

# ALLEGATO 1

---

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

EVOLUZIONE

STUDIO DI SETTORE TM03A

# NOTA TECNICA E METODOLOGICA

---

## CRITERI PER LA COSTRUZIONE DELLO STUDIO DI SETTORE

---

L'evoluzione dello Studio di Settore ha il fine di cogliere i cambiamenti strutturali, le modifiche dei modelli organizzativi, le variazioni di mercato all'interno del settore economico.

Di seguito vengono esposti i criteri seguiti per l'evoluzione dello studio di settore SM03A.

Oggetto dello studio sono le attività economiche rispondenti ai codici ATECOFIN 2004:

- 52.62.1 – Commercio al dettaglio ambulante a posteggio fisso di alimentari e bevande;
- 52.63.3 – Commercio al dettaglio ambulante itinerante di alimentari e bevande.

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.

L'evoluzione dello studio di settore è stata condotta analizzando i modelli per la comunicazione dei dati rilevanti ai fini dell'applicazione degli Studi di Settore per il periodo d'imposta 2002, completati con ulteriori informazioni contenute nel questionario ESM03 inviato ai contribuenti per l'evoluzione dello studio in oggetto.

I contribuenti interessati sono risultati pari a 27.689.

Il numero dei soggetti i cui modelli sono stati completati con le informazioni contenute nei relativi questionari è stato pari a 20.810.

Sui modelli 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 514 posizioni.

I principali motivi di scarto sono stati:

- ricavi dichiarati maggiori di 5.164.569 euro;
- quadro B del modello (luoghi destinati all'attività di vendita) non compilato;
- quadro D del questionario (elementi specifici dell'attività) non compilato;
- quadro F del modello (elementi contabili) non compilato;
- presenza di attività secondarie con un'incidenza sui ricavi complessivi superiore al 20%;
- errata compilazione delle percentuali relative ai settori merceologici (quadro D del questionario);
- incongruenze fra i dati strutturali e i dati contabili.

A seguito degli scarti effettuati, il numero dei modelli oggetto delle successive analisi è stato pari a 20.296.

---

## 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*<sup>1</sup>;
- un procedimento di *Cluster Analysis*<sup>2</sup>.

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 ad eccezione delle variabili del quadro degli elementi contabili. Tale scelta nasce dall'esigenza di caratterizzare le imprese in base ai possibili modelli organizzativi, alle diverse specializzazioni dell'assortimento, 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 quindici gruppi omogenei di imprese.

---

## DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

---

I principali aspetti considerati nell'analisi sono stati:

- modalità organizzativa;
- specializzazione dell'assortimento;
- ubicazione.

L'analisi ha permesso di distinguere gli operatori che svolgono l'attività di commercio al dettaglio ambulante in posteggio fisso (cluster 1, 3, 5, 7, 9, 15) da quelli che svolgono attività itinerante (cluster 2, 4, 6, 8 e 12).

---

<sup>1</sup> 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.

<sup>2</sup> 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 quanto riguarda la specializzazione dell'assortimento, è stato possibile suddividere tra quelle che vendono prevalentemente alimentari (cluster 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 13 e 14), quelle che vendono principalmente bevande (cluster 12) e quelle che vendono sia alimentari che bevande (cluster 11).

Per quanto riguarda le categorie merceologiche sono emerse le seguenti specializzazioni:

- prodotti lattiero caseari e salumi (cluster 1, 2);
- carni fresche, congelate e surgelate (cluster 3 e 4);
- frutta e verdura (cluster 5 e 6);
- prodotti alimentari confezionati, conservati, secchi e scatolame (cluster 7 e 8);
- gastronomia (panini, tramezzini, etc.) (cluster 9 e 10);
- gastronomia (panini, tramezzini, etc.) e bevande (cluster 11);
- bevande (cluster 12);
- pesce fresco (cluster 13);
- prodotti da forno, cioccolato e dolci, pasticceria (cluster 14).

L'ubicazione delle imprese, infine, ha permesso di identificare un gruppo di soggetti (cluster 15) la cui attività è localizzata in prossimità di edifici religiosi, siti archeologici e monumenti o altri luoghi di interesse nazionale.

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

#### **CLUSTER 1 - AMBULANTI A POSTEGGIO FISSO SPECIALIZZATI NELLA VENDITA DI PRODOTTI LATTIERO CASEARI E SALUMI**

**NUMEROSITÀ: 1.819**

Le imprese appartenenti al cluster sono per l'86% ditte individuali che impiegano 2 addetti.

L'attività prevalente è la vendita al dettaglio ambulante a posteggio fisso. Tale attività viene svolta per 256 giorni l'anno, su un numero complessivo di 4 posteggi, con superficie media di 24 mq. Sono presenti anche spazi destinati a magazzini e/o depositi di 48 mq.

Il cluster in esame si caratterizza per la vendita di prodotti lattiero - caseari e uova (62% dei ricavi), carni stagionate e insaccate (23%) e prodotti alimentari confezionati, conservati, secchi e scatolame (10%).

La modalità di acquisto prevalente è quella effettuata da commercianti all'ingrosso (63% degli acquisti).

L'area di svolgimento dell'attività si estende dall'ambito provinciale a quello regionale.

I beni strumentali sono costituiti da 2 bilance, un automezzo con massa complessiva a pieno carico fino a 3,5 t (indicato dal 53% dei soggetti) e un automezzo con massa complessiva a pieno carico oltre 3,5 t (41% dei soggetti). Oltre è da rilevare la presenza di automarket attrezzati e celle frigorifere.

## **CLUSTER 2 – AMBULANTI A POSTEGGIO ITINERANTE SPECIALIZZATI NELLA VENDITA DI PRODOTTI LATTIERO CASEARI E SALUMI**

**NUMEROSITÀ: 601**

Le imprese appartenenti al cluster sono per l'94% ditte individuali, con una struttura composta dal solo titolare.

L'attività di vendita viene svolta prevalentemente in maniera itinerante (216 giorni l'anno). Il 62% dei soggetti ha dichiarato spazi destinati a magazzini e/o depositi di ampiezza pari a 51 mq.

Il cluster in esame risulta caratterizzato dalla seguenti categorie merceologiche: prodotti lattiero – caseari e uova (68% dei ricavi), prodotti alimentari confezionati, conservati, secchi e scatolame (11%) e, per il 43% dei soggetti, carni stagionate e insaccate che apportano il 24% dei ricavi.

I prodotti vengono acquistati da commercianti all'ingrosso (63% degli acquisti) e, per il 47% dei soggetti, direttamente da produttori (52% degli acquisti).

L'area di svolgimento dell'attività è limitata all'ambito provinciale.

La dotazione di beni strumentali è costituita da una bilancia e un automezzo con massa complessiva a pieno carico fino a 3,5 t. Il 41% dei soggetti dichiara di possedere automarket attrezzati e il 56% celle frigorifere.

## **CLUSTER 3 – AMBULANTI A POSTEGGIO FISSO SPECIALIZZATI NELLA VENDITA DI CARNI FRESCHE, CONGELATE E SURGELATE**

**NUMEROSITÀ: 204**

Le imprese appartenenti a questo cluster sono formate per il 77% da ditte individuali che impiegano un numero di addetti pari a 3.

L'attività viene svolta prevalentemente su posteggio fisso (299 giorni l'anno), utilizzando un numero complessivo di posteggi pari a 5, con superficie media di 29 mq. Gli spazi destinati a magazzini e/o depositi risultano di ampiezza pari a 85 mq.

Il cluster si caratterizza per la vendita di carni fresche, congelate e surgelate che apportano l'88% dei ricavi e vengono acquistate, per il 68% del valore degli acquisti totali, da commercianti all'ingrosso e per il 23% direttamente da produttori.

L'attività viene svolta in ambito regionale.

I beni strumentali sono costituiti da 3 bilance, un automezzo con massa complessiva a pieno carico fino a 3,5 t (indicato dal 43% dei soggetti) e un automezzo con massa complessiva a pieno carico oltre 3,5 t (55% dei soggetti). Sono quasi sempre presenti automarket attrezzati e celle frigorifere.

## **CLUSTER 4 – AMBULANTI A POSTEGGIO ITINERANTE SPECIALIZZATI NELLA VENDITA DI CARNI FRESCHE, CONGELATE E SURGELATE**

**NUMEROSITÀ: 339**

Le imprese appartenenti a questo cluster sono formate per il 87% da ditte individuali, con una struttura composta nella maggior parte dei casi dal solo titolare.

La modalità organizzativa prevalente è quella itinerante (246 giorni l'anno), per la quale vengono utilizzati, nel 47% dei casi, anche spazi destinati a magazzini e/o depositi di ampiezza pari a 56 mq.

I prodotti commercializzati sono costituiti quasi esclusivamente da carni fresche, congelate e surgelate (93% dei ricavi), che vengono acquistate da commercianti all'ingrosso, per il 78% degli acquisti.

L'area nella quale viene svolta l'attività è quella comunale e provinciale.

Gli operatori di questo cluster si avvalgono di beni strumentali costituiti da 2 bilance e, per il 35% dei soggetti, da un automezzo con massa complessiva a pieno carico oltre a 3,5t. L'83% dei soggetti possiede anche celle frigorifere e il 39% automarket attrezzati.

#### **CLUSTER 5 – AMBULANTI A POSTEGGIO FISSO SPECIALIZZATI NELLA VENDITA DI FRUTTA E VERDURA**

**NUMEROSITÀ: 6.027**

Le imprese appartenenti a questo cluster sono formate per il 92% da ditte individuali, con una struttura composta nella maggior parte dei casi dal solo titolare.

La vendita al dettaglio ambulante viene svolta quasi esclusivamente su posteggio fisso (259 giorni l'anno). Il numero complessivo di posteggi è pari a 3 con ampiezza media di 21 mq e gli spazi destinati a magazzini e/o depositi, indicati dal 41% dei soggetti, misurano 54 mq.

La categoria merceologica prevalente è quella della frutta, verdura e ortaggi (89% dei ricavi).

I prodotti vengono acquistati prevalentemente da commercianti all'ingrosso (94% degli acquisti).

L'area di svolgimento dell'attività è circoscritta all'ambito comunale.

La dotazione di beni strumentali consta di 2 bilance e un automezzo con massa complessiva a pieno carico fino a 3,5 t, presente nel 65% dei casi.

#### **CLUSTER 6 – AMBULANTI A POSTEGGIO ITINERANTE SPECIALIZZATI NELLA VENDITA DI FRUTTA E VERDURA**

**NUMEROSITÀ: 3.870**

Le imprese appartenenti a questo cluster sono formate per il 97% da ditte individuali, con una struttura composta nella maggior parte dei casi dal solo titolare.

L'attività viene svolta in modo itinerante per 205 giorni l'anno. Si rilevano, nel 38% dei casi, spazi destinati a magazzini e/o depositi di ampiezza pari a 44 mq.

Il cluster è caratterizzato dalla vendita di frutta, verdura e ortaggi, fonte dell'81% dei ricavi, e i prodotti vengono acquistati da commercianti all'ingrosso (91% degli acquisti).

L'area di svolgimento dell'attività è limitata all'ambito provinciale.

La dotazione di beni strumentali è costituita da una bilancia e un automezzo con massa complessiva a pieno carico fino a 3,5 t.

#### **CLUSTER 7 – AMBULANTI A POSTEGGIO FISSO SPECIALIZZATI NELLA VENDITA DI PRODOTTI ALIMENTARI CONFEZIONATI, CONSERVATI, SECCHI E SCATOLAME**

**NUMEROSITÀ: 1.395**

Le imprese appartenenti a questo cluster sono formate per il 94% da ditte individuali, con una struttura composta nella maggior parte dei casi dal solo titolare.

L'attività di vendita avviene su posteggio fisso per 258 giorni l'anno, su un numero complessivo di posteggi pari a 3, con superficie media di 21 mq. Sono presenti anche spazi destinati a magazzini e/o depositi di ampiezza pari a 32 mq.

L'87% dei ricavi ottenuti proviene dalla vendita di prodotti alimentari confezionati, conservati, secchi e scatolame.

La modalità di acquisto avviene prevalentemente tramite commercianti all'ingrosso (78% degli acquisti).

L'area di svolgimento dell'attività si estende dall'ambito comunale a quello provinciale.

La dotazione di beni strumentali è costituita da una bilancia e da un automezzo con massa complessiva a pieno carico fino a 3,5 t, per il 61% dei soggetti.

## **CLUSTER 8 – AMBULANTI A POSTEGGIO ITINERANTE SPECIALIZZATI NELLA VENDITA DI PRODOTTI ALIMENTARI CONFEZIONATI, CONSERVATI, SECCHI E SCATOLAME**

**NUMEROSITÀ: 1.089**

Le imprese appartenenti a questo cluster sono formate per il 97% da ditte individuali, con una struttura composta nella maggior parte dei casi dal solo titolare.

L'attività viene svolta prevalentemente in forma itinerante (194 giorni l'anno) e il 58% dei soggetti utilizza spazi destinati a magazzini e/o depositi di ampiezza pari a 50 mq.

Le categorie merceologiche prevalenti sono i prodotti alimentari confezionati, conservati, secchi e scatolame che apportano l'83% dei ricavi e che vengono acquistati da commercianti all'ingrosso (81% degli acquisti).

L'attività viene svolta in ambito provinciale.

La dotazione di beni strumentali comprende una bilancia e un automezzo con massa complessiva a pieno carico fino a 3,5 t.

## **CLUSTER 9 – AMBULANTI A POSTEGGIO FISSO CON ASSORTIMENTO FOCALIZZATO NEL COMPARTO DELLA GASTRONOMIA (PANINI, TRAMEZZINI, ETC.)**

**NUMEROSITÀ: 171**

Le imprese appartenenti a questo cluster sono formate per il 75% da ditte individuali, operanti con 2 o 3 addetti.

L'attività viene svolta prevalentemente sotto forma di vendita al dettaglio ambulante a posteggio fisso (274 giorni l'anno), su un numero complessivo di posteggi pari a 4, con superficie media di 30 mq. Nel 64% dei casi sono presenti spazi destinati a magazzini e/o depositi di ampiezza pari a 84 mq.

Pur restando ampia la gamma dei prodotti offerti, la vendita è per lo più focalizzata su prodotti di gastronomia (panini, tramezzini, etc.) che apportano il 66% dei ricavi; l'acquisto di questi avviene tramite commercianti all'ingrosso (78% degli acquisti).

L'attività viene svolta a livello regionale.

La dotazione di beni strumentali è varia ed è costituita da 2 bilance, un automezzo con massa complessiva a pieno carico fino a 3,5 t (50% dei soggetti), un automezzo con massa complessiva a pieno carico oltre 3,5 t (49% dei soggetti). La quasi totalità dei soggetti dispone di automarket attrezzati e, in misura minore, di celle frigorifere.

## **CLUSTER 10 – AMBULANTI SPECIALIZZATI NELLA VENDITA DI GASTRONOMIA (PANINI, TRAMEZZINI, ETC.)**

**NUMEROSITÀ: 531**

Le imprese appartenenti a questo cluster sono formate per l'89% da ditte individuali, con una struttura composta nella maggior parte dei casi dal solo titolare.

L'attività viene svolta in parte (170 giorni l'anno) sotto forma di vendita al dettaglio a posteggio fisso, e in parte (78 giorni l'anno) in maniera itinerante. L'attività fissa viene effettuata su 3 posteggi di ampiezza media di 16 mq. Inoltre, il 37% dei soggetti dichiara di utilizzare anche spazi destinati a magazzini e/o depositi di ampiezza pari a 43 mq.

Il cluster è specializzato nella vendita di prodotti di gastronomia (panini, tramezzini, etc.) che genera il 92% dei ricavi.

L'acquisto dei prodotti viene effettuato tramite commercianti all'ingrosso, per l'82% degli acquisti.

L'attività viene svolta prevalentemente in ambito comunale – provinciale e il 29% dei soggetti opera anche all'interno di fiere e sagre.

La dotazione di beni strumentali si limita al possesso di una bilancia (per il 63% dei soggetti), un automezzo con massa complessiva a pieno carico fino a 3,5 t (62%), celle frigorifere (54%) e automarket attrezzati (67%).

#### **CLUSTER 11 – AMBULANTI SPECIALIZZATI NELLA VENDITA DI GASTRONOMIA (PANINI, TRAMEZZINI, ETC.) E BEVANDE**

**NUMEROSITÀ: 616**

Le imprese appartenenti a questo cluster sono formate per l'87% da ditte individuali, con una struttura composta nella maggior parte dei casi dal solo titolare.

L'attività viene svolta in parte su posteggio fisso (136 giorni l'anno) e in parte in maniera itinerante (103 giorni). I posteggi ottenuti in concessione sono 2, di ampiezza media pari a 13 mq e il 29% dei soggetti utilizza spazi destinati a magazzini e/o depositi di ampiezza pari a 41mq.

I prodotti commercializzati, tipici del ristoro, sono: gastronomia (panini, tramezzini, etc.) che apportano il 49% dei ricavi, bevande analcoliche, succhi e sciroppi (15%), acque gassate e minerali (11%) e birra (11%).

Il rifornimento delle merci viene effettuato presso commercianti all'ingrosso per l'84% degli acquisti.

L'ambito di svolgimento dell'attività è quello comunale – provinciale accanto al quale si registra anche la presenza in fiere e sagre per il 34% dei soggetti.

La dotazione di beni strumentali è formata essenzialmente da un automezzo con massa complessiva a pieno carico fino a 3,5 t, per il 58% dei soggetti, e da automarket attrezzati, per il 65%.

#### **CLUSTER 12 – AMBULANTI A POSTEGGIO ITINERANTE SPECIALIZZATI NELLA VENDITA DI BEVANDE**

**NUMEROSITÀ: 704**

Le imprese appartenenti a questo cluster sono formate per il 87% da ditte individuali, con una struttura composta nella maggior parte dei casi dal solo titolare.

L'attività viene svolta prevalentemente in maniera itinerante (198 giorni l'anno) e prevede ampi spazi destinati a magazzini e/o depositi (140 mq).

L'assortimento proposto è costituito da bevande: acque gassate e minerali per il 46% dei ricavi, bevande analcoliche, succhi e sciroppi per il 16% e birra per il 9%.

La modalità prevalente di acquisto dei prodotti è tramite commercianti all'ingrosso per il 59% degli acquisti oppure direttamente da produttori per il 33%.

L'attività viene svolta a livello provinciale.

L'unico bene strumentale detenuto consiste in un automezzo con massa complessiva a pieno carico fino a 3,5 t indicato dal 64% dei soggetti.

#### **CLUSTER 13 – AMBULANTI SPECIALIZZATI NELLA VENDITA DI PESCE FRESCO**

**NUMEROSITÀ: 1.825**

Le imprese appartenenti a questo cluster sono formate per il 91% da ditte individuali, con una struttura composta nella maggior parte dei casi dal solo titolare.

L'attività viene svolta, per 178 giorni l'anno, su 2 posteggi fissi, di ampiezza media di 14 mq, e, nel 44% dei casi, per 162 giorni, in maniera itinerante. Inoltre, il 33% dei soggetti utilizza anche spazi destinati a magazzini e/o depositi di ampiezza pari a 44 mq.

La specializzazione dei soggetti appartenenti a questo cluster è la vendita di pesce fresco, che apporta l'88% dei ricavi.

L'acquisto dei prodotti avviene da commercianti all'ingrosso per l'89% degli acquisti.

L'attività viene svolta in ambito comunale.

La dotazione di beni strumentali consiste in una bilancia, un automezzo con massa complessiva a pieno carico fino a 3,5 t (72% dei soggetti) e celle frigorifere (45% dei soggetti).

#### **CLUSTER 14 – AMBULANTI SPECIALIZZATI NELLA VENDITA DI PRODOTTI DA FORNO, CIOCCOLATO E DOLCIUMI, PASTICCERIA**

**NUMEROSITÀ: 865**

Le imprese appartenenti a questo cluster sono formate per il 94% da ditte individuali, con una struttura composta nella maggior parte dei casi dal solo titolare.

Lo svolgimento dell'attività avviene per 131 giorni l'anno, su 3 posteggi fissi (15 mq), e, per 85 giorni, in modo itinerante. Una parte dei soggetti (53%) utilizza anche spazi destinati a magazzini e/o depositi, di ampiezza pari a 52 mq.

Gli operatori appartenenti a questo cluster sono specializzati nella vendita di prodotti da forno, cioccolato e dolci, pasticceria che apportano l'87% dei ricavi. La merce viene acquistata da commercianti all'ingrosso per il 74% degli acquisti.

L'attività viene svolta prevalentemente in ambito regionale e il 46% dei soggetti dichiara di partecipare a fiere e sagre.

I beni strumentali sono limitati a una bilancia e un automezzo con massa complessiva a pieno carico fino a 3,5 t.

#### **CLUSTER 15 – AMBULANTI A POSTEGGIO FISSO UBICATI IN PROSSIMITÀ DI EDIFICI RELIGIOSI, SITI ARCHEOLOGICI E MONUMENTI**

**NUMEROSITÀ: 229**

Le imprese appartenenti a questo cluster sono formate per l'87% da ditte individuali, con una struttura composta nella maggior parte dei casi dal solo titolare.

L'attività viene svolta, per 223 giorni l'anno, su 2 posteggi fissi, di ampiezza media di 13 mq. Il 44% dei soggetti si avvale di spazi destinati a magazzini e/o depositi che misurano 28 mq.

I beni venduti coprono diverse categorie merceologiche ed in particolare: frutta, verdura e ortaggi (compilato dal 33% dei soggetti con un'incidenza sui ricavi del 78% dei ricavi), prodotti alimentari confezionati, conservati, secchi e scatolame (compilato dal 39% dei soggetti con un'incidenza sui ricavi del 37%), gastronomia (panini, tramezzini, etc.) (compilato dal 27% dei soggetti con un'incidenza sui ricavi del 46%), acque gassate e minerali (compilato dal 43% dei soggetti con un'incidenza sui ricavi del 16%), bevande analcoliche, succhi e sciroppi (compilato dal 42% dei soggetti con un'incidenza sui ricavi del 14%).

La modalità di acquisto prevalente è da commercianti all'ingrosso (77% degli acquisti).

L'aspetto che caratterizza il cluster in esame, è che l'attività, svolta prevalentemente in ambito comunale, è generalmente ubicata in prossimità di edifici religiosi meta di pellegrinaggio (46%) e di siti archeologici, monumenti o altri luoghi di interesse nazionale (58%).

Pochi sono i beni strumentali utilizzati: una bilancia e un automezzo con massa complessiva a pieno carico fino a 3,5 t per il 56% dei soggetti.

---

## 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<sup>3</sup>.

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<sup>4</sup> dichiarato negativo;
- costi e spese dichiarati nel quadro F del modello superiori ai ricavi dichiarati.

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

- *produttività per addetto* = ricavi / (numero addetti<sup>5</sup> \* 1.000);
- *rotazione del magazzino* = costo del venduto / giacenza media<sup>6</sup>;
- *ricarico* = ricavi / costo del venduto.

Per ogni gruppo omogeneo, distintamente per forma giuridica, 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:

- dal 1° al 19° ventile, per i cluster 1 e 3;

---

<sup>3</sup> 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.

<sup>4</sup> Costo del venduto = Esistenze iniziali + acquisti di merci e materie prime - rimanenze finali

<sup>5</sup> Le frequenze relative ai dipendenti sono state normalizzate all'anno in base alle giornate retribuite.

Le frequenze relative ai non dipendenti, ad eccezione dei Collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa e degli Amministratori non soci, sono state normalizzate all'anno in base alla percentuale di lavoro prestato.

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 familiari diversi che prestano attività nell'impresa + numero associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa + numero associati in partecipazione diversi

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

<sup>6</sup> Giacenza media = (esistenze iniziali + rimanenze finali) / 2.

- dal 2° al 19° ventile, per i cluster 2, 5, 7, 9 e 13 ;
- dal 3° al 19° ventile, per i cluster 12 e 15;
- dal 4° al 19° ventile, per i cluster 6 e 8;
- dal 5° al 19° ventile, per i cluster 11 e 14;
- dal 5° ventile, per il cluster 10;
- fino al 19° ventile, per il cluster 4.

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

- dal 3° al 19° ventile, per i cluster 1 e 15;
- dal 3° al 18° ventile, per i cluster 10 e 12;
- dal 4° al 19° ventile, per i cluster 3, 4, 5 e 6;
- dal 4° al 18° ventile, per i cluster 7 e 14;
- dal 4° al 17° ventile, per i cluster 2 e 11;
- dal 5° al 19° ventile, per i cluster 8 e 13;
- fino al 19° ventile, per il cluster 9.

Per il *ricarico* sono stati scelti i seguenti intervalli:

- dal 2° al 18° ventile, per il cluster 11;
- dal 3° al 19° ventile, per i cluster 8 e 12;
- dal 3° al 17° ventile, per il cluster 10;
- dal 4° al 19° ventile, per i cluster 2 e 14;
- dal 4° al 18° ventile, per il cluster 9;
- dal 5° al 19° ventile, per i cluster 1, 3, 4, 5, 7, e 13;
- dal 5° al 18° ventile, per il cluster 15;
- dal 5° al 20° 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 F del modello) 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 degli studi relativi alle “territorialità del commercio a livello comunale”<sup>7</sup>, “territorialità del commercio a livello provinciale”<sup>7</sup>, “territorialità del commercio a livello regionale”<sup>7</sup> che hanno avuto come obiettivo la suddivisione del territorio nazionale in aree omogenee in rapporto al:

- grado di modernizzazione;
- grado di copertura dei servizi di prossimità;
- grado di sviluppo socio-economico.

---

<sup>7</sup> I criteri e le conclusioni dello studio sono riportati nell’apposito Decreto Ministeriale.

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

Nell'allegato 1.A vengono riportate le variabili ed i rispettivi coefficienti 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:

- l'Analisi Discriminante<sup>8</sup>;
- la stima del ricavo di riferimento.

Nell'allegato 1.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.

---

<sup>8</sup> 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 1.A

### COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

TM03A

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5
Soci e associati in partecipazione (numero normalizzato)	3.019,1431	2.353,1630	5.858,9278	4.223,9319	3.572,0956
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale e familiari diversi che prestano attività nell'impresa (numero normalizzato)	3.019,1431	2.353,1630	5.858,9278	4.223,9319	3.572,0956
Costo del venduto	1,1735	1,2023	1,1951	1,2001	1,1823
Logaritmo del costo del venduto	1.462,0329	1.252,6301	3.235,7967	1.113,1686	1.142,7894
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	1,2573	0,5140	0,7353	1,2487	1,2529
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	0,4614	0,5140	0,7353	0,4033	0,6295
Costo del venduto relativo alla vendita di "Gastronomia (panini, tramezzini, etc.)"	-	-	-	-	-
Costo del venduto relativo alla vendita di "Gelateria"	-	-	-	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

### COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

TM03A

CORRETTIVI TERRITORIALI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto <i>Gruppo 1 della territorialità del commercio – Aree con livelli di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale</i>	-0,0374	-	-0,0697	-	-0,0432
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto <i>Gruppo 3 della territorialità del commercio – Aree ad alto livello di benessere, con un tessuto produttivo industriale e una rete commerciale prevalentemente tradizionale</i>	-	-	-	-	-
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto <i>Gruppo 4 della territorialità del commercio – Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale</i>	-0,0374	-	-0,0697	-	-0,0432
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto <i>Gruppo 5 della territorialità del commercio – Aree con benessere molto elevato, in aree urbane e metropolitane fortemente terziarizzate e sviluppate, con una rete distributiva molto evoluta</i>	-	-	-	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

## COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

TM03A

VARIABILI	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8	CLUSTER 9	CLUSTER 10
Soci e associati in partecipazione (numero normalizzato)	4.850,1154	4.250,2912	6.551,3588	6.482,2472	4.763,2178
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale e familiari diversi che prestano attività nell'impresa (numero normalizzato)	3.759,9658	4.250,2912	6.551,3588	6.482,2472	4.763,2178
Costo del venduto	1,1941	1,1710	1,1484	1,0247	1,3235
Logaritmo del costo del venduto	1.481,6051	1.116,4034	1.493,6981	3.704,7402	2.115,6753
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	0,6885	1,3858	1,1218	1,4837	1,1839
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	0,5920	0,6375	1,1553	0,8237	0,4690
Costo del venduto relativo alla vendita di "Gastronomia (panini, tramezzini, etc.)"	-	-	-	0,2031	-
Costo del venduto relativo alla vendita di "Gelateria"	0,1161	-	-	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

## COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

TM03A

CORRETTIVI TERRITORIALI	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8	CLUSTER 9	CLUSTER 10
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto <i>Gruppo 1 della territorialità del commercio – Aree con livelli di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale</i>	-0,0398	-0,0427	-0,0289	-	-
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto <i>Gruppo 3 della territorialità del commercio – Aree ad alto livello di benessere, con un tessuto produttivo industriale e una rete commerciale prevalentemente tradizionale</i>	0,0208	-	0,0300	-	-
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto <i>Gruppo 4 della territorialità del commercio – Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale</i>	-0,0398	-0,0427	-0,0289	-	-
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto <i>Gruppo 5 della territorialità del commercio – Aree con benessere molto elevato, in aree urbane e metropolitane fortemente terziarizzate e sviluppate, con una rete distributiva molto evoluta</i>	0,0208	-	0,0300	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

## COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICA VO

TM03A

VARIABILI	CLUSTER 11	CLUSTER 12	CLUSTER 13	CLUSTER 14	CLUSTER 15
Soci e associati in partecipazione (numero normalizzato)	10.158,4821	4.402,4586	3.656,7349	6.355,9379	8.484,8936
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale e familiari diversi che prestano attività nell'impresa (numero normalizzato)	10.158,4821	4.402,4586	4.561,0135	6.355,9379	8.484,8936
Costo del venduto	1,3849	1,1871	1,1878	1,0973	1,1431
Logaritmo del costo del venduto	2.210,9166	1.167,0691	967,5531	2733,6049	1.969,9867
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	0,8787	1,3008	1,3903	1,6298	2,3730
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	0,8289	0,8290	0,5943	1,0991	0,8770
Costo del venduto relativo alla vendita di "Gastronomia (panini, tramezzini, etc.)"	-	-	-	-	-
Costo del venduto relativo alla vendita di "Gelateria"	-	-	-	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

## COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICA VO

TM03A

CORRETTIVI TERRITORIALI	CLUSTER 11	CLUSTER 12	CLUSTER 13	CLUSTER 14	CLUSTER 15
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto <i>Gruppo 1 della territorialità del commercio – Aree con livelli di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale</i>	-	-	-	-	-
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto <i>Gruppo 3 della territorialità del commercio – Aree ad alto livello di benessere, con un tessuto produttivo industriale e una rete commerciale prevalentemente tradizionale</i>	-	-	-	-	-
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto <i>Gruppo 4 della territorialità del commercio – Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale</i>	-	-	-	-	-
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto <i>Gruppo 5 della territorialità del commercio – Aree con benessere molto elevato, in aree urbane e metropolitane fortemente terziarizzate e sviluppate, con una rete distributiva molto evoluta</i>	-	-	-	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

## **ALLEGATO 1.B**

### **VARIABILI DELL'ANALISI DISCRIMINANTE**

#### **QUADRO A DEL MODELLO ALLEGATO ALLA DICHIARAZIONE:**

- 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 lavoratori a domicilio
- Numero di collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa
- Percentuale di lavoro prestato per i collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale
- Percentuale di lavoro prestato per i familiari diversi da quelli di cui al rigo precedente che prestano attività nell'impresa
- Percentuale di lavoro prestato per gli associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa
- Percentuale di lavoro prestato per gli associati in partecipazione diversi da quelli di cui al rigo precedente
- Percentuale di lavoro prestato per i soci con occupazione prevalente nell'impresa
- Percentuale di lavoro prestato per i soci diversi da quelli di cui al rigo precedente
- Numero di amministratori non soci

#### **QUADRO B DEL MODELLO ALLEGATO ALLA DICHIARAZIONE:**

- Luoghi destinati all'attività di vendita: Mq posteggio assegnato in concessione
- Luoghi destinati all'attività di vendita: Numero giorni di esercizio dell'attività nell'anno
- Luoghi destinati all'attività di vendita: Giorni di svolgimento dell'attività su sedi improprie
- Luoghi destinati all'attività di vendita: Giorni di svolgimento dell'attività in fiere e sagre

#### **QUADRO D DEL QUESTIONARIO:**

- Settori merceologici: Bevande;
- Altri elementi dell'attività: Automarket attrezzati;
- Altri elementi specifici: Ubicazione in prossimità di edifici religiosi meta di pellegrinaggio;
- Altri elementi specifici: Ubicazione in prossimità di siti archeologici, monumenti o altri luoghi di interesse nazionale.

#### **TABELLA DELLE CATEGORIE MERCEOLOGICHI:**

- Alimentari: 001 Prodotti alimentari confezionati, conservati, secchi e scatolame;
- Alimentari: 002 Gastronomia (panini, tramezzini, etc.);
- Alimentari: 003 Prodotti alimentari surgelati e congelati;
- Alimentari: 005 Frutta, verdure e ortaggi;
- Alimentari: 006 Carni fresche, congelate e surgelate;
- Alimentari: 007 Carni stagionate e insaccate;
- Alimentari: 008 Pesce fresco;
- Alimentari: 009 Prodotti lattiero caseari e uova;
- Alimentari: 010 Prodotti da forno, cioccolato e dolci, pasticceria.