

ALLEGATO 12

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

EVOLUZIONE

STUDIO DI SETTORE TM10U

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 SM10U.

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

- 50.30.0 – Commercio di parti e accessori di autoveicoli;
- 50.40.2 – Commercio all'ingrosso e al dettaglio di pezzi di ricambio per 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 9.250.

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 300 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 locali destinate all'attività di vendita) non compilato;
- presenza di attività secondarie con un'incidenza sui ricavi complessivi superiore al 20%;
- errata compilazione delle percentuali relative ai prodotti merceologici venduti (quadro D del modello);
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia di vendita (quadro D del modello);
- errata compilazione delle percentuali relative alla modalità di vendita (quadro D del modello);
- errata compilazione delle percentuali relative alla modalità di acquisto (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 8.950.

IDENTIFICAZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Per segmentare le imprese oggetto dell'analisi in gruppi omogenei sulla base degli aspetti strutturali, si è ritenuta appropriata una strategia di analisi che combina due tecniche statistiche:

- una tecnica basata su un approccio di tipo multivariato, che si è configurata come un'analisi fattoriale del tipo *Analyse des données* e nella fattispecie come un'*Analisi in Componenti Principali*¹;
- un procedimento di Cluster Analysis².

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, etc.; tale caratterizzazione è possibile solo utilizzando le informazioni relative alle strutture operative, al mercato di riferimento e a tutti quegli elementi specifici che caratterizzano le diverse realtà economiche e produttive di una impresa.

I fattori risultanti dall'Analisi in Componenti Principali vengono analizzati in termini di significatività sia economica sia statistica, al fine di individuare quelli che colgono i diversi aspetti strutturali delle attività oggetto dello studio.

La Cluster Analysis ha consentito di identificare nove gruppi omogenei di imprese.

DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Lo studio analizza il comparto del commercio al dettaglio e all'ingrosso di parti, pezzi di ricambio e accessori per autoveicoli, ciclomotori e motocicli.

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

- modalità di vendita;
- dimensione della struttura (addetti, locali per la vendita e l'esposizione interna della merce, magazzini, ecc.);
- prodotti merceologici venduti;
- presenza di più punti vendita.

Sotto l'aspetto della modalità di vendita, nel settore convivono imprese che vendono al dettaglio (cluster 2 e 6), imprese specializzate nella vendita all'ingrosso agli utilizzatori professionali (cluster 5), imprese

¹ L'Analisi in Componenti Principali è una tecnica statistica che permette di ridurre il numero delle variabili originarie di una matrice di dati quantitativi in un numero inferiore di nuove variabili dette componenti principali tra loro ortogonali (indipendenti, incorrelate) che spieghino il massimo possibile della varianza totale delle variabili originarie, per rendere minima la perdita di informazione; le componenti principali (fattori) sono ottenute come combinazione lineare delle variabili originarie.

² La Cluster Analysis è una tecnica statistica che, in base ai fattori dell'analisi in componenti principali, permette di identificare gruppi omogenei di imprese (cluster); in tal modo le imprese che appartengono allo stesso gruppo omogeneo presentano caratteristiche strutturali simili.

specializzate nella vendita all'ingrosso ad altre strutture distributive (cluster 3 e 9) e imprese che vendono sia al dettaglio che all'ingrosso (cluster 1, 7 e 8).

Le imprese che adottano modalità di vendita simili si differenziano, inoltre, in funzione degli addetti e delle strutture di vendita, in imprese di piccole dimensioni (cluster 8 e 9), imprese di medie dimensioni (cluster 7) e imprese di grandi dimensioni (cluster 1 e 3).

Per quanto riguarda l'assortimento merceologico, tutti i soggetti trattano quasi esclusivamente ricambi ed accessori ad eccezione del cluster 6 che alla vendita di ricambi e accessori affianca quella di motoveicoli e biciclette, abbigliamento tecnico-sportivo e altri accessori.

Lo svolgimento dell'attività in due o più punti vendita, infine, caratterizza le imprese del cluster 4.

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 – RICAMBISTI DI GRANDI DIMENSIONI

NUMEROSITÀ: 157

Le imprese che formano il cluster vendono parti di ricambio e accessori (90% dei ricavi) ad utilizzatori professionali (61% dei ricavi), ad altre strutture distributive (29% dei ricavi per il 45% dei soggetti) e al dettaglio (26%).

Si tratta di punti vendita di grandi dimensioni che operano quasi esclusivamente in forma societaria (in particolare società di capitali nel 61% dei casi), con una struttura formata da 12-13 addetti di cui 10 dipendenti, tra i quali si rilevano 3 commessi al banco e, per il 39% dei soggetti, 2 venditori esterni.

Gli spazi destinati allo svolgimento dell'attività sono formati da locali per la vendita e l'esposizione interna della merce (269 mq) e locali destinati a magazzino (1.064 mq). La vendita è sia al banco (56% dei ricavi) sia esterna (44%); il numero di referenze trattate e la lunghezza complessiva degli scaffali del magazzino sono nettamente superiori alla media del settore.

Effettuano gli acquisti prevalentemente presso i commercianti all'ingrosso (48% degli acquisti) e ditte produttrici di soli ricambi e accessori (43%).

CLUSTER 2 – RICAMBISTI SPECIALIZZATI NELLA VENDITA AL DETTAGLIO

NUMEROSITÀ: 3660

Il cluster raggruppa le imprese che vendono al dettaglio (95% dei ricavi), attraverso la vendita al banco, parti di ricambio e accessori (76% dei ricavi), olii e lubrificanti (11%) e prodotti chimici (5%).

Al cluster appartengono ditte individuali (66% dei casi) in cui lavora generalmente il solo titolare, talvolta affiancato da 1 dipendente o da 1 collaboratore familiare, e società (34%) che occupano complessivamente 3 addetti.

Per lo svolgimento dell'attività dispongono di locali di dimensioni contenute destinati alla vendita e all'esposizione interna della merce (63 mq) e a magazzino (67 mq).

Gli acquisti vengono effettuati principalmente presso i commercianti all'ingrosso (71% degli acquisti) e secondariamente presso ditte produttrici di soli ricambi e accessori (48% degli acquisti per il 54% dei soggetti).

CLUSTER 3 – RICAMBISTI DI GRANDI DIMENSIONI SPECIALIZZATI NELLA VENDITA AD ALTRE STRUTTURE DISTRIBUTIVE

NUMEROSITÀ: 170

I soggetti che formano il cluster si caratterizzano per la vendita di parti di ricambio e accessori (96% dei ricavi) ad altre strutture distributive (88% dei ricavi).

Si tratta quasi esclusivamente di società di capitali (75% dei casi) o di persone (21%) che occupano complessivamente 10 addetti di cui 7 dipendenti.

Le imprese del cluster dispongono di magazzini di grandi dimensioni (1.031 mq) e di locali di dimensioni più contenute destinati alla vendita e all'esposizione interna della merce (83 mq). La vendita è prevalentemente esterna (85% dei ricavi); il numero di referenze trattate e la lunghezza complessiva degli scaffali del magazzino sono superiori alla media del settore.

Coerentemente con l'attività svolta si riforniscono prevalentemente da ditte produttrici di soli ricambi e accessori (73% degli acquisti).

CLUSTER 4 – RICAMBISTI CON PIÙ UNITÀ DI VENDITA

NUMEROSITÀ: 99

Nel cluster rientrano le imprese che operano attraverso due o più negozi. L'assortimento merceologico comprende parti di ricambio e accessori (82% dei ricavi), olii e lubrificanti (8%) e prodotti chimici. La vendita è effettuata sia al dettaglio (59% dei ricavi) sia all'ingrosso ad utilizzatori professionali (38%).

Si tratta principalmente di società (74% dei casi) e occupano complessivamente 8 addetti di cui 5 dipendenti.

La superficie complessiva dei locali destinati alla vendita e all'esposizione interna della merce è pari a 114 mq mentre i locali destinati a magazzino occupano 449 mq. La vendita è prevalentemente al banco (79% dei ricavi).

Per l'approvvigionamento si rivolgono a commercianti all'ingrosso (62% degli acquisti) e a ditte produttrici di soli ricambi e accessori (32%).

CLUSTER 5 – RICAMBISTI SPECIALIZZATI NELLA VENDITA AD UTILIZZATORI PROFESSIONALI

NUMEROSITÀ: 1.329

Le imprese che formano il cluster vendono parti di ricambio e accessori (87% dei ricavi), olii e lubrificanti (13% dei ricavi per il 30% dei soggetti), prodotti chimici (12% per il 28%) e utensileria ad utilizzatori professionali (89% dei ricavi).

Si tratta di aziende di medie dimensioni che operano prevalentemente in forma societaria (63% dei casi) con una struttura formata da 4 addetti di cui 1-2 dipendenti. Nei restanti casi sono ditte individuali in cui generalmente lavora il solo titolare, talvolta affiancato da 1 dipendente o da 1 collaboratore familiare.

Gli spazi destinati allo svolgimento dell'attività sono formati da locali per la vendita e l'esposizione interna della merce (49 mq per il 52% dei soggetti) e locali destinati a magazzino (164 mq). La vendita è prevalentemente esterna (85% dei ricavi).

Gli acquisti sono effettuati prevalentemente presso commercianti all'ingrosso (48% degli acquisti) e presso ditte produttrici di soli ricambi e accessori (47%).

CLUSTER 6 – RICAMBISTI CON VENDITA DI MOTOCICLI, CICLOMOTORI E BICICLETTE

NUMEROSITÀ: 531

Il cluster raggruppa le imprese che vendono al dettaglio (86% dei ricavi), parti di ricambio e accessori (51% dei ricavi), motocicli, ciclomotori e biciclette (32%), olii e lubrificanti (7%) e abbigliamento tecnico-sportivo (11% dei ricavi per il 27% dei soggetti).

Si tratta di ditte individuali (60% dei casi) in cui lavora il solo titolare, talvolta coadiuvato da 1 collaboratore familiare o da 1 dipendente, e società (40%) che occupano complessivamente 3-4 addetti di cui, per circa la metà dei casi, 2-3 dipendenti.

Per lo svolgimento dell'attività dispongono di locali destinati alla vendita e all'esposizione interna della merce (75 mq) e a magazzino (77 mq).

Gli acquisti vengono effettuati prevalentemente presso ditte produttrici di veicoli (42% degli acquisti) e presso commercianti all'ingrosso (39%).

CLUSTER 7 – RICAMBISTI DI MEDIE DIMENSIONI

NUMEROSITÀ: 775

I soggetti che formano il cluster vendono parti di ricambio e accessori (89% dei ricavi) agli utilizzatori professionali (61% dei ricavi) e al dettaglio (36%).

Il 47% delle imprese assume la forma giuridica di società di capitali, mentre il 41% è organizzato in società di persone. L'organico comprende in media 8 addetti di cui 5 dipendenti, tra i quali si rilevano 2 commessi al banco.

Gli spazi destinati allo svolgimento dell'attività sono formati da locali per la vendita e l'esposizione interna della merce (126 mq) e locali destinati a magazzino (539 mq). La vendita è sia al banco (64% dei ricavi) che esterna (36%); il numero di referenze trattate e la lunghezza complessiva degli scaffali del magazzino sono superiori alla media del settore.

Effettuano gli acquisti presso commercianti all'ingrosso (54% degli acquisti) e presso ditte produttrici di soli ricambi e accessori (39%).

CLUSTER 8 – RICAMBISTI DI PICCOLE DIMENSIONI

NUMEROSITÀ: 1.558

Le imprese che formano il cluster vendono parti di ricambio e accessori (83% dei ricavi), olii e lubrificanti (8%) e prodotti chimici sia agli utilizzatori professionali (49% dei ricavi) sia al dettaglio (49%).

I soggetti del cluster operano prevalentemente in forma societaria (società di persone nel 43% dei casi e di capitali nel 19%). Il totale addetti è pari a 3 di cui, in circa la metà dei casi, 2 dipendenti.

Gli spazi destinati allo svolgimento dell'attività sono formati da locali per la vendita e l'esposizione interna della merce (51 mq) e locali destinati a magazzino (134 mq). La vendita è prevalentemente al banco (78% dei ricavi).

Effettuano gli acquisti prevalentemente presso commercianti all'ingrosso (63% degli acquisti) e presso ditte produttrici di soli ricambi e accessori (32%).

CLUSTER 9 – RICAMBISTI DI PICCOLE DIMENSIONI SPECIALIZZATI NELLA VENDITA AD ALTRE STRUTTURE DISTRIBUTIVE

NUMEROSITÀ: 611

I soggetti che formano il cluster si caratterizzano per la vendita di parti di ricambio e accessori (89% dei ricavi) ad altre strutture distributive (88% dei ricavi).

Le imprese del cluster, prevalentemente società (73% dei casi), occupano complessivamente 3 addetti di cui 1 dipendente; dispongono di locali destinati a magazzino di medie dimensioni (179 mq) e di locali per la vendita e l'esposizione interna della merce di dimensioni contenute (56 mq per il 45% dei soggetti). La vendita è per lo più esterna (87% dei ricavi).

Coerentemente con l'attività svolta si riforniscono prevalentemente da ditte produttrici di soli ricambi e accessori (57% degli acquisti) oltre che da commercianti all'ingrosso (39%).

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 Multipla³.

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 venduto⁴ 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 addetti⁵ * 1.000);
- *ricarico* = ricavi/costo del venduto;
- *rotazione del magazzino* = costo del venduto / giacenza media del magazzino⁶.

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:

³ La Regressione Multipla è una tecnica statistica che permette di interpolare i dati con un modello statistico-matematico che descrive l'andamento della variabile dipendente in funzione di una serie di variabili indipendenti relativamente alla loro significatività statistica.

⁴ Costo del venduto = Esistenze iniziali + acquisti di merci e materie prime - rimanenze finali.

⁵ 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 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 +
(società) 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.

⁶ Giacenza media del magazzino = (Esistenze iniziali + rimanenze finali) / 2.

- dal 2° al 19° ventile, per i cluster 1, 2, 3, 6, 7, 8;
- dal 2° al 18° ventile, per i cluster 5, 9;
- dal 1° ventile, per il cluster 4.

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

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

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

- dal 2° al 19° ventile, per i cluster 1, 5, 7, 9;
- dal 3° al 19° ventile, per i cluster 2, 6, 8;
- dal 2° ventile, per i cluster 3, 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 di uno studio relativo alla “territorialità del commercio a livello comunale⁷” che ha 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 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 **12.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:

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

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

Nell'allegato **12.B** vengono riportate le variabili strutturali risultate significative nell'Analisi Discriminante.

Non si è proceduto nel modo standard di operare dell'Analisi Discriminante in cui si attribuisce univocamente un contribuente al gruppo di massima probabilità; infatti, a parte il caso in cui la distribuzione di probabilità si concentri totalmente su di un unico gruppo omogeneo, sono considerate sempre le probabilità di appartenenza a ciascuno dei gruppi omogenei.

Per ogni impresa viene determinato il ricavo di riferimento puntuale ed il relativo intervallo di confidenza.

Tale ricavo è dato dalla media dei ricavi di riferimento di ogni gruppo omogeneo, calcolati come somma dei prodotti fra i coefficienti del gruppo stesso e le variabili dell'impresa, ponderata con le relative probabilità di appartenenza.

Anche l'intervallo di confidenza è ottenuto come media degli intervalli di confidenza, al livello del 99,99%, per ogni gruppo omogeneo ponderata con le relative probabilità di appartenenza.

⁸ L'Analisi Discriminante è una tecnica che consente di associare ogni impresa ad uno dei gruppi omogenei individuati per la sua attività, attraverso la definizione di una probabilità di appartenenza a ciascuno dei gruppi stessi.

ALLEGATO 12.A

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

TM10U

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5
Costo del venduto	1,1012	1,1689	1,1818	1,1238	1,1282
Logaritmo in base 10 del Costo del venduto	-	1.449,4737	-	-	-
Quadrato del Costo del venduto	-	-	-1,4999	-	-
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	0,9208	0,9300	0,8969	0,8535	0,9305
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	0,8998	0,7358	1,0237	0,8231	0,8423
Valore dei beni strumentali	-	0,1330	0,1038	0,1322	0,2881
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale e familiari diversi (numero normalizzato)	-	3.246,1674	-	12.372,7478	9.150,9084
Soci e associati in partecipazione (numero normalizzato)	-	7.152,9354	-	12.372,7478	9.150,9084
Costo del venduto "Quota fino a 90 mila euro"	-	-	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 220 mila euro"	-	-	-	-	0,0674
Costo del venduto "Quota fino a 1 milione e 950 mila euro"	0,0551	-	-	-	-
Totali mq dei locali destinati a magazzino e/o deposito	-	-	-	-	21,8683

- 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.

- La variabile elevata al quadrato è divisa per 10^8 .

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

TM10U

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 a livello comunale – Aree con livelli di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale</i>	-	-0,0402	-	-	-0,0541
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto <i>Gruppo 2 della territorialità del commercio a livello comunale – Aree con elevata dotazione di servizi commerciali specialmente tradizionali; livello di benessere medio</i>	-	-0,0242	-	-	-
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto <i>Gruppo 3 della territorialità del commercio a livello comunale – Aree ad alto livello di benessere, con un tessuto produttivo industriale e una rete commerciale prevalentemente tradizionale</i>	-	-	-	0,0325	-
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto <i>Gruppo 4 della territorialità del commercio a livello comunale – Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale</i>	-	-0,0402	-	-	-0,0541
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto <i>Gruppo 5 della territorialità del commercio a livello comunale – Aree con benessere molto elevato, in aree urbane e metropolitane fortemente terziarizzate e sviluppate, con una rete distributiva molto evoluta</i>	-	-	-	0,0325	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

TM10U

VARIABILI	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8	CLUSTER 9
Costo del venduto	1,1420	1,1722	1,1405	1,1108
Logaritmo in base 10 del Costo del venduto	-	-	-	-
Quadrato del Costo del venduto	-	-1,5630	-	-
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	0,9602	0,8677	0,9304	1,1653
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	0,6877	0,8699	0,7475	0,9433
Valore dei beni strumentali	0,1133	0,0684	0,0897	0,2142
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale e familiari diversi (numero normalizzato)	4.840,7602	6.727,5968	6.625,6266	13.439,8406
Soci e associati in partecipazione (numero normalizzato)	4.840,7602	6.727,5968	6.625,6266	13.439,8406
Costo del venduto "Quota fino a 90 mila euro"	0,0992	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 220 mila euro"	-	-	0,0599	0,1098
Costo del venduto "Quota fino a 1 milione e 950 mila euro"	-	-	-	-
Totali mq dei locali destinati a magazzino e/o deposito	38,0047	13,4863	22,1470	-

- 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.

- La variabile elevata al quadrato è divisa per 10^8 .

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

TM10U

CORRETTIVI TERRITORIALI	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8	CLUSTER 9
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto <i>Gruppo 1 della territorialità del commercio a livello comunale – Aree con livelli di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale</i>	-0,0514	-0,0219	-0,0171	-
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto <i>Gruppo 2 della territorialità del commercio a livello comunale – Aree con elevata dotazione di servizi commerciali specialmente tradizionali; livello di benessere medio</i>	-	-	-	-
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto <i>Gruppo 3 della territorialità del commercio a livello comunale – 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 a livello comunale – Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale</i>	-0,0514	-0,0219	-0,0171	-
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto <i>Gruppo 5 della territorialità del commercio a livello comunale – 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 12.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

QUADRO B DEL MODELLO ALLEGATO ALLA DICHIARAZIONE:

- Locali per la vendita e l'esposizione interna della merce (Mq)
- Locali destinati a magazzino (Mq)
- Locali destinati a magazzini e/o deposito delle strutture non annesse all'unità locale destinata all'attività di vendita (Mq)

QUADRO D DEL MODELLO ALLEGATO ALLA DICHIARAZIONE:

- Prodotti merceologici venduti: Motocicli, ciclomotori, biciclette (sia nuovi che usati)
- Tipologia di vendita: Vendita al banco
- Modalità di vendita: Vendita all'ingrosso ad utilizzatori professionali
- Modalità di vendita: Vendita all'ingrosso ad altre strutture distributive
- Altri dati: Referenze in assortimento
- Altri dati: Scaffali del magazzino (lunghezza complessiva)
- Modalità di acquisto: Acquisto dalle ditte produttrici di veicoli
- Altri dati sulle vendite: Vendite con emissione di fattura.