

ALLEGATO 7

Nota Tecnica e Metodologica

SM27A

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:

- 52.21.0 - Commercio al dettaglio di frutta e verdura.

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 SM27).

Il numero dei questionari inviati è stato pari a 22.503, di cui 13.092 questionari restituiti sono stati 13.092, pari al 58,2 % 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 2.502 questionari, pari al 19,1 % dei questionari rientrati.

I principali motivi di scarto sono stati:

- presenza di attività secondarie con un'incidenza sui ricavi complessivi superiore al 20%;
- compilazione di più quadri B (unità locali) corrispondenti a più unità di vendita;
- 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 ai ricavi conseguiti con la vendita dei prodotti merceologici (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative alle modalità d'acquisto (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 10.590.

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.

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

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.

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

- livello di despecializzazione;
- struttura organizzativa;
- modalità di acquisto;
- localizzazione.

1.2 DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

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

Cluster 1 - Negozi di frutta e verdura di medio – grandi dimensioni

Numerosità: 901

I soggetti appartenenti a questo cluster sono caratterizzati dalla attività di vendita prevalente di frutta e verdura, con una dimensione strutturale medio - grande. In particolare, i prodotti venduti sono prevalentemente frutta e verdura (86%) ed in maniera residuale, a completamento della gamma, olio e bevande (4%) e scatolame (4%).

La forma giuridica prevalente è quella di ditta individuale (64%), anche se risulta abbastanza consistente la presenza di società in nome collettivo (26%). L'utilizzo di lavoratori dipendenti a tempo pieno avviene nel 15% dei casi, mentre risulta più frequente l'apporto di collaboratori familiari, presente nel 39% delle attività, e di 2 soci con occupazione prevalente nel 35% dei casi.

L'attività è svolta in una struttura di dimensioni medio – grandi, con 58 mq. adibiti alla vendita, in cui sono presenti 20 ml. di scaffali, 4 ml. di bancone e almeno una bilancia automatica, un'esposizione con 6 ml. di vetrine e 30 mq. per il magazzino ed il deposito in cui è presente almeno una cella frigorifera. La localizzazione è prevalentemente autonoma e tra i beni strumentali si rileva la presenza di un autocarro leggero, utilizzato per il trasporto della merce.

Gli acquisti avvengono prevalentemente presso commercianti all'ingrosso (63%), ma risulta rilevante anche una parte della merce acquistata direttamente ai mercati generali (31%).

Cluster 2 - Botteghe di frutta e verdura localizzate in centri commerciali

Numerosità: 515

I soggetti appartenenti a questo cluster svolgono il commercio al dettaglio di frutta e verdura in maniera quasi esclusiva (97%) e sono caratterizzati da una localizzazione in centro commerciale, presente nel 96% dei casi, con un ubicazione prevalente in comuni di grandi dimensioni (il 70% si trova in comuni con più di 100.000 abitanti).

Trattandosi di attività di piccole dimensioni, la forma giuridica prevalente è la ditta individuale (91%), in cui si rileva la presenza del solo titolare, coadiuvato da un collaboratore familiare sono nel 14% dei casi.

La struttura è di dimensioni molto limitate, con 14 mq. per la vendita e l'esposizione in cui sono presenti 3 ml. di bancone con 1 bilancia automatica, mentre gli scaffali si rilevano solo nel 28% dei casi; la piccola dimensione si riflette anche nella scarsa presenza del magazzino o di un deposito (solo nel 15% delle attività).

L'acquisto avviene in maniera prevalente presso commercianti all'ingrosso (62%), ma è rilevante anche la presenza di attività che acquistano direttamente ai mercati generali (38% dei casi).

Cluster 3 - Botteghe di frutta e verdura con acquisto all'ingrosso

Numerosità: 4.049

I soggetti appartenenti a questo cluster svolgono in via quasi esclusiva la vendita al dettaglio di frutta e verdura (93%), cui si affianca, a completamento della gamma, la vendita di oli e bevande (2%) e la vendita di scatolame.

La forma giuridica prevalente è quella di ditta individuale (90%), dove si rileva in media la sola presenza del titolare, coadiuvato da un collaboratore familiare solo nel 13% dei casi.

La struttura presenta dimensioni medio – piccole, con 30 mq. di vendita in cui si trovano 2 ml. di bancone con una bilancia automatica, 10 ml. di scaffali ed un'esposizione di 2 ml. di vetrine. Il magazzino è di circa 6 mq. in cui si trova una cella frigorifera nel 40% dei casi.

La localizzazione è prevalentemente autonoma.

L'acquisto della merce avviene in maniera pressoché esclusiva presso commercianti all'ingrosso (96%).

Cluster 4 - Botteghe di frutta, verdura e altri generi di consumo

Numerosità: 1.745

I soggetti appartenenti a questo cluster svolgono in via prevalente la vendita di frutta e verdura (67%), cui affiancano una importante attività di vendita di altri generi di consumo, quali olio e bevande (10%), latte e prodotti caseari (2%), scatolame (10%), detersivi (5%) e surgelati nel 15% dei casi.

La forma giuridica prevalente è quella di ditta individuale (88%), dove si rileva in media la sola presenza del titolare, coadiuvato da un collaboratore familiare solo nel 16% dei casi.

La struttura è di medie dimensioni, con 32 mq. di spazi dedicati alla vendita in cui vi sono 2 ml. di bancone con almeno una bilancia, 19 ml. di scaffali e 3 ml. di vetrine per l'esposizione. Il magazzino è di circa 10 mq., con la presenza di una cella frigorifera nel 54% dei casi.

La localizzazione è prevalentemente autonoma e tra i beni strumentali si rileva la presenza, nel 41% dei casi, di un autocarro leggero utilizzato per il trasporto della merce.

L'acquisto dei prodotti commercializzati avviene prevalentemente presso commercianti all'ingrosso (79%) ed in via più limitata direttamente ai mercati generali (15%).

Cluster 5 - Negozi di frutta e verdura con acquisto da produttori e commercianti all'ingrosso

Numerosità: 264

I soggetti appartenenti a questo cluster vendono principalmente frutta e verdura (86%), cui affiancano, a completamento di gamma, la vendita di olio e bevande (4%) e scatolame (3%).

La forma giuridica più utilizzata è quella di ditta individuale (89%), con la presenza del solo titolare, coadiuvato da un collaboratore familiare nel 23% dei casi.

La struttura è di medie dimensioni, con 31 mq. di vendita in cui vi sono 2 ml. di bancone con almeno una bilancia automatica, 11 ml. di scaffali, 2 ml. di vetrine per l'esposizione; il magazzino, spesso presente, è in media di 8 mq.

La localizzazione è in prevalenza autonoma e tra i beni strumentali si rileva la presenza di un autocarro pesante, presumibilmente utilizzato per il ritiro della merce.

L'acquisto dei prodotti commercializzati viene effettuato sia direttamente presso produttori (47%), sia presso commercianti all'ingrosso (40%).

Cluster 6 - Negozi di frutta, verdura e altri generi alimentari

Numerosità: 262

I soggetti appartenenti a questo cluster sono più orientato ad una forma di commercio al dettaglio despecializzato, in quanto oltre alla frutta e verdura (57%), vendono anche pane e pasta (8%), olio e bevande (7%), latte e prodotto caseari (7%), salumi (5%), scatolame (6%), detersivi e prodotti per la casa (4%) e surgelati (2%).

La forma giuridica più frequente è quella di ditte individuali (86%), con la presenza, però, di società in nome collettivo per il 10%. All'interno dell'attività si rileva la sola presenza del titolare o di un socio con occupazione prevalente, cui si affianca la figura di un collaboratore familiare nel 16% dei casi.

La struttura è mediamente di buone dimensioni, con 43 mq. di vendita con la presenza di 15 ml. di scaffali, 2 ml. di bancone per la vendita e 3 ml. di bancone frigorifero, almeno una bilancia automatica, una affettatrice ed un'esposizione con 3 ml. di vetrine. Il magazzino è, in media, di 11 mq. con la presenza di una cella frigorifera.

L'acquisto della merce avviene prevalentemente presso commercianti all'ingrosso (73%) ed in via residuale direttamente ai mercati generali (19%).

Cluster 7 - Botteghe di frutta e verdura con apertura stagionale

Numerosità: 99

I soggetti appartenenti a questo cluster vendono quasi esclusivamente frutta e verdura (89%), cui affiancano a completamento di gamma la vendita di bevande (6%) e sono caratterizzati dall'apertura stagionale (in media 104 gg.).

La forma giuridica prevalente è quella di ditta individuale (95%), dove si rileva la sola presenza del titolare.

Si tratta, normalmente, di attività di dimensioni medio – piccole, con 29 mq. di vendita in cui vi sono 1 ml. di bancone con una bilancia automatica, 7 ml. di scaffali e 2 ml. per l'esposizione; la presenza di un locale magazzino per il deposito della merce è rilevata solo nel 34% dei casi.

La localizzazione è prevalentemente autonoma, con un orario di apertura che supera le 8 ore nel 49% dei casi e con la presenza di un autocarro leggero nel 40% dei casi. Si tratta di attività ubicate in comuni di dimensione medio piccola (il 68% dei soggetti si trova in comuni con meno di 30.000 abitanti), molto spesso situati in province con una forte vocazione turistica (Venezia, Roma, Rimini, Sassari, ecc.).

L'acquisto della merce avviene principalmente presso commercianti all'ingrosso (79%) ed in maniera minore direttamente presso i mercati generali (17%).

Cluster 8 - Botteghe di frutta e verdura con acquisti ai mercati generali

Numerosità: 2.438

I soggetti appartenenti a questo cluster vendono prevalentemente frutta e verdura (90%), cui affiancano a completamento di gamma, la vendita di olio e bevande (3%) e di scatolame (3%).

La forma giuridica prevalente è quella di ditta individuale (89%), dove si rileva la presenza del solo titolare, coadiuvato da un collaboratore familiare nel 17% dei casi.

La struttura è di medie dimensioni, con 31 mq. di vendita in cui sono presenti 2 ml. di bancone con 1 bilancia automatica, 12 ml. di scaffali e un'esposizione di 2 ml. di vetrine; il deposito è in media di 8 mq. in cui è presente una cella frigorifera nel 50% dei casi.

La localizzazione è prevalentemente autonoma, con la presenza tra i beni strumentali di un autocarro leggero nel 52% delle attività. I soggetti sono tendenzialmente ubicati nelle città capoluogo di regione, dove si trovano i maggiori mercati generali al consumo.

L'acquisto della merce avviene quasi esclusivamente presso i mercati generali (89%), mentre una parte residuale è legata ai commercianti all'ingrosso (8%).

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 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

- Durata delle scorte = (giacenza media /costo del venduto)*365;

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 1° 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 2° 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;
- dall'estremo superiore del 2° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 6.
- non sono stati effettuati tagli per il cluster 7;
- dall'estremo superiore del 2° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 8.

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 2° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 3;
- dall'estremo superiore del 1° 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 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 6.
- non sono stati effettuati tagli per il cluster 7;
- dall'estremo superiore del 2° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 8.

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

- fino all'estremo superiore del 17° ventile, per il cluster 1;
- fino all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 2;
- fino all'estremo superiore del 17° ventile, per il cluster 3;
- fino all'estremo superiore del 17° ventile, per il cluster 4;
- fino all'estremo superiore del 18° ventile, per il cluster 5;
- fino all'estremo superiore del 17° ventile, per il cluster 6;
- non sono stati effettuati tagli per il cluster 7;
- fino all'estremo superiore del 17° ventile, per il cluster 8.

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 socioeconomico.

Sono state pertanto impiegate, nella funzione di regressione, variabili dummy applicate al “costo del venduto” che hanno prodotto, ove le differenze 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 7.A vengono riportate le variabili ed i rispettivi coefficienti delle “funzioni di ricavo”.

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

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 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 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.

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.

ALLEGATO 7.A

Variabili e coefficienti delle funzioni di ricavo

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

SM27A

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5
Costo del venduto	1,1272	1,1286	1,1221	1,1204	1,1491
Logaritmo in base 10 del costo del venduto	2.311,8787	1.234,0683	2.381,5774	2.026,1468	2.067,3019
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	0,5339	0,6285	0,6617	0,6531	0,8597
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	8.448,9427	5.274,1622	10.411,5402	6.864,5614	5.493,5399
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	5.930,9369	5.274,1622	6.643,8999	5.304,4245	5.493,5399
Valore dei beni strumentali	0,0401	0,1056	0,0957	0,1036	0,1029
Locali destinati alla vendita(m ²)	51,9515	83,2562	-	-	-
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	1,1320	1,1381	0,7265	1,0224	0,7315

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	-	-	-	-	-
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	-	0,0287	0,0245	0,0227	-
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	0,0156	0,0287	0,0245	0,0227	-
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	-	-	0,0200	-	-
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.

- La variabile "Logaritmo in base 10 del costo del venduto" viene calcolata per valori del costo del venduto maggiori di zero.

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

SM27A

VARIABILI	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8
Costo del venduto	1,1761	1,2017	1,1520
Logaritmo in base 10 del costo del venduto	1.525,4808	611,4802	2.440,2170
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	0,7494	0,8414	0,6386
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	8.626,0067	7.444,6541	5.147,5912
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	8.626,0067	7.444,6541	5.147,5912
Valore dei beni strumentali	-	-	0,0594
Locali destinati a vendita(m ²)	-	-	-
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	0,7041	1,8363	0,8133

CORRETTIVI TERRITORIALI DA APPLICARE AL COEFFICIENTE DEL COSTO DEL VENDUTO

GRUPPO DELLA TERRITORIALITA' DEL COMMERCIO	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8
1) Aree con livelli di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale	-0,0485	-	-0,0380
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	-0,0485	-	-0,0380
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	-	-	-
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.

- La variabile "Logaritmo in base 10 del costo del venduto" viene calcolata per valori del costo del venduto maggiori di zero.

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 e lavoratori a domicilio
- Numero dei collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa
- Numero dei collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale
- Numero degli associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa
- Numero dei soci con occupazione prevalente nell'impresa
- Numero di amministratori non soci

Quadro B:

- Mq locali destinati alla vendita e all'esposizione interna della merce
- Mq locali destinati a magazzino
- Mq locali destinati a uffici e servizi
- Esposizione del locale fronte strada (vetrine, vetrate e porte in metri lineari)
- Spese sostenute per beni e servizi comuni in caso di localizzazione non autonoma
- Numero di giorni di apertura nell'anno

- Apertura stagionale : fino a 6 mesi
- Localizzazione : esercizio inserito in centro commerciale al dettaglio

Quadro J:

- Mq locali destinati a magazzino e/o deposito
- Mq locali destinati a ufficio

Quadro D

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

Quadro G:

- Prodotti merceologici venduti: Frutta e verdura fresca.
- Prodotti merceologici venduti: Pane, pasta fresca e prodotti da forno/pasticceria e dolci freschi
- Prodotti merceologici venduti: Olio e bevande (vino, birra ed altre)
- Prodotti merceologici venduti: Latte e prodotti lattiero-caseari
- Prodotti merceologici venduti: Salumi
- Prodotti merceologici venduti: Scatolame(confezioni alimentari)
- Prodotti merceologici venduti: Detersivi e prodotti per la casa/prodotti per l'igiene personale

Quadro H:

- Modalità di acquisto: Acquisti da commercianti all'ingrosso

- Modalità di acquisto: Acquisti da produttori e/o cooperative
- Modalità di acquisto: Acquisti da mercati generali o da aste

Quadro I:

- Armadi, celle, vasche frigorifere e freezer (numero)
- Affettatrici (numero)
- Scaffali (metri lineari)
- Banconi frigoriferi e freezer (metri lineari)
- Banconi di vendita (escluso rigo I8) (metri lineari)