

# ALLEGATO 11

---

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

EVOLUZIONE

STUDIO DI SETTORE TM09B

# NOTA TECNICA E METODOLOGICA

---

## CRITERI PER L'EVOLUZIONE 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 SM09B.

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

- 50.40.1 – Commercio all'ingrosso e al dettaglio di motocicli e ciclomotori.

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 dello Studio di Settore per il periodo d'imposta 2002.

I contribuenti interessati sono risultati pari a 3.289.

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 103 posizioni.

I principali motivi di scarto sono stati:

- ricavi dichiarati maggiori di 5.164.569 euro;
- quadro F del modello (elementi contabili) non compilato;
- quadro B del modello (unità locale destinata all'attività di vendita) non compilato;
- presenza di attività secondarie con un'incidenza sui ricavi complessivi superiore al 20%;
- errata compilazione delle percentuali relative alla composizione dei ricavi (quadro D del modello);
- errata compilazione delle percentuali relative alla modalità di acquisto dei veicoli sia nuovi che usati (quadro D del modello);
- errata compilazione delle percentuali relative al settore ricambi ed accessori (quadro D del modello);
- incongruenze fra i dati strutturali e i dati contabili contenuti nel modello.

A seguito degli scarti effettuati, il numero dei modelli oggetto delle successive analisi è risultato pari a 3.186.

---

## 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 tipologie di prodotti venduti, alle varie modalità di acquisto, 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 dell'attività oggetto dello studio.

La Cluster Analysis ha consentito di identificare otto gruppi omogenei.

---

## DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

---

I principali aspetti strutturali delle imprese emersi dall'analisi sono:

- dimensione della struttura;
- specializzazione dei prodotti/servizi venduti;
- modalità d'acquisto dei veicoli.

Il fattore dimensionale ha permesso di differenziare le imprese con struttura organizzativa e produttiva di più grandi dimensioni (cluster 1 e 7) da quelle di piccole dimensioni.

Per quanto riguarda la specializzazione dei prodotti/servizi venduti, si possono distinguere le imprese che vendono prevalentemente veicoli nuovi (cluster 1, 5, 7 e 8), le imprese caratterizzate dalla vendita di ricambi e accessori (cluster 2 e 6), le imprese caratterizzate dalla vendita di veicoli usati (cluster 4) e le imprese caratterizzate dall'offerta di servizi di officina (cluster 3).

---

<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.

La modalità di acquisto ha distinto le imprese che acquistano prevalentemente da produttori e/o importatori (cluster 1, 5 e 7) da quelle che invece acquistano da concessionarie e/o da altri commercianti di veicoli (cluster 6 e 8).

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 – GRANDI CONCESSIONARI**

**NUMEROSITÀ: 200**

I soggetti appartenenti a questo cluster svolgono sia l'attività di vendita di motoveicoli, sia le attività di post-vendita, così ripartite: vendita di veicoli nuovi (73% dei ricavi), vendita di parti di ricambio e accessori (16%), vendita di veicoli usati (9% dei ricavi per il 65% dei soggetti), attività dell'officina (4%). Per quanto riguarda la vendita di parti di ricambio ed accessori (da cui deriva il 16% dei ricavi), il 47% proviene dalla vendita effettuata al banco, mentre la parte restante deriva, in egual misura, sia dalla vendita rivolta all'attività di officina interna che dalla vendita esterna.

La natura giuridica prevalente è quella di società (46% di capitali e 40% di persone).

La struttura è composta mediamente da 8 addetti, di cui 5 dipendenti.

Le imprese appartenenti al cluster operano in superfici di grandi dimensioni, essendo caratterizzate, in media, da 292 mq di locali per la vendita e l'esposizione interna dei veicoli, 221 mq di locali destinati a magazzino e vendita di ricambi e accessori, 223 mq di locali destinati a deposito dei veicoli e 148 mq di locali destinati ad officina.

Coerentemente con la struttura organizzativa delle imprese del cluster, l'acquisto avviene, in prevalenza, presso produttori e/o importatori (76% degli acquisti) e, in misura minore, presso altre concessionarie (19%).

#### **CLUSTER 2 – PICCOLI COMMERCianti DI MOTOVEICOLI FORTEMENTE CONNOTATI DALLA VENDITA DI RICAMBI E ACCESSORI**

**NUMEROSITÀ: 204**

La caratteristica dei soggetti appartenenti a questo cluster è quella di affiancare alla vendita di veicoli nuovi, una consistente vendita di ricambi e accessori, svolta quasi esclusivamente al banco (88% dei ricavi derivanti dalla vendita di ricambi ed accessori) e secondariamente come vendita esterna (10%). L'attività di officina e la vendita di veicoli usati risultano marginali.

La natura giuridica prevalente è quella di ditta individuale (69% dei casi) a cui si affiancano le società di persone (22%).

La struttura, in cui operano 2 addetti, è di piccole dimensioni ed è caratterizzata da limitati locali per la vendita e l'esposizione interna dei veicoli (51 mq). Di poco superiori sono le superfici destinate a magazzino e vendita di ricambi e accessori (54 mq).

Gli acquisti delle imprese appartenenti al cluster sono effettuati o da produttori/importatori (87% degli acquisti per il 56% dei soggetti) o da concessionarie (76% per il 59%).

#### **CLUSTER 3 – PICCOLI RIVENDITORI CON ATTIVITÀ DI OFFICINA**

**NUMEROSITÀ: 209**

I soggetti appartenenti a questo cluster affiancano alla vendita di veicoli nuovi, l'attività di officina (37% dei ricavi) e la vendita di ricambi e accessori (30%). Quest'ultima è principalmente rivolta all'attività di officina interna (69%) e, in misura minore, alla vendita al banco (29%).

La natura giuridica prevalente è quella di ditta individuale (67% dei casi), seguita dalle società di persone (28%).

Le imprese appartenenti al cluster presentano una struttura di piccole dimensioni, che vede la presenza di 2 addetti ed è caratterizzata da superfici limitate sia per quanto riguarda la vendita e l'esposizione interna dei veicoli (62 mq), sia per quanto riguarda i locali destinati a magazzino e vendita di ricambi e accessori (31 mq). Coerentemente con l'attività svolta, si rileva la presenza di locali destinati all'attività di officina relativamente consistenti (58 mq).

L'acquisto dei veicoli sia nuovi che usati avviene, in prevalenza, presso le concessionarie (71% degli acquisti) e secondariamente presso i produttori e gli importatori (26%).

#### **CLUSTER 4 – RIVENDITORI SPECIALIZZATI NELLA VENDITA DI VEICOLI USATI**

##### **NUMEROSITÀ: 94**

I soggetti appartenenti a questo cluster sono caratterizzati dalla vendita di motoveicoli usati, che rappresenta la maggior parte dei ricavi (68%), a fronte di una vendita di veicoli nuovi pari al 20% dei ricavi. La vendita di ricambi e accessori, pur marginale, è svolta comunque dal 60% dei soggetti e viene effettuata principalmente come vendita al banco.

La natura giuridica prevalente è quella di ditta individuale (58% dei soggetti), seguita dalle società di capitali (22%) e dalle società di persone (20%).

Le imprese appartenenti al cluster, che occupano 2 addetti, svolgono la loro attività su superfici di dimensioni piuttosto grandi per quanto riguarda i locali destinati alla vendita e l'esposizione interna dei veicoli (101 mq). Il 44% dei soggetti dispone anche di locali destinati a magazzino e vendita di ricambi e accessori, con una media di 43 mq. Solo il 20% dei soggetti dispone di locali destinati a deposito di veicoli.

Gli acquisti sono effettuati prevalentemente presso le concessionarie (46% degli acquisti) e secondariamente presso i privati (40%).

#### **CLUSTER 5 – PICCOLI CONCESSIONARI**

##### **NUMEROSITÀ: 808**

I soggetti appartenenti a questo cluster svolgono principalmente l'attività di vendita di motoveicoli, in prevalenza nuovi (78% dei ricavi), cui si affianca la vendita di ricambi e accessori (13%), svolta principalmente al banco (69%) e, in misura minore, rivolta all'attività di officina interna (20%). Risultano non rilevanti la vendita di veicoli usati e l'attività di officina.

La natura giuridica prevalente è quella di ditta individuale (49% dei soggetti), seguita dalle società di persone (35%).

Le imprese appartenenti al cluster presentano una struttura organizzativa di piccole dimensioni, ove operano 2 addetti, e caratterizzata dalla presenza di locali destinati alla vendita e l'esposizione interna dei veicoli di 77 mq. I locali destinati a magazzino e vendita di ricambi e accessori sono presenti nel 73% dei casi, con una media di 41 mq.

Coerentemente con la struttura organizzativa individuata, gli acquisti vengono effettuati prevalentemente presso produttori e/o importatori (89% degli acquisti).

#### **CLUSTER 6 – PICCOLI RIVENDITORI/SUBCONCESSIONARI DI VEICOLI NUOVI, RICAMBI E ACCESSORI**

##### **NUMEROSITÀ: 264**

I soggetti presenti in questo cluster sono caratterizzati dalla vendita di veicoli nuovi (46% dei ricavi), acquistati quasi esclusivamente presso le concessionarie (91% degli acquisti), e dalla vendita di ricambi e accessori (46%) svolta sostanzialmente al banco. Le attività di officina e la vendita di veicoli usati sono marginali e presenti, rispettivamente, solo per il 24% e il 41% dei soggetti.

La natura giuridica prevalente è rappresentata dalle ditte individuali (67% dei soggetti), seguita dalle società di persone (25%).

Le imprese appartenenti al cluster occupano in media 2 addetti e presentano una struttura organizzativa di piccole dimensioni, caratterizzata da locali destinati alla vendita e l'esposizione interna dei veicoli di 70 mq, mentre i locali destinati a magazzino e vendita di ricambi e accessori sono presenti nell'83% dei casi, con una media di 54 mq.

#### **CLUSTER 7 – CONCESSIONARI MEDIO-GRANDI**

**NUMEROSITÀ: 426**

I soggetti presenti in questo cluster sono caratterizzati dalla vendita di veicoli nuovi (74% dei ricavi), mentre le attività di officina e la vendita di veicoli usati sono marginali e rappresentano, rispettivamente, il 5 % ed il 6% dei ricavi. Significativa è la vendita di ricambi e accessori (15% dei ricavi), che viene svolta principalmente al banco (55%) e, secondariamente, tramite officina (29%) e come vendita esterna (16%).

La natura giuridica prevalente è rappresentata dalle società di persone (44% dei soggetti), seguita dalle società di capitali (29%) e dalle ditte individuali (27%).

Le imprese appartenenti al cluster occupano in media 5 addetti, di cui 3 dipendenti.

La struttura organizzativa è di dimensioni medio-grandi, caratterizzata da locali destinati alla vendita e l'esposizione interna dei veicoli che coprono in media 152 mq. Piuttosto consistenti risultano essere anche i locali destinati a magazzino e vendita di ricambi e accessori (85 mq), i locali destinati a officina (73 mq) e i locali destinati a deposito veicoli (72 mq).

Gli acquisti sono effettuati prevalentemente presso produttori e/o importatori (86% degli acquisti).

#### **CLUSTER 8 – RIVENDITORI/SUBCONCESSIONARI SPECIALIZZATI NELLA VENDITA DI VEICOLI NUOVI**

**NUMEROSITÀ: 976**

I soggetti presenti in questo cluster sono caratterizzati dalla vendita di veicoli, prevalentemente nuovi (80% dei ricavi), acquistati quasi esclusivamente presso concessionarie (93% degli acquisti). Completa l'offerta, la vendita di ricambi e accessori (10%), svolta principalmente al banco (68%) e, secondariamente, tramite officina (28%).

La natura giuridica prevalente è rappresentata dalle ditte individuali (61% dei soggetti), seguita dalle società di persone (27%).

Le imprese appartenenti al cluster occupano in media 2 addetti.

I locali destinati alla vendita e l'esposizione interna dei veicoli sono di 76 mq, mentre i locali destinati a magazzino e vendita di ricambi e accessori sono presenti nel 65% dei casi, con una media di 37 mq.

---

### **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".

---

<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.

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 dell'attività in esame:

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

Per ogni gruppo omogeneo, distintamente per forma giuridica e sulla base del personale dipendente, 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 i cluster 1, 7;
- dal 2° al 19° ventile, per il cluster 2;
- dal 1° al 19° ventile, per i cluster 3, 4, 6, 8;
- dal 1° al 18° ventile, per il cluster 5.

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

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

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

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

---

<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 alle percentuali di lavoro prestato.

Numero addetti = 1 + numero dipendenti a tempo pieno + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + (ditte individuali) numero assunti con contratto di formazione e lavoro o a termine e lavoranti a domicilio + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa + numero collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale + numero 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 lavoranti 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 del magazzino = (Esistenze iniziali + rimanenze finali) / 2

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.

Nell’allegato **11.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>7</sup>;
- la stima del ricavo di riferimento.

Nell’allegato **11.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>7</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 11.A

### COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

TM09B

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8
Costo del Venduto	1,0525	1,1525	1,0965	1,0854	1,0763	1,0696	1,0625	1,0572
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	0,9682	1,0945	1,0642	1,2670	0,6158	0,8531	0,7084	0,7592
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	1,0609	0,7045	0,6607	0,8045	0,8361	0,8114	0,8195	0,9086
Valore dei beni strumentali	0,1756	0,1602	0,1830	-	0,2412	0,2022	0,1569	0,1885
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale e familiari diversi (numero normalizzato)	22.367,7403	6.275,9505	6.254,0443	16.811,0923	6.331,8960	9.152,9358	6.375,1605	10.523,9735
Soci e associati in partecipazione (numero normalizzato)	22.367,7403	6.275,9505	6.254,0443	16.811,0923	12.042,9426	9.152,9358	6.375,1605	10.523,9735
Costo del Venduto "Quota fino a 156.000 euro"	-	-	-	-	-	-	-	0,0810
Costo del Venduto "Quota fino a 250.000 euro"	-	-	-	-	-	-	0,1040	-
Costo del Venduto "Quota fino a 260.000 euro"	0,1273	-	-	-	-	-	-	-
Logaritmo in base 10 del Costo del Venduto	-	909,3532	1.444,6671	1.248,1995	2.193,3793	1.839,5899	-	-
Costo del Venduto relativo a "Attività dell'officina (con esclusivo riferimento alla vendita di manodopera)"	-	-	0,1161	-	-	-	-	-
Costo del Venduto dei ricambi ed accessori (*)	-	-	0,0579	-	-	-	0,0488	0,0378
Costo del Venduto relativo alle imprese che svolgono l'attività in più unità locali	-0,0177	-	-	-	-	-	-0,0210	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

- Il logaritmo in base 10 è calcolato per i soli valori maggiori di zero della variabile cui si riferisce.

(\*) Esistenze iniziali relative ai ricambi e accessori di veicoli - Rimanenze finali relative ai ricambi e accessori di veicoli + Acquisti di ricambi e accessori di veicoli.

## ALLEGATO 11.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 lavoranti a domicilio

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

- Locali per la vendita e l'esposizione interna dei veicoli (Mq)
- Locali destinati a magazzino e vendita di ricambi ed accessori (Mq)
- Locali destinati ad officina (Mq)
- Locali destinati a deposito veicoli (Mq)
- Locali destinati a deposito dei veicoli delle strutture non annesse all'unità locale destinata all'attività di vendita (Mq)
- Locali destinati ad officina per le riparazioni delle strutture non annesse all'unità locale destinata all'attività di vendita (Mq)

#### QUADRO D DEL MODELLO ALLEGATO ALLA DICHIARAZIONE:

- Composizione percentuale dei ricavi: Vendita di veicoli nuovi
- Composizione percentuale dei ricavi: Vendita di veicoli usati
- Composizione percentuale dei ricavi: Vendita di parti di ricambio ed accessori
- Composizione percentuale dei ricavi: Attività dell'officina (con esclusivo riferimento alla vendita di manodopera)
- Modalità di acquisto dei veicoli sia nuovi che usati: Acquisto diretto da produttori e/o importatori
- Modalità di acquisto dei veicoli sia nuovi che usati: Acquisto da concessionarie (reti ufficiali di vendita) e/o altri commercianti di veicoli
- Settore ricambi ed accessori: Vendita al banco
- Settore ricambi ed accessori: Vendita tramite la propria officina (a seguito di interventi di riparazione)