

ALLEGATO 10

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

EVOLUZIONE

STUDIO DI SETTORE TM40B

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 SM40B.

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

- 52.62.A – Commercio al dettaglio ambulante a posteggio fisso di fiori, piante e sementi;
- 52.63.A – Commercio al dettaglio ambulante itinerante di fiori, piante e sementi.

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 2004.

I contribuenti interessati sono risultati pari a 2.783.

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 234 posizioni.

I principali motivi di scarto sono stati:

- ricavi dichiarati maggiori di 5.164.569 euro;
- quadro B (luoghi destinati all'attività di vendita) non compilato;
- quadro D (elementi specifici dell'attività) non compilato;
- quadro F (elementi contabili) non compilato;
- presenza di attività secondarie con un'incidenza sui ricavi complessivi superiore al 20%;
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia della clientela (quadro D);
- errata compilazione delle percentuali relative alla modalità di acquisto (quadro D);
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia dell'offerta (quadro Z);
- 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 2.549.

IDENTIFICAZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

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

- una tecnica basata su un approccio di tipo multivariato, che si è configurata come un'analisi fattoriale del tipo *Analyse des données* e nella fattispecie come un'*Analisi in Componenti Principali*¹;
- un procedimento di *Cluster Analysis*².

L'utilizzo combinato delle due tecniche è preferibile rispetto a un'applicazione diretta delle tecniche di clustering.

In effetti, tanto maggiore è il numero di variabili su cui effettuare il procedimento di classificazione, tanto più complessa e meno precisa risulta l'operazione di clustering.

Per limitare l'impatto di tale problematica, la classificazione dei contribuenti è stata effettuata a partire dai risultati dell'analisi fattoriale, basandosi quindi su un numero ridotto di variabili (i fattori) che consentono, comunque, di mantenere il massimo delle informazioni originarie.

In un procedimento di clustering di tipo multidimensionale, quale quello adottato, l'omogeneità dei gruppi deve essere interpretata, non tanto in rapporto alle caratteristiche delle singole variabili, quanto in funzione delle principali interrelazioni esistenti tra le variabili esaminate che contraddistinguono il gruppo stesso e che concorrono a definirne il profilo.

Le variabili prese in esame nell'Analisi in Componenti Principali sono quelle presenti in tutti i quadri ad eccezione delle variabili del quadro degli elementi contabili. Tale scelta nasce dall'esigenza di caratterizzare le imprese in base ai possibili modelli organizzativi, ai diversi prodotti merceologici venduti e servizi prestati, 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 otto gruppi omogenei di imprese.

DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

L'analisi svolta per il settore in esame ha evidenziato una specializzazione delle attività per modalità organizzativa dell'impresa piuttosto che per localizzazione o dimensione.

I fattori che caratterizzano principalmente le realtà oggetto di analisi sono:

- tipologia del punto vendita;
- localizzazione;
- modalità di vendita;
- dimensione.

Il fattore **tipologia del punto vendita** ha permesso di identificare quelle aziende che utilizzano il chiosco (cluster 5 e 6) per l'esercizio della loro attività.

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.

La **localizzazione** ha consentito di contraddistinguere quei soggetti che sono ubicati in prossimità dei cimiteri (cluster 2 e 5) piuttosto che in mercati rionali (cluster 3 e 7) da quelli che operano autonomamente (cluster 1, 4, 6 e 8).

Il fattore **modalità di vendita** ha concesso di differenziare gli ambulanti a posteggio fisso (cluster 2, 3, 4 e 8) dagli itineranti (cluster 1 e 7).

La **dimensione** ha permesso di evidenziare quelle aziende che presentano una struttura più articolata rispetto alle altre (cluster 4).

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

CLUSTER 1 - AMBULANTI ITINERANTI DI FIORI, PIANTE E SEMENTI

NUMEROSITÀ: 380

Per le aziende appartenenti al presente cluster l'87% dei ricavi deriva dalla vendita ambulante a posteggio mobile.

Le superfici destinate allo svolgimento dell'attività sono pressoché assenti, nel 22% dei casi sono presenti 36 mq destinati a deposito e/o magazzino.

La quasi totalità è rappresentata da ditte individuali (il 99% dei soggetti), con una struttura composta quasi esclusivamente da un solo addetto.

Il mix di offerta, piuttosto diversificato, è costituito prevalentemente da: fiori freschi recisi (39%), piante da interno e da terrazzo (nel 36% il 33% dei ricavi), piante e fiori secchi/artificiali (nel 17% il 30% dei ricavi), sementi e bulbi (nel 14% il 30% dei ricavi) e composizioni di fiori freschi (nel 15% dei casi il 19% dei ricavi).

La clientela è rappresentata in larga parte dai privati (94% dei ricavi).

Gli approvvigionamenti sono effettuati perlopiù presso commercianti all'ingrosso (69% degli acquisti) e nel 41% dei casi presso imprese produttrici (60%).

CLUSTER 2 - AMBULANTI A POSTEGGIO FISSO LOCALIZZATI IN PROSSIMITÀ DI CIMITERI

NUMEROSITÀ: 163

Gli ambulanti appartenenti a questo cluster si caratterizzano per la localizzazione in prossimità dei cimiteri (100% dei soggetti) e per la tipologia di attività prevalente che è la vendita al dettaglio ambulante a posteggio fisso (95% dei ricavi), svolta su un numero complessivo di posteggi pari a 2 per 233 giorni l'anno.

La superficie dei posteggi utilizzati è di 18 mq; inoltre, il 25% dei soggetti si avvale di 45 mq di locali destinati a magazzini e/o depositi.

Le aziende appartenenti al cluster sono per il 96% ditte individuali e per il resto società di persone, con una struttura composta generalmente dal solo titolare. L'offerta è costituita prevalentemente da fiori freschi recisi (81% dei ricavi).

La tipologia di clientela è determinata nella quasi totalità dei casi da privati (99% dei ricavi).

Gli approvvigionamenti privilegiano il canale ingrosso (77% della spesa per acquisti) e nel 48% dei casi le imprese produttrici (45% degli acquisti).

CLUSTER 3 - AMBULANTI A POSTEGGIO FISSO LOCALIZZATI IN MERCATI RIONALI

NUMEROSITÀ: 558

La totalità dei soggetti appartenenti al cluster esercita l'attività nei mercati rionali. Il 94% dei ricavi proviene dalla vendita ambulante a posteggio fisso svolta per 212 giorni l'anno, su un numero complessivo di posteggi pari a 4.

La superficie dei posteggi utilizzati è di 26 mq; inoltre, il 45% dei soggetti si avvale di 42 mq di locali destinati a magazzini e/o depositi.

La forma giuridica prevalente è la ditta individuale (95%) con una struttura composta generalmente da un solo addetto.

Il mix di offerta, piuttosto limitato, è costituito in larga parte da fiori freschi recisi (36% dei ricavi), da piante da interno e da terrazzo (21%), da sementi e bulbi (nel 39% il 28% dei ricavi), da piante e fiori secchi/artificiali (nel 40% il 23% dei ricavi) e da alberi, arbusti e piante da esterno (nel 31% dei casi il 22% dei ricavi).

La tipologia di clientela è rappresentata quasi esclusivamente da privati (98% dei ricavi).

I principali canali di approvvigionamento sono rappresentati dai commercianti all'ingrosso (70% degli acquisti) e dalle imprese di produzione (28%).

CLUSTER 4 - AMBULANTI A POSTEGGIO FISSO DI PIÙ GRANDI DIMENSIONI

NUMEROSITÀ: 211

Questo cluster comprende quei soggetti caratterizzati dalle più grandi dimensioni della struttura e dalla vendita ambulante a posteggio fisso (95% dei ricavi) svolta, per 238 giorni l'anno, su un numero complessivo di posteggi pari a 4. Le superfici utilizzate per l'esercizio dell'attività sono pari a 41 mq di posteggi e a 89 mq di locali destinati a magazzini e/o depositi.

La forma giuridica più diffusa è quella della ditta individuale (89% dei casi, mentre per la restante si tratta di società) e il personale impiegato è pari a 2 addetti, di cui 1 dipendente nel 23% dei casi.

L'offerta è costituita in larga parte da fiori freschi recisi (29% dei ricavi), da piante da interno e da terrazzo (21% dei ricavi), da alberi, arbusti e piante da esterno (nel 42% dei casi il 30% dei ricavi), da sementi e bulbi (nel 47% il 26% dei ricavi) e da piante e fiori secchi/artificiali (nel 48% il 15% dei ricavi).

Gli approvvigionamenti vengono effettuati principalmente presso commercianti all'ingrosso (63% degli acquisti) e imprese produttrici (35%).

La tipologia di clientela è rappresentata in larga parte da privati (95% dei ricavi), inoltre è interessante notare che in questo cluster il 15% dei ricavi per il 27% dei soggetti deriva da società, imprese e comunità.

Coerentemente con la più grande dimensione della struttura anche le spese sostenute per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche sono maggiori rispetto agli altri cluster (circa 2.000 euro).

CLUSTER 5 - AMBULANTI ORGANIZZATI IN CHIOSCO E LOCALIZZATI IN PROSSIMITÀ DI CIMITERI

NUMEROSITÀ: 305

Questo cluster si contraddistingue per la localizzazione in prossimità dei cimiteri e per la tipologia del punto vendita che risulta essere il chiosco per la totalità dei rispondenti. Il 94% dei ricavi deriva dall'attività di vendita ambulante a posteggio fisso, le cui superfici assegnate in concessione sono pari a 21 mq.

Si tratta prevalentemente di ditte individuali (il 94% dei soggetti) con una struttura composta da un solo addetto.

L'offerta è costituita in larga parte da fiori freschi recisi (79% dei ricavi), da piante e fiori secchi/artificiali (5%), da composizioni di fiori freschi (nel 42% dei casi l'11% dei ricavi) e da piante da interno e da terrazzo (nel 47% dei casi il 10%).

La tipologia di clientela è costituita per la quasi totalità da privati (97% dei ricavi) e nell'8% dei casi da agenzie di pompe funebri (20% dei ricavi).

Gli acquisti sono effettuati prevalentemente presso commercianti all'ingrosso (81% della spesa per approvvigionamento) e imprese produttrici (18%).

CLUSTER 6 - COMMERCIO AMBULANTE A POSTEGGIO FISSO ORGANIZZATO IN CHIOSCO

NUMEROSITÀ: 341

Questo cluster si contraddistingue per la tipologia del punto vendita che risulta essere il chiosco per la totalità dei rispondenti. Il 95% dei ricavi deriva dall'attività di vendita ambulante a posteggio fisso, svolta per 285 giorni all'anno, su un solo posteggio.

Gli ambulanti appartenenti a questo cluster presentano strutture piuttosto ridotte, infatti le superfici del posteggio assegnate in concessione sono pari a 16 mq e nel 20% dei casi sono presenti locali destinati a magazzino e/o deposito pari a 33 mq.

Si tratta prevalentemente di ditte individuali (il 93%), con una struttura composta nella quasi totalità dei casi da un solo addetto.

L'offerta si articola principalmente in fiori freschi recisi (63% dei ricavi), piante da interno e da terrazzo (16%), composizioni di fiori freschi (9%) e piante e fiori secchi/artificiali (nel 35% dei casi il 12% dei ricavi).

La tipologia di clientela è costituita per la quasi totalità da privati (97% dei ricavi).

Gli acquisti sono effettuati prevalentemente presso commercianti all'ingrosso (84% della spesa per approvvigionamento) e ditte produttrici (15%).

CLUSTER 7 - AMBULANTI ITINERANTI CHE OPERANO PREVALENTEMENTE IN MERCATI RIONALI

NUMEROSITÀ: 172

La totalità dei soggetti appartenenti al cluster esercita l'attività nei mercati rionali. I ricavi derivano prevalentemente dalla vendita ambulante a posteggio mobile (78%).

Le superfici destinate allo svolgimento dell'attività sono di importanza trascurabile, sono presenti locali destinati a magazzino e/o deposito le cui dimensioni sono pari a 39 mq.

La forma giuridica prevalente è la ditta individuale (94%) e la struttura è composta generalmente da un solo addetto.

L'offerta si articola principalmente in fiori freschi recisi (34% dei ricavi), piante da interno e da terrazzo (21%), piante e fiori secchi/artificiali (nel 34% dei casi il 24% dei ricavi), alberi, arbusti e piante da esterno (nel 34% il 24% dei ricavi) e composizioni di fiori freschi (nel 22% dei casi il 14% dei ricavi).

La tipologia di clientela è rappresentata quasi esclusivamente da privati (96% dei ricavi).

Il canale di approvvigionamento è rappresentato principalmente dai commercianti all'ingrosso (66% degli acquisti) e dalle imprese produttrici (31%).

CLUSTER 8 - AMBULANTI A POSTEGGIO FISSO

NUMEROSITÀ: 418

Le aziende appartenenti a questo cluster sono caratterizzate dalla vendita ambulante prevalentemente a posteggio fisso (86% dei ricavi).

L'attività viene svolta nella maggior parte dei casi su 2 posteggi fissi, con una superficie pari a 18 mq, per 190 giorni l'anno. Il 29% dei soggetti possiede locali destinati a magazzini e/o depositi di 28 mq.

Le aziende appartenenti al cluster sono quasi unicamente ditte individuali (il 96% dei soggetti), con una struttura composta generalmente da un solo addetto.

I prodotti commercializzati sono rappresentati principalmente da: fiori freschi recisi (43% dei ricavi), piante da interno e da terrazzo (15% dei ricavi), alberi, arbusti e piante da esterno (6% dei ricavi), composizioni di fiori freschi (nel 23% dei casi il 24% dei ricavi) e piante e fiori secchi/artificiali (nel 25% dei casi il 19%).

Gli approvvigionamenti avvengono in prevalenza presso commercianti all'ingrosso (74% degli acquisti) e imprese produttrici (nel 44% dei casi il 51% degli acquisti).

La tipologia di clientela è costituita quasi esclusivamente da privati (97%).

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;
- *durata media delle scorte* = 365 * (giacenza media⁶ / costo del venduto).

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 alla percentuale di lavoro prestato.

Numero addetti = 1 + numero dipendenti a tempo pieno + numero dipendenti a tempo parziale, assunti con contratto di (ditte individuali) lavoro intermittente, di lavoro ripartito + numero apprendisti + numero assunti con contratto di formazione e lavoro, di inserimento, a termine, lavoratori a domicilio; personale con contratto di fornitura di lavoro temporaneo o di somministrazione del lavoro + 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, assunti con contratto di lavoro (società) intermittente, di lavoro ripartito + numero apprendisti + numero assunti con contratto di formazione e lavoro, di inserimento, a termine, lavoratori a domicilio; personale con contratto di fornitura di lavoro temporaneo o di somministrazione del lavoro + 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

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

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

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

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

- fino al 15° ventile, per i cluster 1, 3 e 8;
- fino al 16° ventile, per i cluster 2, 4, 5 e 7;
- fino al 17° 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”⁷, “territorialità del commercio a livello provinciale”⁷, “territorialità del commercio a livello regionale”⁷ 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 10.A vengono riportate le variabili ed i rispettivi coefficienti della “funzione di ricavo”.

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

⁷ 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 Discriminante⁸;
- la stima del ricavo di riferimento.

Nell'allegato 10.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 10.A

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

TM40B

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5
Costo del venduto	1,2856	1,2024	1,2693	1,1611	1,1509
Valore dei beni strumentali al netto del valore dei beni a nolo	0,1543	0,0981	0,1090	0,1151	0,0701
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	1,2398	1,0733	1,3422	1,0015	0,5761
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	1,2398	1,0733	1,3422	0,4897	0,5761
Costo del venduto - quota fino a 14.000 euro	0,3995	-	-	-	-
Costo del venduto - quota fino a 16.000 euro	-	-	-	-	-
Costo del venduto - quota fino a 17.000 euro	-	-	-	-	-
Costo del venduto - quota fino a 20.000 euro	-	0,4219	-	-	-
Costo del venduto - quota fino a 22.000 euro	-	-	0,3607	-	-
Costo del venduto - quota fino a 25.000 euro	-	-	-	-	0,3577
Costo del venduto - quota fino a 43.000 euro	-	-	-	0,3343	-
Soci e associati in partecipazione (numero normalizzato)	-	3.634,2514	-	1.926,6809	5.192,2699
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale e familiari diversi che prestano attività nell'impresa (numero normalizzato)	-	3.634,2514	-	1.926,6809	5.192,2699
Costo del venduto relativo ai "Fiori freschi recisi"	-	-	-	-	0,1440

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

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>	-	-	-	0,1235	0,0689
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>	-	-	-	0,1235	0,0689

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

TM40B

VARIABILI	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8
Costo del venduto	1,3343	1,2297	1,3026
Valore dei beni strumentali al netto del valore dei beni a nolo	0,0827	0,1433	0,0996
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	1,0531	0,8892	1,3766
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	0,7576	1,6659	1,3766
Costo del venduto - quota fino a 14.000 euro	-	-	-
Costo del venduto - quota fino a 16.000 euro	-	-	0,4410
Costo del venduto - quota fino a 17.000 euro	0,4971	-	-
Costo del venduto - quota fino a 20.000 euro	-	-	-
Costo del venduto - quota fino a 22.000 euro	-	-	-
Costo del venduto - quota fino a 25.000 euro	-	0,3831	-
Costo del venduto - quota fino a 43.000 euro	-	-	-
Soci e associati in partecipazione (numero normalizzato)	4.493,9408	-	-
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale e familiari diversi che prestano attività nell'impresa (numero normalizzato)	4.493,9408	-	-
Costo del venduto relativo ai "Fiori freschi recisi"	-	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

CORRETTIVI TERRITORIALI	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8
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 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 10.B

VARIABILI DELL'ANALISI DISCRIMINANTE

QUADRO A:

- Numero giornate retribuite per i dipendenti a tempo pieno
- Numero giornate retribuite per i dipendenti a tempo parziale, assunti con contratto di lavoro intermittente, di lavoro ripartito
- Numero giornate retribuite per gli apprendisti
- Numero giornate retribuite per gli assunti con contratto di formazione e lavoro, di inserimento, a termine, lavoratori a domicilio; personale con contratto di fornitura di lavoro temporaneo o di somministrazione di lavoro
- Numero di collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa
- Percentuale di lavoro prestato dai collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale
- Percentuale di lavoro prestato dai familiari diversi da quelli di cui al rigo precedente che prestano attività nell'impresa
- Percentuale di lavoro prestato dagli associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa
- Percentuale di lavoro prestato dagli associati in partecipazione diversi da quelli di cui al rigo precedente
- Percentuale di lavoro prestato dai soci con occupazione prevalente nell'impresa
- Percentuale di lavoro prestato dai soci diversi da quelli di cui al rigo precedente
- Numero di amministratori non soci

QUADRO B:

- Luoghi destinati all'attività di vendita: Superficie del posteggio assegnato in concessione - Mq
- Luoghi destinati all'attività di vendita: Giorni di esercizio dell'attività nell'anno
- Luoghi destinati all'attività di vendita: Localizzazione (1 = autonoma; 2 = in mercato rionale)
- 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:

- Tipologia del punto vendita: Chiosco
- Modalità di vendita: Ricavi derivanti dalla vendita ambulante a posteggio fisso - %
- Modalità di vendita: Ricavi derivanti dalla vendita ambulante a posteggio mobile - %
- Altri dati: Locali destinati a magazzino e/o deposito - Mq
- Altri dati: Spese sostenute per l'occupazione di spazi ed aree pubbliche (TOSAP, canone di concessione, canone ricognitorio)
- Altri dati: Ubicazione in prossimità di cimiteri

QUADRO Z:

- Tipologia dell'offerta: Fiori freschi recisi - %.