

ALLEGATO 4

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

STUDIO DI SETTORE SM81U

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

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:

- 51.51.1 – Commercio all'ingrosso di prodotti petroliferi e lubrificanti;
- 51.51.2 – Commercio all'ingrosso di combustibili solidi;
- 51.51.3 – Commercio all'ingrosso despecializzato di combustibili solidi, liquidi, gassosi e di prodotti derivati (inclusi oli e grassi lubrificanti).

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 SM81).

Il numero dei questionari inviati è stato pari a 1.885. I questionari restituiti sono stati 1.236, pari al 65,6% degli inviati.

La seguente tabella riporta i dati analitici per ogni codice di attività:

	Numero questionari inviati	Numero questionari restituiti	% sul totale questionari inviati
51.51.1 – Commercio all'ingrosso di prodotti petroliferi e lubrificanti	1.266	853	67,4%
51.51.2 – Commercio all'ingrosso di combustibili solidi;	189	119	63,0%
51.51.3 – Commercio all'ingrosso despecializzato di combustibili solidi, liquidi, gassosi e di prodotti derivati (inclusi oli e grassi lubrificanti)	430	264	61,4%
TOTALE	1.885	1.236	65,6%

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 410 questionari, pari al 33,2% dei questionari rientrati.

I principali motivi di scarto sono stati:

- ricavi dichiarati maggiori di 5.164.569 euro (10 miliardi di lire);
- quadro M del questionario (elementi contabili) non compilato;
- presenza di attività secondarie con un'incidenza sui ricavi complessivi superiore al 20%;
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia di vendita (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative ai prodotti merceologici venduti e servizi offerti (quadro G del questionario);

- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia di clientela (quadro G del questionario);
- 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 826.

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 redditi. Tale scelta nasce dall'esigenza di caratterizzare le imprese in base ai possibili modelli organizzativi, alle diverse modalità di espletamento dell'attività, alle varie tipologie di prodotto confezionato, ecc.; 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.

DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

L'analisi ha evidenziato le principali caratteristiche del comparto del commercio all'ingrosso di combustibili.

Gli elementi che hanno maggiormente contribuito a determinare i modelli di business sono:

- tipologia di mercati serviti;
- tipologia di prodotti venduti.

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.

Nelle successive descrizioni dei cluster emersi dall'analisi, salvo segnalazione contraria, l'indicazione di valori numerici riguarda valori medi.

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

CLUSTER 1 – GROSSISTI SPECIALIZZATI NEL COMMERCIO DI LUBRIFICANTI

NUMEROSITÀ: 204

Il cluster in esame è caratterizzato dalla presenza di imprese che ottengono la maggior parte dei ricavi dalla vendita di oli lubrificanti (86% dei ricavi) e di altri articoli (il 37% dei ricavi nel 18% dei casi).

Appartengono a tale cluster imprese organizzate in prevalenza sotto forma di società (di persone nel 42% dei casi e di capitali nel 29%), con in media 4 addetti di cui 1 dipendente.

Gli spazi destinati all'esercizio dell'attività comprendono locali destinati a deposito/magazzino (243 mq) e locali destinati ad uffici (47 mq).

La tipologia di vendita prevalente è l'ingrosso con vendita sul territorio (76% dei ricavi) e una parte dei ricavi deriva da vendita in sede (14%). La rete di vendita è costituita da 3 agenti/rappresentanti nel 40% dei casi.

La clientela è rappresentata da imprese (77% dei ricavi) e commercianti al dettaglio (11%); si presume che i principali utenti dei prodotti commercializzati siano autofficine e ricambisti. L'area di mercato si estende dalla provincia alle regioni limitrofe.

Le imprese appartenenti al cluster commercializzano mediamente 4 marchi e il 25% dei ricavi deriva dalle vendite effettuate in base a concessioni esclusive per zone.

Gli acquisti vengono effettuati presso imprese produttrici nazionali (79% degli acquisti).

CLUSTER 2 – GROSSISTI SPECIALIZZATI NEL COMMERCIO DI GPL

NUMEROSITÀ: 86

Il cluster è costituito da imprese specializzate nel commercio di GPL (81% dei ricavi). Nell'8% dei casi è offerto il servizio di progettazione/installazione di impianti di riscaldamento.

Al cluster appartengono imprese di grandi dimensioni che operano prevalentemente sotto forma di società di capitali (67% dei casi) ed impiegano 5 addetti di cui 4 dipendenti.

Per lo svolgimento dell'attività dispongono di spazi esterni (424 mq) e locali (184 mq) destinati a deposito/magazzino; sono presenti anche locali destinati ad uffici (48 mq).

La tipologia di vendita prevalente è l'ingrosso con vendita sul territorio (52% dei ricavi). Una parte non trascurabile dei ricavi deriva dalla vendita al dettaglio (24%).

Coerentemente con la tipologia di prodotto trattato, la clientela è costituita da privati e condomini (50% dei ricavi), imprese (23%) e commercianti al dettaglio (14%).

Nel 50% dei casi i grossisti in esame offrono ai propri clienti il comodato d'uso sulle attrezzature. L'area di mercato si estende dalla provincia alle regioni limitrofe.

Gli acquisti sono distribuiti equamente tra produttori nazionali (47% degli acquisti) e altri grossisti (44%).

Per quanto riguarda i beni strumentali dispongono in media di 1 autocarro e di 1 autobotte.

CLUSTER 3 – GROSSISTI SPECIALIZZATI NEL COMMERCIO DI GASOLIO PER RISCALDAMENTO

NUMEROSITÀ: 144

Al cluster appartengono le imprese che si occupano principalmente della distribuzione di gasolio per riscaldamento (50% dei ricavi). Tra i prodotti offerti rientra anche il gasolio per autotrazione (20%).

Le imprese del gruppo sono per il 42% società di persone e per il 35% società di capitali. Nell'attività sono mediamente coinvolti 3 addetti di cui 1 dipendente.

Gli spazi per l'esercizio dell'attività comprendono locali destinati a deposito/magazzino (186 mq), spazi esterni destinati a deposito/magazzino (308 mq) e locali destinati ad uffici (49 mq). Inoltre dispongono di spazi esterni destinati al carico e scarico delle merci (272 mq).

La tipologia di vendita prevalente è ingrosso con vendita sul territorio (66% dei ricavi).

Coerentemente con il tipo di prodotto commercializzato la clientela è costituita principalmente da privati e condomini (53% dei ricavi), imprese (35%) ed enti pubblici e privati (l'11% dei ricavi nel 42% dei casi). L'area di mercato è prevalentemente provinciale.

Il 39% dei soggetti appartenenti al cluster fa richiesta di rimborso delle accise all'ufficio tecnico di finanza.

Gli acquisti vengono effettuati presso altri grossisti (54% degli acquisti) e presso produttori nazionali (37% degli acquisti).

CLUSTER 4 – GROSSISTI CHE RIFORNISCONO LA RETE

NUMEROSITÀ: 58

Le imprese del cluster si caratterizzano per la tipologia di clientela che è costituita prevalentemente da distributori di benzina, gasolio, GPL e metano (69% dei ricavi). Si presume si tratti dei cosiddetti "retisti" che in alcuni casi potrebbero occuparsi della gestione del punto vendita/stazione di rifornimento.

Coerentemente con l'attività svolta, la tipologia dei prodotti offerti comprende metano (29% dei ricavi), GPL (27%) benzine (24%) e gasolio per autotrazione (12%). Commercializzano generalmente 1 o 2 marchi.

Le imprese del gruppo in esame sono in prevalenza società di capitali (64% dei casi) che impiegano mediamente 3-4 addetti (2 dipendenti nel 50% dei casi).

Per lo svolgimento dell'attività dispongono generalmente di locali destinati ad uffici (36 mq) e il 16% delle imprese appartenenti al cluster dispone in media di 4 colonnine erogatrici di carburante. Il 19% dei soggetti opera con più unità locali.

La tipologia di vendita prevalente è l'ingrosso con vendita sul territorio (35% dei ricavi). Per il 22% dei soggetti appartenenti al cluster il 44% dei ricavi deriva da provvigioni per intermediazione e/o vendita conto terzi o conto deposito.

Il principale canale di approvvigionamento è rappresentato dai produttori nazionali (79% degli acquisti).

CLUSTER 5 – GROSSISTI SPECIALIZZATI NEL COMMERCIO DI CARBONE

NUMEROSITÀ: 28

Il cluster è formato da operatori specializzati nel commercio di combustibili solidi: in particolare di carbone (87% dei ricavi) e legna da ardere (18% dei ricavi nel 29% dei casi).

Le aziende del gruppo sono per il 64% società ed hanno in media 3 addetti di cui 1 dipendente.

La struttura è composta prevalentemente da locali destinati a deposito/magazzino (339 mq) e uffici (24 mq).

I prodotti sono destinati a imprese (35% dei ricavi), privati e condomini (65% dei ricavi nel 36% dei casi), altri grossisti (20%) e commercianti al dettaglio (41% dei ricavi nel 46% dei casi).

La distribuzione dei prodotti avviene principalmente all'ingrosso con vendita sul territorio (54% dei ricavi). L'area di mercato si estende dalla provincia all'intero territorio nazionale. La dotazione di mezzi di trasporto è composta in media da un autocarro.

Le imprese appartenenti al cluster si approvvigionano prevalentemente da produttori esteri (26% degli acquisti) o da importatori/concessionari di marchi esteri (23%) oltre che da produttori italiani (23% degli acquisti).

CLUSTER 6 – GROSSISTI SPECIALIZZATI NEL COMMERCIO DI LEGNA DA ARDERE

NUMEROSITÀ: 41

Il cluster raggruppa imprese di piccole dimensioni che vendono quasi esclusivamente legna da ardere (95% dei ricavi).

La tipologia di vendita prevalente è l'ingrosso sul territorio (61% dei ricavi) ma si effettua anche la vendita al dettaglio (17%). Data la tipologia di prodotto trattato, le imprese appartenenti al cluster dispongono principalmente di spazi esterni destinati a deposito e magazzino (269 mq).

Coerentemente con le piccole dimensioni si tratta in prevalenza di ditte individuali (80% dei casi) gestite dal solo titolare.

Considerato che la legna è un prodotto largamente impiegato per l'alimentazione dei forni oltre che per il riscaldamento delle case, la principale tipologia di clientela è costituita da imprese (53%), privati e condomini (24%). L'area di mercato è prevalentemente provinciale. La dotazione di mezzi di trasporto è composta in media da un autocarro.

Le principali fonti di approvvigionamento sono rappresentate da produttori nazionali (58% degli acquisti), da grossisti (25%) e da imprese estere (13%).

CLUSTER 7 – GROSSISTI NON SPECIALIZZATI

NUMEROSITÀ: 261

Al cluster appartengono imprese di grandi dimensioni che si caratterizzano per un'offerta non specializzata, nel senso che commercializzano più tipologie di prodotti: prevalentemente gasolio per autotrazione (32% dei ricavi), gasolio per uso agricolo (23%), lubrificanti (12%) e gasolio per riscaldamento (10%).

Le imprese che formano il cluster sono equamente distribuite tra società di capitali (37% dei casi), società di persone (32%) e ditte individuali (31%) ed occupano 4 addetti di cui 2 dipendenti.

La struttura organizzativa è formata da locali destinati a deposito/magazzino (136 mq), uffici (42 mq) e spazi all'aperto per il carico e scarico della merce (445 mq). Il 18% dei soggetti appartenenti al cluster dispone in media di 2 colonnine erogatrici di carburante.

La modalità di vendita prevalente è l'ingrosso sul territorio (63% dei ricavi) anche se una quota non trascurabile delle vendite avviene in sede (25%).

La clientela è composta da imprese (75% dei ricavi), privati e condomini (11% dei ricavi) e da enti pubblici e privati (il 10% dei ricavi nel 37% dei casi). L'area di mercato si estende dalla provincia alle regioni limitrofe.

Il 39% dei soggetti appartenenti al cluster fa richiesta di rimborso delle accise all'ufficio tecnico di finanza.

Gli acquisti vengono effettuati prevalentemente presso produttori nazionali (71% degli acquisti).

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 ricavo⁴ (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 venduto⁵ dichiarato negativo;
- costi e spese dichiarati nel quadro M superiori ai ricavi dichiarati.

Successivamente sono stati utilizzati indicatori economico-contabili specifici delle attività in esame:

- **valore aggiunto per addetto** = (ricavi + ammontare delle accise rimborsate dall'U.F.T. - costo del venduto - costo per la produzione di servizi - spese per acquisti di servizi) / (numero addetti⁶ * 1000);

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 La variabile dipendente nella determinazione della funzione di ricavo è: [ricavi + ammontare delle accise rimborsate dall'Ufficio Tecnico di Finanza (U.T.F.)].

⁵ Costo del venduto = esistenze iniziali + acquisti di merci e materie prime – rimanenze finali.

⁶ Le frequenze relative ai dipendenti sono state normalizzate all'anno in base alle giornate retribuite.

- *durata delle scorte* = (giacenza media del magazzino⁷ / costo del venduto) * 365.
- *marginale operativo lordo sulle vendite* = [(ricavi + ammontare delle accise rimborsate dall'U.F.T. - costo del venduto - costo per la produzione di servizi - spese per acquisti di servizi - spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa) / (ricavi + ammontare delle accise rimborsate dall'U.F.T.)] *100.

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 il *valore aggiunto per addetto* sono stati scelti i seguenti intervalli:

- dal 2° al 19° ventile, per i cluster 1, 7;
- dal 1° al 19° ventile, per il cluster 2;
- dal 2° al 18° ventile, per il cluster 3;
- fino al 19° ventile, per i cluster 4, 5;
- dal 1° ventile, per il cluster 6.

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

- fino al 19° ventile, per i cluster 1, 2, 3, 7;
- non sono stati effettuati tagli per i cluster 4, 5;
- fino al 18° ventile, per il cluster 6.

Per il *marginale operativo lordo sui ricavi* non sono stati effettuati tagli.

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.

Nell'allegato 4.A vengono riportate le variabili ed i rispettivi coefficienti della “funzione di ricavo”.

APPLICAZIONE DEGLI STUDI DI SETTORE ALL'UNIVERSO DEI CONTRIBUENTI

Per la determinazione del ricavo della singola impresa sono previste due fasi:

numero addetti = (ditte individuali)	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 lavoratori 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 = (società)	Numero dipendenti a tempo pieno + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero assunti con contratto di formazione e lavoro o a termine e lavoratori 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.

⁷ Giacenza media del magazzino = (esistenze iniziali + rimanenze finali) / 2.

- l'Analisi Discriminante⁸;
- la stima del ricavo di riferimento.

Nell'allegato 4.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.

⁸ 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 4.A

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

SM81U

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4
Costo del venduto	1,0470	1,0928	1,0429	1,2054
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	1,0532	1,1001	1,2435	1,4968
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	1,7310	1,6929	1,5546	1,6340
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	20.988,1297	-	21.488,7771	-
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	20.988,1297	-	21.488,7771	-
Valore dei beni strumentali	-	0,1588	0,1811	0,1190
Radice quadrata del Valore dei beni strumentali	-	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 150.000 euro"	0,2226	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 500.000 euro"	-	-	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

SM8IU

VARIABILI	CLUSTER 5	CLUSTER 6	CLUSTER 7
Costo del venduto	1,1666	1,1817	1,0308
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	0,9156	1,0214	1,0092
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	1,2060	1,0214	1,2997
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	-	11.163,9083	22.661,4690
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	-	11.163,9083	22.661,4690
Valore dei beni strumentali	-	-	0,0985
Radice quadrata del Valore dei beni strumentali	-	53,3288	-
Costo del venduto "Quota fino a 150.000 euro"	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 500.000 euro"	-	-	0,0955

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

ALLEGATO 4.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 contratto di formazione e lavoro o a termine e lavoranti a domicilio

QUADRO B:

- Mq degli spazi esterni destinati a deposito/magazzino
- Numero di colonnine erogatrici di carburante

QUADRO G:

- Prodotti petroliferi: Benzine
- Prodotti petroliferi: Gasolio per autotrazione
- Prodotti petroliferi: Gasolio per riscaldamento
- Prodotti petroliferi: Gasolio per uso agricolo
- Prodotti petroliferi: GPL
- Prodotti petroliferi: Lubrificanti
- Prodotti petroliferi: Metano
- Altri combustibili solidi: Carbone
- Altri combustibili solidi: Legna da ardere
- Tipologia di clientela: Distributori di benzina/ gasolio/ GPL/ metano
- Tipologia di clientela: Privati e condomini
- Altri dati specifici: Numero marchi commercializzati
- Area di mercato: Nazionale (1 = comune; 2 = provincia; 3 = fino a 3 regioni; 4 = oltre 3 regioni)

QUADRO H:

- Modalità organizzativa: Concessionario/ esclusivista di uno o più produttori
- Modalità di acquisto: Da altri grossisti
- Addetti all'attività: Agenti, rappresentanti ed altri intermediari - Non dipendenti - Numero
- Addetti all'attività: Agenti, rappresentanti ed altri intermediari - Dipendenti - Numero delle giornate retribuite
- Altri dati: Vendite effettuate in base a concessioni esclusive per zone

QUADRO I:

- Beni strumentali: Bombole (capacità complessiva in kg)
- Beni strumentali: Autotreni (numero)