

# ALLEGATO 4

---

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

EVOLUZIONE

STUDIO DI SETTORE TM03D

## 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 SM03D.

Oggetto dello studio è l'attività economica rispondente al codice ATECOFIN 2004:

- 52.62.3 – Commercio al dettaglio ambulante a posteggio fisso di calzature e pelletterie.

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 4.887.

Il numero dei soggetti i cui modelli sono stati completati con le informazioni contenute nei relativi questionari è stato pari a 3.817.

Su tali 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 282 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 3.535.

---

### 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>;

---

<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.

- 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 categorie merceologiche, 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 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 dieci gruppi omogenei di imprese.

---

## DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

---

I principali aspetti strutturali delle imprese considerati nell'analisi sono:

- modalità organizzativa;
- specializzazione di assortimento.

L'analisi ha permesso di distinguere gli operatori che svolgono l'attività di commercio al dettaglio ambulante in posteggio fisso (cluster 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 e 8) da quelli che svolgono attività itinerante (cluster 10).

Per quanto riguarda la specializzazione di assortimento la vendita di calzature, pelletterie e valigeria è quasi esclusiva e solamente in un caso è affiancata dall'attività di vendita di accessori in pelle (cluster 7).

Le specializzazioni che sono state individuate sono le seguenti:

- borse e borselli (cluster 1);
- calzature (cluster 2,3 e 10);
- borse e borselli e valigeria e articoli da viaggio (cluster 4);
- pantofole, ciabatte mare e zoccoli (cluster 6);
- accessori in pelle (cluster 7);
- piccola pelletteria e marocchineria (cluster 8);

---

<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.

- calzature tecnico sportive, pantofole, zoccoli e calzature per bambino (cluster 9).

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 BORSE E BORSELLI**

##### **NUMEROSITÀ: 428**

Le aziende appartenenti al cluster sono per il 96% ditte individuali, con una struttura composta dal solo titolare.

L'attività prevalente è la vendita al dettaglio ambulante a posteggio fisso (214 giorni). Il numero complessivo di posteggi è pari a 4 con una superficie di 25 mq. L'area di mercato si estende dall'ambito provinciale a quello regionale.

La categoria merceologica prevalente risulta essere borse e borselli, dalla quale deriva l'82% dei ricavi complessivi.

Gli acquisti vengono effettuati principalmente da commercianti all'ingrosso (86% degli acquisti).

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

#### **CLUSTER 2 – AMBULANTI A POSTEGGIO FISSO SPECIALIZZATI NELLA VENDITA DI CALZATURE**

##### **NUMEROSITÀ: 800**

La forma giuridica prevalente è quella della ditta individuale (96% dei soggetti) con una struttura generalmente composta dal solo titolare.

L'attività prevalente è la vendita al dettaglio ambulante a posteggio fisso svolta per 218 giorni l'anno, su un numero complessivo di posteggi pari a 4, una superficie di 25 mq. L'area di mercato si estende dall'ambito comunale a quello regionale.

Le aziende appartenenti al cluster sono caratterizzate dalla specializzazione nel comparto delle calzature (96% dei ricavi).

L'87% degli acquisti avviene tramite commercianti all'ingrosso.

Le aziende appartenenti al cluster possiedono un automezzo con massa complessiva a pieno carico fino a 3,5 t.

### **CLUSTER 3 – AMBULANTI DI PIÙ GRANDI DIMENSIONI A POSTEGGIO FISSO SPECIALIZZATI NELLA VENDITA DI CALZATURE**

**NUMEROSITÀ: 350**

Le aziende appartenenti al cluster sono per l'89% ditte individuali che occupano due addetti.

L'attività di vendita al dettaglio ambulante a posteggio fisso è prevalente e viene svolta per 267 giorni l'anno, su un numero complessivo di posteggi pari a 6. La superficie dei posteggi utilizzati è di 40 mq. Sono presenti spazi destinati a magazzino e/o deposito per più della metà dei soggetti. L'attività viene svolta nell'ambito provinciale - regionale.

L'assortimento offerto dai soggetti appartenenti al cluster è composto principalmente da calzature (80% dei ricavi).

Gli acquisti avvengono prevalentemente tramite commercianti all'ingrosso (80% degli acquisti) e, in forma residuale, direttamente dai produttori (13%).

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

### **CLUSTER 4 – COMMERCIO AMBULANTE A POSTEGGIO FISSO DI BORSE E BORSELLI E VALIGERIA ED ARTICOLI DA VIAGGIO**

**NUMEROSITÀ: 78**

Nel presente cluster la ditta individuale costituisce la forma giuridica prevalente (92% dei soggetti), con una struttura composta dal solo titolare.

L'attività prevalente è la vendita al dettaglio ambulante a posteggio fisso effettuata per 258 giorni l'anno su un numero complessivo di posteggi pari a 4 con una superficie di 23 mq. L'area di svolgimento dell'attività si sviluppa dall'ambito comunale fino a quello regionale.

L'assortimento proposto dai soggetti appartenenti al cluster è composto da borse e borselli (51% dei ricavi) e valigeria ed altri articoli da viaggio (41%).

La modalità di acquisto prevalente è quella da commercianti all'ingrosso (84% degli acquisti).

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

### **CLUSTER 5 – AMBULANTI A POSTEGGIO FISSO DESPECIALIZZATI**

**NUMEROSITÀ: 648**

La forma giuridica esclusiva è quella della ditta individuale (96% dei soggetti) con una struttura generalmente composta dal solo titolare.

L'attività prevalente è la vendita al dettaglio ambulante a posteggio fisso svolta per 237 giorni all'anno su un numero complessivo di posteggi pari a 5. La superficie dei posteggi utilizzati è di 30 mq. L'area di svolgimento dell'attività si sviluppa dall'ambito provinciale a quello regionale.

L'offerta spazia dal comparto delle calzature (42% dei ricavi), delle pantofole, ciabatte mare e zoccoli (22%), delle calzature per bambino (4%) a quello delle calzature tecnico sportive (4%).

La modalità di acquisto prevalente è quella da commercianti all'ingrosso (88% degli acquisti).

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

### **CLUSTER 6 – AMBULANTI A POSTEGGIO FISSO SPECIALIZZATI NELLA VENDITA DI PANTOFOLE, CIABATTE MARE E ZOCOLI**

**NUMEROSITÀ: 392**

Le aziende appartenenti al cluster sono la quasi totalità ditte individuali con una struttura composta dal solo titolare.

L'attività prevalente è la vendita al dettaglio ambulante a posteggio fisso per 224 giorni l'anno con 4 posteggi dalla superficie di 26 mq. L'area di svolgimento dell'attività si estende dall'ambito provinciale a quello regionale.

L'assortimento proposto è specializzato nel comparto delle pantofole, ciabatte mare e zoccoli (72% dei ricavi).

La modalità di acquisto quasi esclusiva è quella da commercianti all'ingrosso.

Le aziende appartenenti al cluster si dotano di un automezzo con massa complessiva a pieno carico fino a 3,5 t.

#### **CLUSTER 7 – AMBULANTI DI MAGGIORI DIMENSIONI A POSTEGGIO FISSO SPECIALIZZATI NELLA VENDITA DI ACCESSORI IN PELLE**

##### **NUMEROSITÀ: 162**

La forma giuridica prevalente è quella della ditta individuale (92% dei soggetti) generalmente composta dal solo titolare.

L'attività prevalente è la vendita al dettaglio ambulante a posteggio fisso svolta per 217 giorni all'anno, su un numero complessivo di posteggi pari a 4. La superficie dei posteggi utilizzati è di 20 mq. L'area di svolgimento dell'attività si estende dall'ambito comunale a quello regionale.

L'assortimento proposto comprende il settore delle calzature, pelletterie e valigeria e il settore dell'abbigliamento e degli accessori in pelle.

Nell'ambito del primo settore il 30% dei ricavi è rappresentato dalle vendite di piccola pelletteria e marocchineria, accanto ad un 18% di borse e borselli.

Legata al settore della pelletteria si evidenzia anche una focalizzazione nell'offerta di accessori per l'abbigliamento (38% dei ricavi) e abbigliamento in pelle (10%).

L'82% degli acquisti avviene tramite commercianti all'ingrosso e per il 13% direttamente dai produttori.

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

#### **CLUSTER 8 – AMBULANTI A POSTEGGIO FISSO SPECIALIZZATI NELLA VENDITA DI PICCOLA PELLETTERIA E MAROCCHINERIA E DI BORSE E BORSELLI**

##### **NUMEROSITÀ: 172**

Le aziende appartenenti al cluster sono per il 92% ditte individuali ed occupano 1 o 2 addetti.

L'attività prevalente è la vendita al dettaglio ambulante a posteggio fisso svolta per 234 giorni l'anno, su un numero complessivo di posteggi pari a 5. La superficie dei posteggi utilizzati è di 28 mq. L'area di svolgimento dell'attività si estende dall'ambito provinciale a quello regionale.

L'assortimento proposto è costituito da piccola pelletteria e marocchineria (46% dei ricavi) e borse e borselli (24%).

La modalità di acquisto prevalente è quella da commercianti all'ingrosso (82% degli acquisti).

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

#### **CLUSTER 9 – AMBULANTI CON ASSORTIMENTO FOCALIZZATO NELLA VENDITA DI CALZATURE SPORTIVE, PER BAMBINO E PER IL TEMPO LIBERO**

##### **NUMEROSITÀ: 278**

La forma giuridica prevalente è quella della ditta individuale (96% dei soggetti) con una struttura generalmente composta dal solo titolare.

Le imprese effettuano sia l'attività fissa (svolta per 249 giorni l'anno) che quella itinerante (204 giorni l'anno per il 70 % dei rispondenti). Il numero di posteggi utilizzati è pari a 5 con una superficie di 36 mq. Inoltre, circa metà dei soggetti utilizza spazi destinati a magazzini e/o depositi per 43 mq. L'area di svolgimento dell'attività si estende dall'ambito provinciale a quello regionale.

L'assortimento proposto è focalizzato nei comparti delle pantofole, ciabatte mare e zoccoli (36% dei ricavi), delle calzature tecnico-sportive (21%) e delle calzature per bambino (13%).

La modalità di acquisto prevalente avviene tramite commercianti all'ingrosso (89% degli acquisti).

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

## CLUSTER 10 – AMBULANTI ITINERANTI SPECIALIZZATI NELLA VENDITA DI CALZATURE

### NUMEROSITÀ: 227

La forma giuridica esclusiva è quella della ditta individuale con una struttura generalmente composta dal solo titolare.

La tipologia di attività prevalente è la vendita al dettaglio ambulante itinerante svolta per 180 giorni l'anno. L'area di svolgimento dell'attività si concentra nell'ambito comunale - regionale.

Effettuano prevalentemente vendite nel settore delle calzature per il 61% dei ricavi.

La modalità di acquisto prevalente è quella da commercianti all'ingrosso (87% degli acquisti).

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

---

### 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>;

---

<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 = 1 + numero dipendenti a tempo pieno + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero (ditte individuali) 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 = Numero dipendenti a tempo pieno + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero (società) 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.

- **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:

- fino al 19° ventile per il cluster 3;
- dal 1° al 19° ventile, per il cluster 4;
- dal 2° al 19° ventile, per i cluster 5, 7, 8 e 9;
- dal 3° al 19° ventile, per i cluster 1, 2 e 6;
- dal 4° al 19° ventile, per il cluster 10.

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

- dal 1° al 19° ventile, per il cluster 4;
- dal 2° al 19° ventile, per i cluster 1, 3 e 8;
- dal 3° al 19° ventile, per i cluster 2, 5, 6, 7, 9 e 10.

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

- dal 2° al 19° ventile, per i cluster 1 e 7;
- dal 3° al 19° ventile per i cluster 5, 6, 8, 9 e 10;
- dal 3° ventile per il cluster 3;
- dal 4° al 19° ventile, per il cluster 2 e 4.

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.

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

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

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 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.

---

<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 4.A

### COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

TM03D

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5
Costo del venduto	1,3418	1,2949	1,2566	1,3657	1,2964
Logaritmo del costo del venduto	1455,7448	1185,6067	2278,9004	1461,2254	1262,6852
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	-	0,8417	-	0,7538	-
Soci e associati in partecipazione (numero normalizzato)	4900,6331	-	-	-	6581,6245
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale e familiari diversi che prestano attività nell'impresa (numero normalizzato)	3998,8307	-	-	-	4528,0617
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	1,4127	-	0,9339	-	1,1697
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	0,5273	-	0,5824	-	0,7989

CORRETTIVI TERRITORIALI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5
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>	-	0,0677	0,0554	-	-
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>	-	0,0677	0,0554	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

## COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

TM03D

VARIABILI	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8	CLUSTER 9	CLUSTER 10
Costo del venduto	1,3801	1,4195	1,3422	1,2922	1,3110
Logaritmo del costo del venduto	1000,7013	1185,2541	1788,8142	1228,7167	1234,0553
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	1,0125	-	-	-	0,8486
Soci e associati in partecipazione (numero normalizzato)	-	-	-	7116,7158	-
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale e familiari diversi che prestano attività nell'impresa (numero normalizzato)	-	-	-	5304,5314	-
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	-	0,6034	1,6072	0,7881	-
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	-	1,2631	0,5991	1,1135	-

CORRETTIVI TERRITORIALI	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8	CLUSTER 9	CLUSTER 10
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>	-	-	-	0,0541	-
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>	-	-	-	0,0541	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

## **ALLEGATO 4.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 dei collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale
- Percentuale di lavoro prestato dei familiari diversi da quelli di cui al rigo precedente che prestano attività nell'impresa
- Percentuale di lavoro prestato dei associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa
- Percentuale di lavoro prestato dei associati in partecipazione diversi da quelli di cui al rigo precedente
- Percentuale di lavoro prestato dei soci con occupazione prevalente nell'impresa
- Percentuale di lavoro prestato dei 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: Abbigliamento ed accessori, abbigliamento intimo

#### **TABELLA DEI SETTORI MERCEOLOGICI:**

- Calzature, pelletterie e valigeria: 081 Calzature
- Calzature, pelletterie e valigeria: 082 Calzature tecnico-sportive
- Calzature, pelletterie e valigeria: 083 Calzature per bambino
- Calzature, pelletterie e valigeria: 084 Pantofole, ciabatte mare, zoccoli
- Calzature, pelletterie e valigeria: 085 Borse e borselli
- Calzature, pelletterie e valigeria: 086 Valigeria ed altri articoli da viaggio
- Calzature, pelletterie e valigeria: 087 Piccola pelletteria e marocchineria in pelle
- Calzature, pelletterie e valigeria: 088 Ombrelli.