spazi destinati alla vendita al dettaglio la cui superficie è mediamente di circa 43 mq ed in cui è attivo (in media) 1 punto cassa. La maggior parte delle imprese (90%) utilizza mezzi di

trasporto propri per la movimentazione della merce, con una portata complessiva di circa 5 tonnellate.

L'acquisto della merce avviene principalmente all'ingrosso (in media 67% degli acquisti) ed in misura sensibilmente minore, direttamente alla produzione (13%).

Coerentemente con la struttura del cluster, la clientela si divide essenzialmente fra pubblici esercizi (36%), privati (33%) e dettaglianti (23%).

Le modalità di vendita prevalenti sono la vendita al banco (che rappresenta mediamente il 38% dei ricavi) ed il dettaglio (33%).

Con riferimento all'area di mercato, l'attività viene svolta essenzialmente in ambito regionale (in media 92% dei ricavi).

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

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.

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 = $\text{ricavi}/(\text{numero addetti}^4 \cdot 1.000)$

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 +
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 +

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

numero associati in partecipazione che apportano
lavoro prevalentemente nell'impresa + numero
soci con occupazione prevalente nell'impresa +
numero amministratori non soci

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

dove:

- $\text{costo del venduto} = \text{Esistenze iniziali} + \text{acquisti di merci e materie prime} - \text{rimanenze finali}$

- $\text{durata delle scorte} = (\text{giacenza media} / \text{costo del venduto}) * 365$.

dove:

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

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 2° 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 2° 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.

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 3° 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 1° 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.

Per la durata delle scorte sono stati scelti i seguenti intervalli:

- fino all'estremo superiore del 18° ventile, per il cluster 1;
- fino all'estremo superiore del 18° ventile, per il cluster 2;
- fino all'estremo superiore del 17° ventile, per il cluster 3;
- fino all'estremo superiore del 18° ventile, per il cluster 4;
- fino all'estremo superiore del 17° ventile, per il cluster 5;
- fino all'estremo superiore del 18° ventile, per il cluster 6.

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 commercio a livello provinciale⁵ 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,

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

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 7.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 7.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

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 7.A

Variabili e coefficienti delle funzioni di ricavo

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5
Costo del venduto	1,0696	1,0604	1,0343	1,0568	1,0395
Logaritmo in base 10 del costo del venduto	2.665,1915	2.272,1634	2.547,8858	3.482,0741	-
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	0,5111	1,1770	0,9771	1,0007	1,4843
Valore dei beni strumentali	0,1487	0,2207	0,2564	0,1533	-
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	0,9396	0,8933	1,2133	0,6740	1,2980
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	12.131,7739	15.378,6946	20.984,1382	-	39.314,0814
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	12.131,7739	15.378,6946	20.984,1382	-	39.314,0814

CORRETTIVI TERRITORIALI DA APPLICARE AL COEFFICIENTE DEL COSTO DEL VENDUTO

GRUPPO DELLA TERRITORIALITA' DEL COMMERCIO A LIVELLO PROVINCIALE	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	-	-	-	-0,0241	-
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	-	-	-	-0,0241	-
5) Aree con benessere molto elevato, in aree urbane e metropolitane fortemente terziarizzate e sviluppate, con una rete distributiva molto evoluta	-	-	0,0259	-	-
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	-	-	-	-	-

- 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 RICA VO

VARIABILI	CLUSTER 6
Costo del venduto	1,0539
Logaritmo in base 10 del costo del venduto	3.517,5628
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	0,7635
Valore dei beni strumentali	0,1144
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	1,3567
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	12.885,2928
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	12.885,2928

CORRETTIVI TERRITORIALI DA APPLICARE AL COEFFICIENTE DEL COSTO DEL VENDUTO

GRUPPO DELLA TERRITORIALITA' DEL COMMERCIO A LIVELLO PROVINCIALE	CLUSTER 6
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	-
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	-

- 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 7.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

Quadro B:

- Mq locali destinati a deposito/magazzino
- Mq locali destinati alla trasformazione e confezionamento di prodotti
- Mq locali destinati ad uffici
- Spese sostenute per beni e/o servizi
- Localizzazione: autonoma
- Localizzazione: in mercati generali
- Localizzazione: in centri commerciali all'ingrosso
- Localizzazione: in parchi commerciali

Quadro D:

- Autoveicoli per trasporto promiscuo (Portata in q.li)
- Autocarri (Portata in q.li)
- Motoveicoli per trasporto promiscuo (Portata in q.li)
- Motocarri (Portata in q.li)

Quadro G:

- Tipologia di vendita: Ingrosso con vendita al banco

- Tipologia di vendita: Tentata vendita giornaliera
- Tipologia di vendita: Dettaglio
- Prodotti commercializzati: Prodotti della pesca conservati
- Prodotti commercializzati: Congelati e surgelati – pesce
- Prodotti commercializzati: Freschi - pesce
- Tipologia di clientela: Privati
- Altri dati: Numero accessi refrigerati (senza interruzione della catena del freddo)
- Altri dati: Licenza per vendita al dettaglio
- Altri dati: Mq locali per la vendita al dettaglio
- Altri dati: Capacità di stoccaggio espresse in quintali (sia in silos che in postura)

Quadro H:

- Modalità d'acquisto: Imprese produttrici nazionali
- Modalità d'acquisto: Da importatori/concessionari di marche estere
- Modalità d'acquisto: Tramite aste
- Addetti all'attività di vendita: Agenti/Rappresentanti monomandatari (numero)
- Addetti all'attività di vendita: Agenti/Rappresentanti plurimandatari (numero)
- Addetti all'attività di vendita: Procacciatori d'affari ed altri intermediari (numero)
- Addetti all'attività di vendita: Altri (numero)

- Costi e spese specifici: Costi e spese per deposito e custodia presso terzi

Quadro I:

- Celle frigorifere (capacità in m³)
- Celle refrigeranti (capacità in m³)