

ALLEGATO 15

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

STUDIO DI SETTORE UM05U

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 e le variazioni di mercato all'interno del settore economico.

Di seguito vengono esposti i criteri seguiti per la costruzione dello Studio di Settore UM05U, evoluzione dello studio TM05U.

Oggetto dello studio sono le attività economiche rispondenti ai codici ATECO 2007:

- 47.71.10 - Commercio al dettaglio di confezioni per adulti;
- 47.71.20 - Commercio al dettaglio di confezioni per bambini e neonati;
- 47.71.30 - Commercio al dettaglio di biancheria personale, maglieria, camicie;
- 47.71.50 - Commercio al dettaglio di cappelli, ombrelli, guanti e cravatte;
- 47.72.10 - Commercio al dettaglio di calzature e accessori;
- 47.72.20 - Commercio al dettaglio di articoli di pelletteria e da viaggio.

La finalità perseguita è di determinare un "ricavo potenziale" attribuibile ai contribuenti cui si applica lo Studio di Settore tenendo conto non solo di variabili contabili, ma anche di variabili strutturali in grado di influenzare il risultato dell'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 il modello TM05U per la comunicazione dei dati rilevanti ai fini dell'applicazione degli Studi di Settore per il periodo d'imposta 2005 trasmesso dai contribuenti unitamente al modello UNICO 2006.

I contribuenti interessati sono risultati pari a 84.446.

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, l'esclusione di 866 posizioni.

I principali motivi di esclusione sono stati:

- ricavi dichiarati maggiori di 5.164.569 euro;
- quadro D (elementi specifici dell'attività) non compilato;
- quadro F (elementi contabili) non compilato;
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia dell'offerta di abbigliamento (quadro D);
- errata compilazione delle percentuali relative ai prodotti merceologici venduti (quadro D);
- errata compilazione delle percentuali relative alla modalità di acquisto (quadro D);
- errata compilazione delle percentuali relative alla composizione percentuale, secondo l'anno di acquisto, del valore delle rimanenze finali relative a merci (quadro D);
- 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 83.580.

IDENTIFICAZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Per suddividere 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*;
- un procedimento di *Cluster Analysis*.

L'Analisi in Componenti Principali è una tecnica statistica che permette di ridurre il numero delle variabili originarie pur conservando gran parte dell'informazione iniziale. A tal fine vengono identificate nuove variabili, dette componenti principali, tra loro ortogonali (indipendenti, incorrelate) che spiegano il massimo possibile della varianza iniziale.

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 i soggetti in base ai possibili modelli organizzativi, ai diversi prodotti merceologici 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 un'impresa.

Le nuove variabili risultanti dall'Analisi in Componenti Principali vengono analizzate in termini di significatività sia economica sia statistica, al fine di individuare quelle che colgono i diversi aspetti strutturali delle attività oggetto dello studio.

La Cluster Analysis è una tecnica statistica che, in base ai risultati dell'Analisi in Componenti Principali, permette di identificare gruppi omogenei di imprese (cluster); in tal modo è possibile raggruppare le imprese con caratteristiche strutturali ed organizzative simili (la descrizione dei gruppi omogenei identificati con la Cluster Analysis è riportata nel Sub Allegato 15.A).

L'utilizzo combinato delle due tecniche è preferibile rispetto a un'applicazione diretta delle tecniche di Cluster Analysis, poiché 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.

In un procedimento di clustering 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 e che concorrono a definirne il profilo.

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 allo stesso gruppo. Per determinare tale funzione si è ricorso alla Regressione Multipla.

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.

La stima della "funzione di ricavo" è stata effettuata individuando la relazione tra il ricavo (variabile dipendente) e i dati contabili e strutturali delle imprese (variabili indipendenti).

È opportuno rilevare che prima di definire il modello di regressione è stata effettuata un'analisi sui dati delle imprese per verificare le condizioni di "coerenza 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".

A tal fine sono stati utilizzati degli indicatori di natura economico-contabile specifici delle attività in esame:

- ***Durata delle scorte***;
- ***Ricarico***;
- ***Valore aggiunto per addetto***.

Le formule degli indicatori economico-contabili sono riportate nel Sub Allegato 15.C.

Per ogni gruppo omogeneo è stata calcolata la distribuzione ventile¹ di ciascuno degli indicatori precedentemente definiti. Per gli indicatori “Ricarico” e “Valore aggiunto per addetto” tali distribuzioni sono state costruite sulla base della “territorialità del commercio a livello comunale”² 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.

Per l'indicatore “Durata delle scorte” le distribuzioni ventili sono state costruite sulla base della presenza/assenza del personale dipendente.

In seguito, ai fini della determinazione del campione di riferimento, sono state selezionate le imprese che presentavano valori degli indicatori contemporaneamente all'interno dell'intervallo definito per ciascun indicatore.

Nel Sub Allegato 15.D vengono riportati gli intervalli scelti per la selezione del campione di riferimento.

Così definito il campione 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 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 (outlier), 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 delle possibili differenze di risultati economici legate al luogo di svolgimento dell'attività. In questo contesto, particolare attenzione è stata riservata all'influenza del livello dei canoni degli affitti dei locali commerciali nei diversi comuni.

A tale scopo sono stati utilizzati rispettivamente i risultati dello studio relativo alla “territorialità del commercio a livello comunale” e dello studio “Il livello dei canoni di affitto dei locali commerciali a livello comunale”³.

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 + costo per la produzione di servizi”. 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 + costo per la produzione di servizi”.

Nel Sub Allegato 15.G vengono riportate le variabili ed i rispettivi coefficienti della “funzione di ricavo”.

APPLICAZIONE DELLO STUDIO DI SETTORE

In fase di applicazione dello studio di settore sono previste le seguenti fasi:

- Analisi Discriminante;
- Analisi della Coerenza;
- Analisi della Normalità Economica;
- Analisi della Congruità;

¹ Nella terminologia statistica, si definisce “distribuzione ventile” l'insieme dei valori che suddividono le osservazioni, ordinate per valori crescenti dell'indicatore, in 20 gruppi di uguale numerosità. Il primo ventile è il valore al di sotto del quale si posiziona il primo 5% delle osservazioni; il secondo ventile è il valore al di sotto del quale si posiziona il primo 10% delle osservazioni, e così via.

² I criteri e le conclusioni dello studio sono riportati nell'apposito Decreto Ministeriale.

³ I criteri e le conclusioni dello studio sono riportati nell'apposito Decreto Ministeriale.

- Correttivo Congiunturale.

ANALISI DISCRIMINANTE

L'Analisi Discriminante è una tecnica statistica che consente di associare ogni impresa ad uno o più gruppi omogenei individuati con relativa probabilità di appartenenza (la descrizione dei gruppi omogenei individuati con la Cluster Analysis è riportata nel Sub Allegato 15.A).

Nel Sub Allegato 15.B vengono riportate le variabili strutturali risultate significative nell'Analisi Discriminante.

ANALISI DELLA COERENZA

L'analisi della coerenza permette di valutare l'impresa sulla base di indicatori economico-contabili specifici del settore.

Con tale analisi si valuta il posizionamento di ogni singolo indicatore del soggetto rispetto ad un intervallo, individuato come economicamente coerente, in relazione al gruppo omogeneo di appartenenza.

Gli indicatori utilizzati nell'analisi della coerenza sono i seguenti:

- Durata delle scorte;
- Ricarico;
- Valore aggiunto per addetto;
- Margine operativo lordo per addetto non dipendente;
- Resa delle superfici commerciali rispetto al valore aggiunto.

Ai fini dell'individuazione dell'intervallo di coerenza economica, per gli indicatori "Ricarico", "Valore aggiunto per addetto", "Margine operativo lordo per addetto non dipendente" e "Resa delle superfici commerciali rispetto al valore aggiunto" sono state analizzate le distribuzioni ventiliiche differenziate per gruppo omogeneo e sulla base della "territorialità del commercio a livello comunale"; per l'indicatore "Durata delle scorte" sono state analizzate le distribuzioni ventiliiche differenziate per gruppo omogeneo e sulla base della presenza/assenza del personale dipendente.

In caso di assegnazione a più gruppi omogenei, i valori soglia di coerenza economica vengono ponderati con le relative probabilità di appartenenza. Per gli indicatori "Ricarico", "Valore aggiunto per addetto", "Margine operativo lordo per addetto non dipendente" e "Resa delle superfici commerciali rispetto al valore aggiunto" i valori soglia di coerenza economica vengono ponderati anche sulla base della percentuale di appartenenza alle diverse aree territoriali.

Le formule degli indicatori utilizzati e i relativi valori soglia di coerenza sono riportati, rispettivamente, nel Sub Allegato 15.C e nel Sub Allegato 15.E.

ANALISI DELLA NORMALITÀ ECONOMICA

L'analisi della normalità economica si basa su una particolare metodologia mirata ad individuare la correttezza dei dati dichiarati. A tal fine, per ogni singolo soggetto vengono calcolati indicatori economico-contabili da confrontare ai valori di riferimento che individuano le condizioni di normalità economica in relazione al gruppo omogeneo di appartenenza.

Gli indicatori di normalità economica individuati sono i seguenti:

- Incidenza dei costi di disponibilità dei beni strumentali mobili rispetto al valore storico degli stessi;
- Durata delle scorte;
- Incidenza dei costi residuali di gestione sui ricavi.

Ai fini dell'individuazione dei valori di soglia di normalità economica per tali indicatori sono state analizzate le distribuzioni ventili differenziate per gruppo omogeneo; per l'indicatore "Durata delle scorte" sono state analizzate le distribuzioni ventili anche sulla base della presenza/assenza del personale dipendente.

Per ciascun indicatore, in funzione del posizionamento rispetto ai valori soglia di normalità economica, vengono definiti eventuali maggiori ricavi da aggiungersi al ricavo puntuale di riferimento e al ricavo minimo ammissibile stimati con l'analisi della congruità dello studio di settore.

In caso di assegnazione a più gruppi omogenei, i valori soglia di normalità economica vengono ponderati con le relative probabilità di appartenenza.

Le formule degli indicatori utilizzati e i relativi valori soglia di normalità economica sono riportati, rispettivamente, nel Sub Allegato 15.C e nel Sub Allegato 15.F.

INCIDENZA DEI COSTI DI DISPONIBILITÀ DEI BENI STRUMENTALI MOBILI RISPETTO AL VALORE STORICO DEGLI STESSI

Per ogni contribuente, si determina il valore massimo ammissibile per la variabile "Costi di disponibilità dei beni strumentali mobili" moltiplicando la soglia massima di coerenza dell'indicatore per il "Valore dei beni strumentali mobili"⁴.

Nel caso in cui il valore dichiarato dei "Costi di disponibilità dei beni strumentali mobili" si posiziona al di sopra di detto valore massimo ammissibile, la parte di costi eccedente tale valore costituisce parametro di riferimento per la determinazione dei maggiori ricavi da normalità economica, calcolati moltiplicando tale parte eccedente per il relativo coefficiente (pari a 0,8360).

Tale coefficiente è stato calcolato, per lo specifico settore, come rapporto tra l'ammontare del ricavo puntuale, derivante dall'applicazione delle funzioni di ricavo dello studio di settore alla sola variabile "Valore dei beni strumentali mobili", e l'ammontare dei "Costi di disponibilità dei beni strumentali mobili".

DURATA DELLE SCORTE

In presenza di un valore dell'indicatore "Durata delle scorte" non normale⁵ e di rimanenze finali superiori alle esistenze iniziali viene applicata l'analisi di normalità economica nella gestione del magazzino.

In tale caso, il costo del venduto è aumentato per un importo pari all'incremento non normale del magazzino, calcolato come differenza tra le rimanenze finali e le esistenze iniziali ovvero, nel caso in cui il valore delle esistenze iniziali è inferiore al valore normale di riferimento delle rimanenze finali⁶, come differenza tra le rimanenze finali e tale valore normale di riferimento.

Il nuovo costo del venduto costituisce il parametro di riferimento per la riapplicazione dell'analisi della congruità e per la determinazione dei maggiori ricavi da normalità economica⁷.

INCIDENZA DEI COSTI RESIDUALI DI GESTIONE SUI RICAVI

Per ogni contribuente, si determina il valore massimo ammissibile per la variabile "Costi residuali di gestione" moltiplicando la soglia massima di normalità economica dell'indicatore per i "Ricavi da congruità e da normalità".

Nel caso in cui il valore dichiarato dei "Costi residuali di gestione" si posiziona al di sopra di detto valore massimo ammissibile, la parte di costi eccedente tale valore costituisce parametro di riferimento per la determinazione dei maggiori ricavi da normalità economica, calcolati moltiplicando tale parte eccedente per il relativo coefficiente.

⁴ La variabile viene normalizzata all'anno in base al numero dei mesi di attività nel corso del periodo d'imposta.

⁵ L'indicatore "Durata delle scorte" risulta non normale quando è superiore alla soglia massima di normalità economica, negativo oppure non calcolabile.

⁶ Il valore normale di riferimento delle rimanenze finali è pari a:

$$[2 \times \text{soglia_massima} \times (\text{Esistenze iniziali} + \text{Costi acquisto materie prime} + \text{Costo per la produzione di servizi}) - (\text{Esistenze iniziali} \times 365)]$$

$$(2 \times \text{soglia_massima} + 365)$$

⁷ I maggiori ricavi da normalità economica correlati a tale indicatore sono calcolati come differenza tra il ricavo puntuale di riferimento, derivante dalla riapplicazione dell'analisi della congruità con il nuovo costo del venduto, e il ricavo puntuale di riferimento di partenza, calcolato sulla base dei dati dichiarati dal contribuente.

Tale coefficiente è stato calcolato, distintamente per gruppo omogeneo (cluster), come rapporto tra l'ammontare del ricavo puntuale, derivante dall'applicazione delle funzioni di ricavo dello studio di settore alle sole variabili contabili di costo, e l'ammontare delle stesse variabili contabili di costo (vedi tabella 1).

In caso di assegnazione a più gruppi omogenei, il coefficiente viene ponderato sulla base delle relative probabilità di appartenenza.

Tabella 1 – Coefficienti di determinazione dei maggiori ricavi da applicarsi ai costi residuali di gestione

CLUSTER	Coefficiente
1	1,2021
2	1,2606
3	1,1538
4	1,3297
5	1,1630
6	1,2731
7	1,2945
8	1,3454
9	1,4201
10	1,1417
11	1,2733
12	1,1790
13	1,2249
14	1,1947
15	1,1500
16	1,2442
17	1,2601
18	1,2248
19	1,2800
20	1,2662
21	1,2382
22	1,1830
23	1,1741
24	1,2004
25	1,1830
26	1,3503
27	1,2654
28	1,2654
29	1,2852
30	1,2093
31	1,1674
32	1,2823
33	1,3649
34	1,3090
35	1,3042
36	1,2565
37	1,1805

ANALISI DELLA CONGRUITÀ

Per ogni gruppo omogeneo vengono calcolati il ricavo puntuale, come somma dei prodotti fra i coefficienti del gruppo stesso e le variabili dell'impresa, e il ricavo minimo, determinato sulla base dell'intervallo di confidenza al livello del 99,99%⁸.

La media, ponderata con le relative probabilità di appartenenza, dei ricavi puntuali di ogni gruppo omogeneo costituisce il "ricavo puntuale di riferimento" dell'impresa.

La media, ponderata con le relative probabilità di appartenenza, dei ricavi minimi di ogni gruppo omogeneo costituisce il "ricavo minimo ammissibile" dell'impresa.

Al ricavo puntuale di riferimento e al ricavo minimo ammissibile stimati con l'analisi della congruità vengono aggiunti gli eventuali maggiori ricavi derivanti dall'applicazione dell'analisi della normalità economica.

Nel Sub Allegato 15.G vengono riportate le variabili ed i rispettivi coefficienti delle "funzioni di ricavo".

CORRETTIVO CONGIUNTURALE

Per lo Studio di Settore UM05U è prevista l'applicazione di un correttivo congiunturale che tiene conto di situazioni di difficoltà economica delle imprese del settore.

Tale correttivo viene applicato ai soggetti che, a fronte di una riduzione dei ricavi, presentano delle rigidità nella gestione dei fattori produttivi tali da determinare una sovrastima dei ricavi derivanti dall'applicazione degli studi di settore.

Il correttivo viene applicato sulla base di un coefficiente congiunturale che è stato definito a livello di singolo cluster analizzando, per i soggetti che presentano una riduzione dei ricavi nel quinquennio 2001-2005, l'andamento del ricavo puntuale di riferimento e del ricavo dichiarato (vedi tabella 2).

Il ricavo puntuale di riferimento e il ricavo minimo ammissibile, derivanti dall'applicazione dell'analisi della congruità e della normalità economica, vengono ponderati per il correttivo congiunturale⁹.

Possono accedere al correttivo i soggetti non congrui ed in linea con gli indicatori di normalità, che hanno registrato una contrazione dei ricavi rispetto alla media dei tre anni precedenti.

⁸ Nella terminologia statistica, per "intervallo di confidenza" si intende un intervallo, posizionato intorno al ricavo puntuale e delimitato da due estremi (uno inferiore e l'altro superiore), che include con un livello di probabilità prefissato il valore dell'effettivo ricavo del contribuente. Il limite inferiore dell'intervallo di confidenza costituisce il ricavo minimo.

⁹ Il correttivo congiunturale è pari a:

$$1 - \frac{[(\text{Tasso di variazione dei ricavi} * \text{Coefficiente congiunturale})]}{(1 + \text{Tasso di variazione dei ricavi} + \text{Tasso di variazione dei ricavi} * \text{Coefficiente congiunturale})}$$

dove il Tasso di variazione dei ricavi è pari a:

$$\frac{[(\text{Ricavi dichiarati dell'anno di applicazione (t) - Media dei ricavi dichiarati nei tre anni precedenti (t-3, t-2 e t-1))]}{\text{Media dei ricavi dichiarati nei tre anni precedenti (t-3, t-2 e t-1)}}$$

Il valore del Coefficiente congiunturale viene ponderato in base alla probabilità di appartenenza ai cluster.

**Tabella 2 - Coefficienti
congiunturali**

CLUSTER	Coefficiente
1	-0,3082
2	-0,2903
3	-0,3082
4	-0,3121
5	-0,3082
6	-0,3149
7	-0,3432
8	-0,3412
9	-0,3412
10	-0,3082
11	-0,3306
12	-0,1726
13	-0,1737
14	-0,3082
15	-0,1783
16	-0,1961
17	-0,5492
18	-0,1737
19	-0,3262
20	-0,3774
21	-0,1737
22	-0,1783
23	-0,1737
24	-0,3082
25	-0,3082
26	-0,4723
27	-0,2903
28	-0,1737
29	-0,3912
30	-0,3082
31	-0,3082
32	-0,4816
33	-0,1961
34	-0,2659
35	-0,2190
36	-0,2903
37	-0,3082

SUB ALLEGATI

SUB ALLEGATO 15.A - DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

I fattori che caratterizzano maggiormente il settore in esame e che hanno contribuito alla definizione dei modelli di business sono i seguenti:

- presenza di più punti vendita;
- tipologia di prodotti venduti;
- dimensione;
- modalità organizzativa;
- stagionalità dell'attività;
- modalità di approvvigionamento;
- fascia qualitativa dell'offerta;
- tipologia dell'offerta di abbigliamento.

Con il primo fattore è stato possibile distinguere le aziende che svolgono la propria attività in **un solo punto** vendita da quelle che presentano **più negozi** (cluster 1, 3, 5, 10, 14, 23, 24, 25, 30, 31 e 37).

La tipologia di prodotti venduti ha permesso di differenziare le imprese specializzate nell'abbigliamento (ad esempio il cluster 4), nelle calzature (cluster 2, 3, 5, 8, 27 e 36) e nella pelletteria, accessori e/o valigeria (cluster 14, 26 e 29), da quelle che presentano un assortimento misto di abbigliamento e calzature (cluster 15 e 31).

Il fattore dimensionale ha consentito di individuare, nell'ambito delle imprese che operano con un solo punto vendita, quelle di più grandi dimensioni (cluster 12 e 15); nell'ambito invece delle imprese che operano con più negozi sono state distinte le imprese più grandi (cluster 3 e 10), da quelle medie (cluster 25) e piccole (cluster 5 e 30).

Sulla base della **modalità organizzativa** è stato possibile distinguere le imprese in franchising o aderenti ad altre forme di affiliazione commerciale (cluster 13, 18, 21, 23 e 28).

Il carattere **stagionale dell'attività** ha consentito di raggruppare quei soggetti che esercitano la propria attività solo per alcuni periodi dell'anno, generalmente inferiori a 6 mesi (cluster 8 e 9).

La modalità di approvvigionamento ha permesso di cogliere le imprese operanti in franchising/affiliate che acquistano prevalentemente da gruppi di acquisto, unioni volontarie, consorzi, cooperative e affiliante (cluster 18).

In base alla **fascia qualitativa** dell'offerta le imprese che presentano un assortimento di fascia fine/lusso (cluster 22 e 29) sono state distinte da quelle che vendono prodotti di fascia media e/o economica (cluster 26).

La tipologia dell'offerta di abbigliamento ha permesso di identificare quelle realtà che presentano una specializzazione marcata nel genere sportivo-casual (cluster 7).

Di seguito vengono descritti i cluster emersi dall'analisi.

Salvo segnalazione diversa, i cluster sono stati rappresentati attraverso il riferimento ai valori medi delle variabili principali.

CLUSTER 1 – IMPRESE CHE OPERANO CON PIÙ NEGOZI DI ABBIGLIAMENTO ESTERNO E INTIMO

NUMEROSITÀ: 570

Questo cluster raggruppa le imprese che sono caratterizzate sia dall'operare con più unità locali, sia dal presentare in assortimento prevalentemente abbigliamento esterno e intimo.

L'offerta è rappresentata, infatti, principalmente da abbigliamento esterno per donna (20% dei ricavi) e per uomo (11%), camicie e/o maglie per donna (10%) e per uomo (8%) e intimo e/o abbigliamento mare sia per donna (16%) che per uomo (9%); nella metà circa dei casi sono presenti anche la calzetteria (9% dei ricavi) e l'abbigliamento bambino (15%).

I locali ricoprono complessivamente le seguenti superfici: 180 mq circa di locali destinati alla vendita, 40 mq circa di magazzino e 10 metri lineari di esposizione fronte strada. Il 77% delle imprese svolge l'attività in due negozi, mentre il 17% dei soggetti dispone di 3 punti vendita.

Si tratta sia di ditte individuali (53% dei casi) che di società (31% di persone e 16% di capitali). Le imprese del cluster occupano complessivamente 3 o 4 addetti, di cui 1 o 2 dipendenti.

L'approvvigionamento avviene prevalentemente presso commercianti all'ingrosso (54% degli acquisti) e, in misura più contenuta, tramite intermediari del commercio (59% degli acquisti nel 40% dei casi) e direttamente da produttori (56% nel 38%).

CLUSTER 2 – NEGOZI DI CALZATURE UOMO/DONNA/BAMBINO

NUMEROSITÀ: 4.800

Le imprese del cluster sono specializzate nella vendita di calzature di ogni genere: da donna (42% dei ricavi), da uomo (30%) e da bambino (20%). L'assortimento è completato nel 40% dei casi dalla pelletteria, accessori e/o valigeria (8% dei ricavi).

Il negozio presenta una superficie destinata alla vendita di 70 mq, locali adibiti a magazzino di 30 mq e un'esposizione fronte strada di 4 metri lineari.

Tre quarti dei soggetti sono organizzati sotto forma di ditta individuale in cui è impiegato generalmente il solo titolare.

Gli acquisti avvengono soprattutto presso commercianti all'ingrosso (64% degli acquisti).

CLUSTER 3 – IMPRESE DI PIÙ GRANDI DIMENSIONI CHE OPERANO CON PIÙ NEGOZI DI CALZATURE

NUMEROSITÀ: 246

Il cluster raggruppa le imprese che presentano un assortimento composto prevalentemente da calzature da donna (49% dei ricavi) e da uomo (28%); spesso l'offerta è integrata da calzature per bambino (11% dei ricavi) e da pelletteria, accessori e/o valigeria (8% dei ricavi nel 60% dei casi).

Queste realtà si caratterizzano altresì per le dimensioni rilevanti della struttura e per la presenza di più unità locali.

Le superfici dedicate all'attività comprendono complessivamente 450 mq circa di locali destinati alla vendita, 220 mq circa di magazzino, 15 mq di uffici e 23 metri lineari di esposizione fronte strada.

Il 39% delle imprese svolge l'attività in 2 negozi; il 24% dei soggetti dispone di 3 punti vendita, il 18% di 4 e il 10% di 5.

Si tratta principalmente di società (52% di capitali e 37% di persone) e il numero complessivo di addetti è pari a 8 di cui 7 dipendenti.

Gli approvvigionamenti avvengono in prevalenza direttamente da produttori (64% degli acquisti nel 64% dei casi) e tramite intermediari del commercio (66% nel 49%) e, in misura minore, presso commercianti all'ingrosso (39% nel 57%).

CLUSTER 4 – NEGOZI CHE VENDONO PREVALENTEMENTE INTIMO, CALZETTERIA E MAGLIERIA PER ADULTI

NUMEROSITÀ: 6.439

I punti vendita appartenenti al cluster si caratterizzano per la specializzazione dell'offerta in articoli di abbigliamento intimo e maglieria. L'assortimento comprende, principalmente, intimo e abbigliamento mare donna (18% dei ricavi) e uomo (10%), calzetteria (11%) e camiceria e/o maglieria donna (13%) e uomo (7%); l'offerta è integrata da abbigliamento esterno donna (13% dei ricavi) e bambino (15% dei ricavi nel 60% dei casi).

I negozi sono dotati di locali destinati alla vendita (54 mq), spesso di locali adibiti a magazzino (30 mq circa nel 63% dei casi) e di 4 metri lineari di esposizione fronte strada.

Si tratta quasi esclusivamente di ditte individuali (83% dei casi) gestite dal solo titolare.

La maggior parte degli acquisti viene effettuata presso commercianti all'ingrosso (74% degli acquisti).

CLUSTER 5 – IMPRESE CHE OPERANO CON PIÙ NEGOZI DI CALZATURE

NUMEROSITÀ: 1.058

Il presente cluster raggruppa le imprese che operano con più punti vendita e presentano un assortimento che comprende prevalentemente calzature per donna (52% dei ricavi) e per uomo (30%); nella metà circa dei casi sono presenti anche calzature bambino (20% dei ricavi) e pelletteria, accessori e/o valigeria (7%).

Si tratta di negozi di medio - piccole dimensioni comprendenti nel complesso locali destinati alla vendita di 140 mq circa, locali adibiti a magazzino di 60 mq circa e un'esposizione fronte strada di 10 metri lineari. L'attività è svolta prevalentemente in 2 punti vendita (81% dei casi) e più raramente in 3 (15%).

Nel 59% dei casi si tratta di società. Nel complesso gli addetti presenti sono 3 o 4 di cui 1 o 2 dipendenti.

Gli acquisti avvengono principalmente tramite intermediari del commercio (71% degli acquisti nel 53% dei casi) e, in misura minore, da produttori (59% nel 48%) e presso grossisti (51% nel 63%).

CLUSTER 6 – NEGOZI SPECIALIZZATI IN ABITI DA SPOSA

NUMEROSITÀ: 511

La totalità degli appartenenti al cluster dichiara di vendere prevalentemente abiti da sposa (77% dei ricavi).

A completamento dell'offerta, il 40% circa dei soggetti vende calzature da donna (5% dei ricavi); sempre il 40% circa delle imprese vende abbigliamento esterno donna (17% dei ricavi) e il 35% abbigliamento esterno uomo (16%).

I negozi presentano 90 mq circa di locali dedicati alla vendita, 30 mq circa di magazzino e 6 metri lineari di esposizione fronte strada.

Si tratta nel 60% dei casi di ditte individuali e gli addetti complessivamente occupati sono 2.

Quasi il 50% degli esercizi effettua all'interno servizio di adeguamento e modifica dei capi di abbigliamento disponendo di un laboratorio di 30 mq circa.

L'approvvigionamento avviene soprattutto direttamente dal produttore (71% degli acquisti nel 57% dei casi) o tramite intermediari del commercio (74% nel 45%).

CLUSTER 7 – NEGOZI DI ABBIGLIAMENTO SPORTIVO-CASUAL

NUMEROSITÀ: 9.490

Il presente cluster comprende i negozi caratterizzati dalla specializzazione dell'offerta in abbigliamento informale, casual e jeans (55% dei ricavi) e sportivo (37% dei ricavi nel 51% dei casi).

La gamma dei prodotti offerti si compone di articoli di abbigliamento per adulti, in particolare abbigliamento esterno donna (30% dei ricavi), abbigliamento esterno uomo (23%), camiceria e/o maglieria donna (11%) e uomo (10%); nel 30% circa dei casi è presente l'abbigliamento bambino (15% dei ricavi).

Dal punto di vista strutturale i negozi dispongono di 60 mq per la vendita e di 4 metri lineari per l'esposizione fronte strada. Nel 60% circa dei casi sono presenti altresì 26 mq di magazzino.

Si tratta in prevalenza di ditte individuali (76% delle imprese) in cui opera il solo titolare.

Gli acquisti sono effettuati principalmente tramite grossisti (67% degli acquisti); meno frequenti sono gli acquisti tramite intermediari del commercio (61% degli acquisti nel 32% dei casi) o direttamente da produttori (52% nel 24%).

CLUSTER 8 – NEGOZI DI CALZATURE CON APERTURA STAGIONALE

NUMEROSITÀ: 104

Appartengono al cluster i negozi di calzature uomo, donna e bambino che si caratterizzano per l'apertura stagionale dell'attività, generalmente coincidente con un periodo inferiore a 6 mesi.

Si tratta di negozi dotati di 50 mq di locali per la vendita, 15 mq di magazzino e 5 o 6 metri lineari di esposizione fronte strada.

Le imprese sono organizzate prevalentemente sotto forma di ditta individuale (81% delle imprese) con apporto prevalente di lavoro da parte del titolare. Nel 30% circa dei casi è presente personale dipendente.

Il punto vendita viene rifornito soprattutto tramite acquisti presso grossisti (65% degli acquisti) e, in misura minore, tramite intermediari del commercio (55% degli acquisti nel 44% dei casi) e direttamente da produttori (30% nel 35%).

CLUSTER 9 – NEGOZI DI ABBIGLIAMENTO STAGIONALI

NUMEROSITÀ: 594

Le imprese appartenenti al cluster si caratterizzano per l'apertura stagionale dell'esercizio commerciale, vale a dire per un periodo generalmente inferiore a 6 mesi.

La gamma dei prodotti offerti si compone in prevalenza di abbigliamento esterno donna (27% dei ricavi), esterno uomo (20% dei ricavi nel 45% dei casi), intimo e/o abbigliamento mare donna (34% nel 54%) e uomo (17% nel 44%) e camiceria e/o maglieria donna (21% nel 52%).

Si tratta di negozi con superfici di vendita di 50 mq circa, esposizione fronte strada di 4 metri lineari e, nella metà circa dei casi, con piccoli spazi per il magazzino (17 mq).

Le imprese sono organizzate in proprio principalmente sotto forma di ditta individuale (81% dei casi) e generalmente è l'impegno del titolare che garantisce lo svolgimento dell'attività. Nel 30% dei casi circa è presente personale dipendente.

Le politiche di acquisto prevedono principalmente il ricorso a grossisti (56% degli acquisti); meno frequenti sono gli acquisti tramite intermediari del commercio (62% degli acquisti nel 41% dei casi) e da produttori (57% nel 32%).

CLUSTER 10 – IMPRESE DI GRANDI DIMENSIONI CHE OPERANO CON PIÙ NEGOZI DI ABBIGLIAMENTO

NUMEROSITÀ: 364

Il presente cluster raggruppa le imprese di grandi dimensioni che vendono in prevalenza abbigliamento e operano con più unità locali.

Gli spazi utilizzati per lo svolgimento dell'attività sono di dimensioni superiori alla media del settore e ricoprono complessivamente le seguenti superfici: 700 mq circa di locali destinati alla vendita, 300 mq circa di magazzino, 30 mq di uffici e 30 metri lineari circa di esposizione fronte strada. Il 37% delle imprese svolge l'attività in due negozi, mentre il 25%, il 12% e l'8% dei soggetti dispone rispettivamente di 3, 4 e 5 punti vendita.

Si tratta in larga parte di società (65% di capitali e 26% di persone) che presentano mediamente 13 addetti, di cui 10 dipendenti.

L'offerta è rappresentata principalmente dall'abbigliamento esterno donna (31% dei ricavi) e uomo (21%) e dalle camicie e/o maglie donna (15%) e uomo (10%). Talvolta l'offerta è completata dall'abbigliamento bambino, dall'intimo e/o abbigliamento mare, dalla calzetteria, pelletteria, accessori e/o valigeria e calzature.

Gli acquisti vengono realizzati in prevalenza direttamente da produttori (47% degli acquisti) e, più raramente, tramite intermediari del commercio (62% degli acquisti nel 46% dei casi) e presso commercianti all'ingrosso (47% nel 51%).

CLUSTER 11 – NEGOZI DI ABBIGLIAMENTO PER BAMBINO

NUMEROSITÀ: 5.979

Questo cluster è caratterizzato dalla specializzazione dell'offerta nell'abbigliamento per bambini (90% dei ricavi).

La superficie destinata alla vendita è di 55 mq, gli spazi destinati a magazzino di 20 mq circa e l'esposizione fronte strada di 3 o 4 metri lineari.

Le imprese sono organizzate prevalentemente sotto forma di ditta individuale (73% dei casi) in cui opera il solo titolare.

La maggior parte degli acquisti avviene presso grossisti (67% degli acquisti nel 65% dei casi) e tramite intermediari del commercio (75% nel 47%).

CLUSTER 12 – NEGOZI DI ABBIGLIAMENTO PER ADULTI DI PIÙ GRANDI DIMENSIONI

NUMEROSITÀ: 3.145

Le imprese appartenenti al cluster vendono prevalentemente abbigliamento esterno per adulti. La gamma di prodotti offerti comprende, infatti, abbigliamento esterno donna (29% dei ricavi) e uomo (24%) e articoli di maglieria e/o camiceria donna (12%) e uomo (11%).

Si tratta di punti vendita caratterizzati da dimensioni medio grandi dei locali di vendita (200 mq circa), dei magazzini per il deposito della merce (95 mq) e delle vetrine per l'esposizione fronte strada (10 metri lineari). Nel 48% delle aziende è presente anche un piccolo ufficio (15 mq circa).

La forma giuridica prevalente è quella societaria (45% di persone e 25% di capitali). Gli addetti occupati nell'attività sono 4, di cui 2 dipendenti.

Gli acquisti vengono effettuati prevalentemente tramite intermediari del commercio (68% degli acquisti nel 58% dei casi), direttamente da produttori (59% nel 55%) e presso grossisti (43% nel 63%).

CLUSTER 13 – NEGOZI DI ABBIGLIAMENTO IN FRANCHISING/AFFILIATI CHE ACQUISTANO PREVALENTEMENTE DA PRODUTTORI

NUMEROSITÀ: 951

Le imprese appartenenti a questo cluster vendono prevalentemente abbigliamento e si caratterizzano sia per l'appartenenza a sistemi di affiliazione commerciale (l'81% dei soggetti è in franchising e il 19% affiliato), sia per il canale di approvvigionamento adottato. La maggioranza degli acquisti infatti viene effettuata direttamente da produttori (67% degli acquisti).

L'assortimento è rappresentato prevalentemente da abbigliamento esterno donna (43% dei ricavi) e da camicie e/o maglie donna (17% dei ricavi). Meno presente è l'abbigliamento uomo, sia l'abbigliamento esterno (25% dei ricavi nel 47% dei casi) che le camicie e/o maglie (16% nel 39%).

Per quanto concerne la struttura, i negozi dispongono di 85 mq di locali per la vendita, 30 mq di magazzino e 5 metri lineari di esposizione fronte strada.

Dal punto di vista organizzativo si tratta prevalentemente di società (33% di persone e 29% di capitali). Nell'attività sono impiegati 3 addetti di cui un dipendente.

CLUSTER 14 – IMPRESE CHE OPERANO CON PIÙ NEGOZI DI PELLETTERIA, ACCESSORI E/O VALIGERIA

NUMEROSITÀ: 276

Questo cluster raggruppa le imprese che sono caratterizzate sia dall'operare con più unità locali, sia dalla specializzazione dell'assortimento in pelletteria, accessori e/o valigeria (90% dei ricavi).

I locali ricoprono complessivamente le seguenti superfici: 150 mq circa destinati alla vendita, 55 mq di magazzino e 11 metri lineari di esposizione fronte strada. Il 74% delle imprese svolge l'attività in 2 negozi, mentre il 16% dispone di 3 punti vendita.

Le imprese del cluster sono prevalentemente società (38% di persone e 24% di capitali) e impiegano 4 o 5 addetti, di cui 2 dipendenti.

Le politiche di acquisto sono abbastanza differenziate: gran parte degli acquisti viene effettuata direttamente dai produttori (65% degli acquisti nel 57% dei casi), tramite intermediari del commercio (71% nel 47%) e per il resto da grossisti (51% nel 58%).

CLUSTER 15 – NEGOZI DI GRANDI DIMENSIONI DI ABBIGLIAMENTO E CALZATURE

NUMEROSITÀ: 509

Il presente cluster comprende i negozi caratterizzati da un vasto assortimento, rispondente al completo bisogno di vestirsi della clientela. La gamma proposta si compone di una varietà di articoli di abbigliamento e calzature prevalentemente per adulti, in particolare, abbigliamento esterno donna (24% dei ricavi), abbigliamento esterno uomo (19%), camiceria e/o maglieria donna (9%), camiceria e/o maglieria uomo (8%) e, in misura inferiore, calzature donna (21% dei ricavi nel 44% dei casi) e calzature uomo (15% nel 47%).

Dal punto di vista della struttura, sono presenti superfici di vendita di oltre 600 mq, magazzini di 300 mq, uffici di 35 mq e vetrine per l'esposizione fronte strada di circa 15 metri lineari.

La forma giuridica prevalente è quella societaria (58% società di capitali e 31% di persone); nell'attività sono impiegati 8 addetti, di cui 5 dipendenti.

La maggior parte degli acquisti è realizzata direttamente da produttori (59% di acquisti nel 66% dei casi), tramite intermediari del commercio (63% nel 47%) e da grossisti (43% nel 68%).

CLUSTER 16 – NEGOZI DI CONFEZIONI IN PELLE, ABBIGLIAMENTO PER DONNA E ACCESSORI

NUMEROSITÀ: 601

I punti vendita appartenenti al cluster si caratterizzano per l'offerta di una vasta gamma di articoli tra cui le confezioni in pelle (25% dei ricavi), l'abbigliamento esterno donna (21%), la pelletteria, accessori e/o valigeria (25% dei ricavi nel 51% dei casi) e la camiceria e/o maglieria donna (16% nel 49%).

Dal punto di vista strutturale, tali imprese presentano una superficie di vendita di circa 60 mq, spazi dedicati a magazzino di 20 mq e un'esposizione fronte strada di 4 metri lineari.

Si tratta in prevalenza di ditte individuali (65% dei casi) e, in misura minore, di società (23% di persone e 12% di capitali); nell'attività sono occupati 2 addetti.

Gli acquisti sono effettuati principalmente presso commercianti all'ingrosso (52% degli acquisti) e, secondariamente, tramite intermediari del commercio (59% degli acquisti nel 41% dei casi) e direttamente da produttori (58% nel 40%).

CLUSTER 17 – NEGOZI DI ABBIGLIAMENTO PER DONNA

NUMEROSITÀ: 6.219

I soggetti di questo cluster effettuano la vendita di abbigliamento per donna, in prevalenza abbigliamento esterno (54% dei ricavi), ma anche camiceria e/o maglieria (32%).

La superficie destinata alla vendita occupa circa 50 mq, il magazzino circa 20 mq e l'esposizione fronte strada 4 metri lineari.

Si tratta principalmente di ditte individuali (66% dei casi), in cui opera il solo titolare, e più raramente di società (26% di persone e 8% di capitali) in cui sono presenti 2 o 3 addetti.

Gli approvvigionamenti vengono effettuati in prevalenza tramite intermediari del commercio (70% degli acquisti per il 57% delle imprese) e da grossisti (61% per il 67%).

CLUSTER 18 - NEGOZI DI ABBIGLIAMENTO IN FRANCHISING/AFFILIATI CHE ACQUISTANO PREVALENTEMENTE DA GRUPPI DI ACQUISTO, UNIONI VOLONTARIE, CONSORZI, COOPERATIVE, AFFILIANTE

NUMEROSITÀ: 490

Le imprese appartenenti al cluster si caratterizzano sia per l'adesione a forme di affiliazione commerciale (il 74% dei soggetti è in franchising e il 26% sono affiliati) sia per la modalità di acquisto quasi esclusivamente da gruppi di acquisto, unioni volontarie, consorzi, cooperative, affiliante (98% degli acquisti).

L'offerta si compone principalmente di abbigliamento esterno per donna (38% dei ricavi), camicie e/o maglie donna (25% dei ricavi nel 57% dei casi), abbigliamento esterno uomo (24% nel 42%) e camicie e/o maglie uomo (21% nel 40%). Alcune imprese presentano in assortimento pelletteria, accessori e/o valigeria (20% dei ricavi nel 35% dei casi) e calzature sia per donna (21% nel 31%) che per uomo (16% nel 24%).

Le superfici del punto vendita comprendono circa 90 mq di locali per la vendita, 30 mq circa di magazzino e 5 metri lineari di esposizione fronte strada.

Dal punto di vista organizzativo, le imprese occupano 2 o 3 addetti e sono equamente ripartite tra società (31% di persone e 20% di capitali) e ditte individuali (49%). Nel 59% dei casi è presente personale dipendente.

CLUSTER 19 – NEGOZI CHE VENDONO PREVALENTEMENTE MAGLIE E/O CAMICIE PER ADULTI

NUMEROSITÀ: 3.579

Il presente cluster si caratterizza per la specializzazione merceologica dell'offerta in camiceria e/o maglieria principalmente per donna (50% dei ricavi), ma anche per uomo (23% dei ricavi nel 55% dei casi).

Dal punto di vista della struttura, le aziende hanno una superficie di vendita di circa 50 mq, il magazzino di 20 mq circa e le vetrine per l'esposizione fronte strada hanno un'estensione di 4 metri lineari.

La forma giuridica prevalente è la ditta individuale (71% dei casi) in cui opera il solo titolare; nel 29% dei casi si tratta di società in cui sono presenti 2 o 3 addetti.

Gli acquisti sono effettuati prevalentemente presso commercianti all'ingrosso (58% degli acquisti) e, in misura inferiore, tramite intermediari del commercio (61% degli acquisti nel 41% dei casi) e direttamente da produttori (56% nel 29%).

CLUSTER 20 – NEGOZI DI ABBIGLIAMENTO PER UOMO

NUMEROSITÀ: 4.235

Le imprese appartenenti al cluster presentano un assortimento composto prevalentemente da abbigliamento per uomo, sia abbigliamento esterno (53% dei ricavi) che camiceria e/o maglieria (29%); nel 57% dei casi sono presenti anche le cravatte (5% dei ricavi).

Si tratta di negozi di dimensioni contenute: circa 60 mq per la superficie di vendita, 20 mq per il magazzino e 4 metri lineari di esposizione fronte strada.

Le imprese del cluster, soprattutto ditte individuali (62% dei casi), occupano 2 addetti.

Gli acquisti sono effettuati prevalentemente tramite intermediari del commercio (77% degli acquisti nel 52% dei casi) e grossisti (61% nel 58%), ma anche direttamente da produttori (62% nel 39%).

CLUSTER 21 – NEGOZI IN FRANCHISING/AFFILIATI CHE VENDONO PREVALENTEMENTE ABBIGLIAMENTO PER BAMBINO

NUMEROSITÀ: 254

Le imprese del cluster si caratterizzano sia per l'appartenenza a sistemi di affiliazione commerciale (79% in franchising e 21% affiliati), sia per l'assortimento composto prevalentemente da abbigliamento per bambini (92% dei ricavi).

La superficie di vendita è di 75 mq, i magazzini di 20 mq circa e le vetrine con esposizione fronte strada di 4 metri lineari.

Le imprese sono sia ditte individuali (59% dei casi) sia società (31% di persone e 10% di capitali). Il personale è rappresentato da 2 addetti; nel 53% dei casi è presente 1 dipendente.

Gli acquisti avvengono quasi esclusivamente da gruppi di acquisto, unioni volontarie, consorzi, cooperative, affiliante (97%).

CLUSTER 22 – NEGOZI DI ABBIGLIAMENTO DI FASCIA FINE/LUSSO

NUMEROSITÀ: 1.085

I punti vendita del presente cluster appartengono al canale distributivo delle boutique e si caratterizzano per l'elevata qualità dell'offerta (lusso nel 100% dei casi e fine nel 70%).

I negozi in questione presentano una gamma abbastanza ampia, comprendente in prevalenza capi per donna: abbigliamento esterno (45% dei ricavi nel 58% dei casi), camiceria e/o maglieria (19% nel 46%) e intimo e/o abbigliamento mare (30% nel 29%). Il 37% delle imprese vende calzature per donna (26% dei ricavi) e un terzo circa abbigliamento esterno uomo (30% dei ricavi) e camiceria e/o maglieria uomo (18%).

Il 13% dei negozi fornisce alla clientela servizi di adeguamento e modifica dei capi di abbigliamento e l'11% fornisce gli stessi servizi ma affidandoli a terzi.

Dal punto di vista strutturale, i locali per la vendita sono di 85 mq, i magazzini di circa 30 mq e le vetrine con esposizione fronte strada di 6 metri lineari.

Le imprese sono sia società (28% di persone e 22% di capitali), sia ditte individuali (50% dei casi) e hanno un numero di addetti pari a 3. Nel 54% dei casi sono presenti 2 dipendenti.

In linea con la qualità dell'offerta gli acquisti sono effettuati principalmente tramite gli intermediari del commercio (76% degli acquisti nel 57% dei casi) o direttamente dalle aziende produttrici (71% nel 52%).

CLUSTER 23 – IMPRESE CHE OPERANO CON PIÙ NEGOZI DI ABBIGLIAMENTO IN FRANCHISING

NUMEROSITÀ: 375

Questo cluster raggruppa le imprese caratterizzate sia dall'adesione a forme di affiliazione commerciale (in franchising/affiliati) sia dall'operare con più unità locali. Tali imprese, che vendono prevalentemente abbigliamento, ricoprono complessivamente le seguenti superfici: 270 mq di locali destinati alla vendita, circa 80 mq di magazzino e 17 metri lineari di esposizione fronte strada. Il 53% delle imprese svolge l'attività in 2 negozi mentre il 22% e il 14% dei soggetti dispone rispettivamente di 3 e 4 punti vendita.

L'offerta è rappresentata principalmente da abbigliamento esterno donna (43% dei ricavi), camicie e/o maglie donna (23%), abbigliamento esterno uomo (16% dei ricavi nel 56% dei casi) e camicie e/o maglie uomo (12% nel 51%); a volte sono presenti anche l'abbigliamento bambino, la pelletteria, accessori e/o valigeria e le calzature donna.

La forma giuridica prevalente è quella societaria (49% di capitali e 31% di persone); all'attività dell'impresa partecipano 6 o 7 addetti, di cui 4 dipendenti.

Le modalità di acquisto principali sono quello diretto da produttori (59% degli acquisti) e il ricorso a intermediari del commercio (70% degli acquisti nel 26% dei casi).

CLUSTER 24 – IMPRESE CHE OPERANO CON PIÙ NEGOZI DI INTIMO

NUMEROSITÀ: 418

Il presente cluster raggruppa le imprese specializzate nella vendita di intimo e/o abbigliamento mare donna (59% dei ricavi) e uomo (23%) e calzetteria (9%) che operano con più punti vendita (2 nel 72% dei casi e 3 nel 17%).

I locali ricoprono globalmente le seguenti superfici: circa 140 mq di locali destinati alla vendita, circa 40 mq di magazzino e 9 metri lineari di esposizione fronte strada.

Dal punto di vista della forma giuridica si tratta sia di società (33% di persone e 21% di capitali), sia di ditte individuali (46% dei casi). La struttura è composta da 4 o 5 addetti, di cui 2 o 3 dipendenti.

Gli acquisti vengono effettuati direttamente da produttori (81% degli acquisti nel 54% dei casi), da grossisti (56% nel 49%) e tramite intermediari del commercio (71% nel 38%).

CLUSTER 25 – IMPRESE DI MEDIE DIMENSIONI CHE OPERANO CON PIÙ NEGOZI DI ABBIGLIAMENTO

NUMEROSITÀ: 1.498

Il presente cluster accoglie le imprese caratterizzate sia dall'operare con più unità locali sia dal presentare in assortimento prevalentemente abbigliamento.

I locali sono di medie dimensioni rispetto ai cluster con caratteristiche simili e ricoprono complessivamente le seguenti superfici: circa 280 mq di locali destinati alla vendita, circa 100 mq di magazzino, 17 metri lineari di esposizione fronte strada e, nel 41% dei casi, 15 mq circa di uffici. Il 59% delle imprese svolge l'attività in 2 negozi mentre il 21% e l'11% dei soggetti opera rispettivamente in 3 e 4 punti vendita.

L'assortimento è rappresentato in larga parte dall'abbigliamento esterno sia per uomo (30% dei ricavi) che per donna (28%), dalle camicie e/o maglie per uomo (16%) e per donna (12%).

Le imprese sono perlopiù società (42% di capitali e 34% di persone) e presentano 6 addetti di cui 4 dipendenti.

Le politiche di acquisto sono piuttosto differenziate: acquisti direttamente da produttori (64% degli acquisti nel 57% dei casi), tramite intermediari del commercio (69% nel 50%) e da grossisti (50% nel 56%).

CLUSTER 26 – NEGOZI DI PELLETTERIA, VALIGERIA E ALTRI ACCESSORI DI FASCIA MEDIO/ECONOMICA

NUMEROSITÀ: 1.153

I negozi del presente cluster sono specializzati nella vendita di pelletteria, accessori e/o valigeria (90% dei ricavi) di fascia qualitativa economica (75% dei casi) e/o media (58%).

I locali di vendita sono di ridotte dimensioni (45 mq), così come l'esposizione fronte strada (3 metri lineari) e, qualora presenti, i magazzini (27 mq nel 60% dei casi).

La forma giuridica prevalente è quella di ditta individuale (74% dei casi) in cui opera il solo titolare.

Gli acquisti sono effettuati prevalentemente presso commercianti all'ingrosso (68% degli acquisti) e, in misura inferiore, tramite intermediari del commercio (55% degli acquisti nel 33% dei casi) o direttamente da produttori (45% nel 32%).

CLUSTER 27 – NEGOZI DI CALZATURE PER ADULTI

NUMEROSITÀ: 4.783

I negozi facenti parte di questo cluster vendono calzature sia da donna (61% dei ricavi) che da uomo (31%). Il 40% dei soggetti affianca alla vendita di calzature quella di pelletteria, accessori e/o valigeria da cui deriva l'11% dei ricavi.

L'attività di vendita viene condotta su una superficie di circa 50 mq, ai quali si aggiungono 30 mq circa di spazi destinati a magazzino e 4 metri lineari di esposizione fronte strada.

I punti vendita sono organizzati prevalentemente sotto forma di ditta individuale (66% dei casi). Nell'attività sono impiegati 2 addetti.

Gli acquisti sono in larga parte effettuati tramite intermediari del commercio (75% degli acquisti nel 50% dei casi) e da grossisti (59% nel 62%).

CLUSTER 28 – NEGOZI IN FRANCHISING/AFFILIATI CHE VENDONO PREVALENTEMENTE INTIMO E/O ABBIGLIAMENTO MARE

NUMEROSITÀ: 201

L'84% dei punti vendita rientranti nel presente cluster opera in franchising e il 16% con altre forme di affiliazione. La gamma di prodotti offerti è rappresentata prevalentemente dall'intimo e/o abbigliamento mare, sia per donna (56% dei ricavi) che per uomo (18%) e dalla calzetteria (45% dei ricavi nel 46% dei casi).

Si tratta di negozi di dimensioni contenute: 40 mq circa per la superficie di vendita, 15 mq di magazzino e 3 metri lineari di esposizione fronte strada.

Le imprese del cluster sono sia ditte individuali (48% dei casi) sia società (32% di persone e 20% di capitali) e occupano 2 o 3 addetti.

Gli approvvigionamenti vengono effettuati esclusivamente da gruppi di acquisto, unioni volontarie, consorzi, cooperative, affiliante.

CLUSTER 29 – NEGOZI DI PELLETTERIA, VALIGERIA E ACCESSORI DI FASCIA MEDIO-FINE

NUMEROSITÀ: 1.177

Il presente cluster accoglie le imprese specializzate nella vendita di pelletteria, valigeria e accessori (88% dei ricavi), in particolare di fascia fine (indicata dalla metà dei soggetti) e di fascia media (82%). Il 4% dei soggetti dichiara di avere un assortimento di prodotti di lusso.

Il punto vendita si compone delle seguenti superfici: circa 60 mq di locali per la vendita, circa 30 mq per il magazzino e 5 metri lineari di esposizione fronte strada.

Le imprese sono sia ditte individuali (56% dei soggetti) sia società (32% di persone e 12% di capitali) e occupano 2 addetti.

La merce in assortimento viene acquistata sia tramite intermediari del commercio (78% degli acquisti nel 58% dei casi) sia direttamente da produttori (71% nel 57%).

CLUSTER 30 – IMPRESE DI PICCOLE DIMENSIONI CHE OPERANO CON PIÙ NEGOZI DI ABBIGLIAMENTO

NUMEROSITÀ: 2.582

Il cluster raggruppa le imprese che operano con più unità locali e che presentano un'offerta costituita prevalentemente da abbigliamento.

Il 79% delle imprese svolge l'attività in 2 negozi, mentre il 16% dei soggetti opera con 3 punti vendita. I locali destinati all'esercizio dell'attività sono di dimensioni contenute; la struttura si compone complessivamente delle seguenti superfici: 130 mq circa di locali destinati alla vendita, 30 mq circa di magazzino e 9 metri lineari di esposizione fronte strada.

L'assortimento è rappresentato prevalentemente dall'abbigliamento esterno per donna (42% dei ricavi) e per uomo (26% dei ricavi nel 65% dei casi) e dalle camicie e/o maglie donna (19%) e uomo (17% nel 57%).

Le imprese del cluster sono sia società (30% di persone e 21% di capitali) sia ditte individuali (49% dei casi) e occupano 3 addetti, di cui 1 dipendente.

Le politiche d'acquisto prevedono il ricorso prevalente a grossisti (47% degli acquisti) e in misura più contenuta a intermediari del commercio (65% degli acquisti nel 41% dei casi) e produttori (60% nel 42%).

CLUSTER 31 – IMPRESE CHE OPERANO CON PIÙ NEGOZI DI ABBIGLIAMENTO E CALZATURE

NUMEROSITÀ: 408

Le imprese appartenenti a questo cluster sono caratterizzate sia dall'operare con più unità locali sia dalla tipologia di prodotti venduti: abbigliamento e calzature. Le merceologie in assortimento sono prevalentemente abbigliamento esterno donna (21% dei ricavi) e uomo (12%), camicie e/o maglie donna (10% dei ricavi nel 63% dei casi) e uomo (9% nel 56%), abbigliamento bambino (17% nel 56%) e calzature donna (18%), uomo (11%) e bambino (8% nel 51%). In alcuni casi l'offerta è completata dalla pelletteria, accessori e/o valigeria e dall'abbigliamento intimo e mare.

Il 72% delle imprese svolge l'attività in due negozi, mentre il 17% e il 7% dei soggetti opera rispettivamente con 3 e 4 punti vendita. La struttura è composta complessivamente dalle seguenti superfici: quasi 200 mq di locali destinati alla vendita, circa 60 mq di magazzino e 11 metri lineari di esposizione fronte strada.

Si tratta prevalentemente di società (31% di persone e 24% di capitali) e sono presenti 4 addetti, di cui 2 dipendenti.

Gli acquisti vengono realizzati in massima parte da grossisti (59% degli acquisti nel 63% dei casi), tramite intermediari del commercio (68% nel 48%) e direttamente da produttori (64% nel 44%).

CLUSTER 32 – NEGOZI DI ABBIGLIAMENTO PER ADULTI

NUMEROSITÀ: 9.948

Il presente cluster comprende i negozi che vendono abbigliamento per adulti, in particolare abbigliamento esterno donna (69% dei ricavi) e, in misura minore, abbigliamento esterno uomo (27% dei ricavi nel 46% dei casi) e camiceria e/o maglieria donna (12% nel 42%).

Si tratta di negozi organizzati in proprio, in prevalenza sotto forma di ditta individuale (75% dei casi) in cui opera il solo titolare.

I locali per la vendita (poco più di 50 mq), il magazzino (circa 25 mq nel 60% dei casi) e le vetrine per l'esposizione fronte strada (3 o 4 metri lineari) sono di dimensioni contenute.

Gli acquisti sono effettuati prevalentemente presso commercianti all'ingrosso (60% degli acquisti) e, più raramente, tramite intermediari del commercio (65% degli acquisti nel 38% dei casi) e direttamente da produttori (56% nel 27%).

CLUSTER 33 - NEGOZI DI CONFEZIONI IN PELLE

NUMEROSITÀ: 207

I punti vendita del cluster si caratterizzano per la specializzazione dell'offerta in confezioni in pelle (87% dei ricavi); a volte la gamma di prodotti comprende anche articoli di pelletteria, accessori e/o valigeria (17% dei ricavi nel 34% dei casi).

La superficie dei locali per la vendita è di circa 60 mq, i locali destinati a magazzino, qualora presenti, di 30 mq circa e l'esposizione fronte strada di 3 o 4 metri lineari.

Dal punto di vista organizzativo le imprese sono in prevalenza ditte individuali (58% dei casi) e, in misura minore, società (25% di persone e 17% di capitali) e impiegano 2 addetti.

Per quanto concerne gli acquisti, nella maggioranza dei casi le imprese si rivolgono a commercianti all'ingrosso (71% degli acquisti nel 66% dei casi) e direttamente ai produttori (73% nel 58%).

CLUSTER 34 – NEGOZI CHE VENDONO PREVALENTEMENTE CAMICIE, MAGLIE UOMO E CRAVATTE

NUMEROSITÀ: 628

All'interno di questo cluster sono presenti i negozi che vendono prevalentemente camicie e/o maglie da uomo (57% dei ricavi), cravatte (15%) e, a volte, abbigliamento esterno uomo (30% dei ricavi nel 42% dei casi).

Si tratta di punti vendita di dimensioni modeste: poco più di 40 mq per la vendita, 3 metri lineari per l'esposizione fronte strada e, qualora presenti, 25 mq circa di magazzino.

Queste realtà sono organizzate prevalentemente sotto forma di ditta individuale (62% dei casi) e vi operano 2 addetti.

Gli acquisti avvengono soprattutto presso produttori (73% degli acquisti nel 52% dei casi), grossisti (65% nel 49%) e tramite intermediari del commercio (74% nel 40%).

CLUSTER 35 – NEGOZI CHE VENDONO PREVALENTEMENTE INTIMO E CALZETTERIA

NUMEROSITÀ: 6.503

Il presente cluster si caratterizza per la specializzazione dell'offerta in intimo e abbigliamento mare per donna (56% dei ricavi) e uomo (22%) e calzetteria (13%).

Dal punto di vista della struttura, le imprese presentano superfici di vendita di circa 40 mq e vetrine per l'esposizione fronte strada con un'estensione di 3 metri lineari; nel 62% dei casi sono presenti locali destinati a magazzino (circa 20 mq).

Si tratta prevalentemente di ditte individuali (77% delle imprese) in cui opera il solo titolare.

Gli acquisti sono realizzati principalmente tramite intermediari del commercio (74% degli acquisti nel 54% dei casi) e presso commercianti all'ingrosso (60% nel 69%).

CLUSTER 36 – NEGOZI DI CALZATURE PER BAMBINO

NUMEROSITÀ: 696

Il cluster in esame è caratterizzato dalla specializzazione dell'offerta in calzature per bambino (93% dei ricavi).

Gli spazi destinati alla vendita misurano circa 40 mq e quelli destinati a magazzino circa 20 mq; l'esposizione fronte strada è di 3 metri lineari.

L'attività è svolta in proprio, prevalentemente sotto forma di ditta individuale (72% delle imprese) in cui opera il solo titolare.

Gli approvvigionamenti avvengono principalmente tramite intermediari del commercio (88% degli acquisti nel 58% dei casi) e, più raramente, da produttori (71% nel 34%) e grossisti (54% nel 45%).

CLUSTER 37 – IMPRESE CHE OPERANO CON PIÙ NEGOZI DI ABBIGLIAMENTO PER BAMBINO

NUMEROSITÀ: 452

Il presente cluster raggruppa le imprese che si caratterizzano sia per la presenza di più punti vendita (2 nel 78% dei casi e 3 nel 15%), che per l'assortimento costituito prevalentemente da abbigliamento per bambini (85% dei ricavi). Il 40% dei soggetti affianca alla vendita di abbigliamento quella di calzature per bambino da cui deriva il 10% dei ricavi.

I locali ricoprono globalmente le seguenti superfici: circa 160 mq di locali destinati alla vendita, circa 50 mq di magazzino e 10 metri lineari di esposizione fronte strada.

Dal punto di vista della forma giuridica, si tratta sia di società (31% di persone e 25% di capitali), sia di ditte individuali (44% dei casi). Le imprese occupano 3 o 4 addetti, di cui 2 dipendenti.

Gli acquisti vengono effettuati seguendo canali diversi: direttamente da produttori (78% degli acquisti nel 53% dei casi), tramite intermediari del commercio (77% nel 41%) e da grossisti (53% nel 48%).

SUB ALLEGATO 15.B - VARIABILI DELL'ANALISI DISCRIMINANTE

QUADRO A:

- Numero delle giornate retribuite per i dipendenti a tempo pieno
- Numero delle giornate retribuite per i dipendenti a tempo parziale, assunti con contratto di lavoro intermittente, di lavoro ripartito
- Numero delle giornate retribuite per gli apprendisti
- Numero delle 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:

- Metri quadri dei locali per la vendita e l'esposizione interna della merce
- Metri quadri dei locali destinati a magazzino
- Metri quadri dei locali destinati ad uffici
- Numero di giorni di apertura nell'anno
- Apertura stagionale (1= fino a 3 mesi; 2= fino a 6 mesi; 3= fino a 9 mesi)
- Metri quadri dei locali destinati a magazzini e/o depositi - Strutture non annesse all'unità locale destinata all'attività di vendita
- Metri quadri dei locali destinati ad uffici - Strutture non annesse all'unità locale destinata all'attività di vendita

QUADRO D:

- Tipologia dell'offerta di abbigliamento: Abbigliamento classico
- Tipologia dell'offerta di abbigliamento: Abbigliamento sportivo
- Tipologia dell'offerta di abbigliamento: Abbigliamento casual-jeans
- Prodotti merceologici venduti: Abbigliamento esterno uomo
- Prodotti merceologici venduti: Abbigliamento esterno donna
- Prodotti merceologici venduti: Abbigliamento bambino
- Prodotti merceologici venduti: Confezioni in pelle
- Prodotti merceologici venduti: Camicie e/o maglie uomo
- Prodotti merceologici venduti: Camicie e/o maglie donna
- Prodotti merceologici venduti: Intimo e/o abbigliamento mare uomo
- Prodotti merceologici venduti: Intimo e/o abbigliamento mare donna
- Prodotti merceologici venduti: Pelletteria, accessori e/o valigeria
- Prodotti merceologici venduti: Calzetteria
- Prodotti merceologici venduti: Cravatte
- Prodotti merceologici venduti: Calzature uomo
- Prodotti merceologici venduti: Calzature donna

- Prodotti merceologici venduti: Calzature bambino
- Prodotti merceologici venduti: Abiti da sposa
- Fascia qualitativa dell'offerta: Lusso
- Fascia qualitativa dell'offerta: Fine
- Fascia qualitativa dell'offerta: Economica
- Altri dati: Servizio di adeguamento e modifica ai capi di abbigliamento venduti, effettuato all'interno
- Modalità di acquisto: Acquisto da gruppi di acquisto, unioni volontarie, consorzi, cooperative, affiliante
- Modalità di acquisto: Acquisto da commercianti all'ingrosso
- Modalità organizzativa: In franchising
- Modalità organizzativa: Affiliato.

SUB ALLEGATO 15.C – FORMULE DEGLI INDICATORI

Di seguito sono riportate le formule degli indicatori economico-contabili utilizzati in costruzione e/o applicazione dello studio di settore:

- **Durata delle scorte** = $\{[(\text{Esistenze iniziali} + \text{Rimanenze finali})/2]*365\}/(\text{Costo del venduto} + \text{Costo per la produzione di servizi})$;
- **Incidenza dei costi di disponibilità dei beni strumentali mobili rispetto al valore storico degli stessi** = $(\text{Costi di disponibilità dei beni strumentali mobili}*100)/(\text{Valore dei beni strumentali mobili}^{10})$;
- **Incidenza dei costi residuali di gestione sui ricavi** = $(\text{Costi residuali di gestione}*100)/(\text{Ricavi da congruità e da normalità economica})$;
- **Margine operativo lordo per addetto non dipendente** = $(\text{Margine operativo lordo}/1.000)/(\text{Numero addetti non dipendenti}^{11})$;
- **Resa delle superfici commerciali rispetto al valore aggiunto** = $(\text{Valore aggiunto}) / (\text{Superficie totale dei locali per la vendita e l'esposizione interna della merce}^{12})$;
- **Ricarico** = $(\text{Ricavi dichiarati})/(\text{Costo del venduto} + \text{Costo per la produzione di servizi})$;
- **Valore aggiunto per addetto** = $(\text{Valore aggiunto}/1.000) / (\text{Numero addetti}^{13})$.

¹⁰ La variabile viene normalizzata all'anno in base al numero dei mesi di attività nel corso del periodo d'imposta.

¹¹ Le frequenze relative ai soci, agli associati, ai collaboratori dell'impresa familiare, al coniuge dell'azienda coniugale e ai familiari diversi sono normalizzate all'anno in base alla percentuale di lavoro prestato.

Le frequenze relative agli amministratori non soci e al titolare sono normalizzate all'anno in base al numero dei mesi di attività nel corso del periodo d'imposta.

Numero addetti non dipendenti = (ditte individuali) Titolare + 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 non dipendenti = (società) 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

¹² La superficie totale dei locali per la vendita e l'esposizione interna della merce è pari alla somma della variabile "Locali per la vendita e l'esposizione interna della merce" per tutte le Unità locali compilate. La variabile viene normalizzata all'anno in base al numero dei mesi di attività nel corso del periodo d'imposta.

¹³ Le frequenze relative ai dipendenti sono state normalizzate all'anno in base alle giornate retribuite.

Le frequenze relative ai collaboratori coordinati e continuativi sono normalizzate all'anno in base al numero dei mesi di attività nel corso del periodo d'imposta.

Numero addetti = (ditte individuali) Numero dipendenti + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa + numero addetti non dipendenti

Numero addetti = (società) Numero dipendenti + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa + numero addetti non dipendenti

Dove:

- **Aggi derivanti dalla vendita di generi soggetti ad aggio o ricavo fisso** = Ricavi derivanti dalla vendita di generi soggetti ad aggio o ricavo fisso - (Esistenze iniziali relative a prodotti soggetti ad aggio o ricavo fisso - Rimanenze finali relative a prodotti soggetti ad aggio o ricavo fisso + Costi per l'acquisto di prodotti soggetti ad aggio o ricavo fisso);
- **Costi di disponibilità dei beni strumentali mobili** = Ammortamenti per beni strumentali mobili + Costo per beni acquisiti in dipendenza di contratti di locazione finanziaria;
- **Costi residuali di gestione** = Oneri diversi di gestione + Altre componenti negative - Utili spettanti agli associati in partecipazione con apporti di solo lavoro;
- **Costo del venduto** = Costi per l'acquisto di materie prime, sussidiarie, semilavorati e merci + Esistenze iniziali - Rimanenze finali;
- **Esistenze iniziali** = Esistenze iniziali relative a merci, prodotti finiti, materie prime e sussidiarie, semilavorati e ai servizi non di durata ultrannuale + Esistenze iniziali relative ad opere, forniture e servizi di durata ultrannuale di cui all'art. 93, comma 5, del TUIR;
- **Margine operativo lordo** = [(Ricavi dichiarati + Aggi derivanti dalla vendita di generi soggetti ad aggio o ricavo fisso) - (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi + Altri costi per servizi + Costo per il godimento di beni di terzi + Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa + Costi residuali di gestione)];
- **Ricavi da congruità e da normalità economica** = Ricavo puntuale di riferimento da analisi della congruità + Maggiore ricavo da normalità economica relativo all'indicatore "Incidenza dei costi di disponibilità dei beni strumentali mobili sul valore storico degli stessi" + Maggiore ricavo da normalità economica relativo all'indicatore "Durata delle scorte";
- **Rimanenze finali** = Rimanenze finali relative a merci, prodotti finiti, materie prime e sussidiarie, semilavorati e ai servizi non di durata ultrannuale + Rimanenze finali relative ad opere, forniture e servizi di durata ultrannuale di cui all'art. 93, comma 5, del TUIR;
- **Valore aggiunto** = [(Ricavi dichiarati + Aggi derivanti dalla vendita di generi soggetti ad aggio o ricavo fisso) - (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi + Altri costi per servizi + Costo per il godimento di beni di terzi + Costi residuali di gestione)];
- **Valore dei beni strumentali mobili** = Valore dei beni strumentali - Valore dei beni strumentali relativo a beni acquisiti in dipendenza di contratti di locazione non finanziaria.

SUB ALLEGATO 15.D – INTERVALLI PER LA SELEZIONE DEL CAMPIONE

Cluster	Modalità di distribuzione	Valore aggiunto per addetto (in migliaia di euro)		Ricarico	
		Ventile minimo	Ventile massimo	Ventile minimo	Ventile massimo
1	Gruppo territoriale 1 e 4	9°	nessuno	6°	nessuno
1	Gruppo territoriale 2 e 7	8°	nessuno	6°	nessuno
1	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	8°	nessuno	5°	nessuno
2	Gruppo territoriale 1 e 4	11°	nessuno	6°	nessuno
2	Gruppo territoriale 2 e 7	10°	nessuno	7°	nessuno
2	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	9°	nessuno	6°	nessuno
3	Gruppo territoriale 1 e 4	4°	nessuno	6°	nessuno
3	Gruppo territoriale 2 e 7	4°	nessuno	6°	nessuno
3	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	4°	nessuno	6°	nessuno
4	Gruppo territoriale 1 e 4	13°	nessuno	4°	nessuno
4	Gruppo territoriale 2 e 7	13°	nessuno	5°	nessuno
4	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	13°	nessuno	5°	nessuno
5	Gruppo territoriale 1 e 4	7°	nessuno	7°	nessuno
5	Gruppo territoriale 2 e 7	7°	nessuno	7°	nessuno
5	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	7°	nessuno	6°	nessuno
6	Gruppo territoriale 1 e 4	10°	nessuno	9°	nessuno
6	Gruppo territoriale 2 e 7	9°	nessuno	10°	nessuno
6	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	8°	nessuno	9°	nessuno
7	Gruppo territoriale 1 e 4	12°	nessuno	6°	nessuno
7	Gruppo territoriale 2 e 7	13°	nessuno	6°	nessuno
7	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	11°	nessuno	7°	nessuno
8	Gruppo territoriale 1 e 4	9°	nessuno	5°	nessuno
8	Gruppo territoriale 2 e 7	9°	nessuno	5°	nessuno
8	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	10°	nessuno	3°	nessuno
9	Gruppo territoriale 1 e 4	12°	nessuno	4°	nessuno
9	Gruppo territoriale 2 e 7	10°	nessuno	5°	nessuno
9	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	11°	nessuno	4°	nessuno
10	Gruppo territoriale 1 e 4	5°	nessuno	7°	nessuno
10	Gruppo territoriale 2 e 7	5°	nessuno	7°	nessuno
10	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	6°	nessuno	6°	nessuno
11	Gruppo territoriale 1 e 4	11°	nessuno	6°	nessuno
11	Gruppo territoriale 2 e 7	11°	nessuno	6°	nessuno
11	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	11°	nessuno	7°	nessuno
12	Gruppo territoriale 1 e 4	8°	nessuno	8°	nessuno
12	Gruppo territoriale 2 e 7	8°	nessuno	8°	nessuno
12	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	8°	nessuno	8°	nessuno
13	Gruppo territoriale 1 e 4	9°	nessuno	6°	nessuno
13	Gruppo territoriale 2 e 7	8°	nessuno	6°	nessuno
13	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	8°	nessuno	5°	nessuno

Cluster	Modalità di distribuzione	Valore aggiunto per addetto (in migliaia di euro)		Ricarico	
		Ventile minimo	Ventile massimo	Ventile minimo	Ventile massimo
14	Gruppo territoriale 1 e 4	8°	nessuno	5°	nessuno
14	Gruppo territoriale 2 e 7	6°	nessuno	6°	nessuno
14	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	6°	nessuno	3°	nessuno
15	Gruppo territoriale 1 e 4	5°	nessuno	7°	nessuno
15	Gruppo territoriale 2 e 7	5°	nessuno	7°	nessuno
15	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	5°	nessuno	6°	nessuno
16	Gruppo territoriale 1 e 4	10°	nessuno	8°	nessuno
16	Gruppo territoriale 2 e 7	10°	nessuno	8°	nessuno
16	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	9°	nessuno	5°	nessuno
17	Gruppo territoriale 1 e 4	9°	nessuno	7°	nessuno
17	Gruppo territoriale 2 e 7	9°	nessuno	7°	nessuno
17	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	9°	nessuno	7°	nessuno
18	Gruppo territoriale 1 e 4	9°	nessuno	7°	nessuno
18	Gruppo territoriale 2 e 7	8°	nessuno	7°	nessuno
18	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	8°	nessuno	7°	nessuno
19	Gruppo territoriale 1 e 4	11°	nessuno	6°	nessuno
19	Gruppo territoriale 2 e 7	11°	nessuno	6°	nessuno
19	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	10°	nessuno	6°	nessuno
20	Gruppo territoriale 1 e 4	9°	nessuno	7°	nessuno
20	Gruppo territoriale 2 e 7	9°	nessuno	7°	nessuno
20	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	8°	nessuno	7°	nessuno
21	Gruppo territoriale 1 e 4	9°	nessuno	7°	nessuno
21	Gruppo territoriale 2 e 7	10°	nessuno	7°	nessuno
21	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	11°	nessuno	4°	nessuno
22	Gruppo territoriale 1 e 4	10°	nessuno	7°	nessuno
22	Gruppo territoriale 2 e 7	9°	nessuno	9°	nessuno
22	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	7°	nessuno	9°	nessuno
23	Gruppo territoriale 1 e 4	5°	nessuno	6°	nessuno
23	Gruppo territoriale 2 e 7	7°	nessuno	6°	nessuno
23	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	7°	nessuno	4°	nessuno
24	Gruppo territoriale 1 e 4	7°	nessuno	4°	nessuno
24	Gruppo territoriale 2 e 7	6°	nessuno	4°	nessuno
24	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	6°	nessuno	4°	nessuno
25	Gruppo territoriale 1 e 4	7°	nessuno	7°	nessuno
25	Gruppo territoriale 2 e 7	6°	nessuno	7°	nessuno
25	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	6°	nessuno	7°	nessuno
26	Gruppo territoriale 1 e 4	13°	nessuno	3°	nessuno
26	Gruppo territoriale 2 e 7	12°	nessuno	4°	nessuno
26	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	11°	nessuno	3°	nessuno
27	Gruppo territoriale 1 e 4	10°	nessuno	7°	nessuno
27	Gruppo territoriale 2 e 7	9°	nessuno	7°	nessuno
27	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	7°	nessuno	7°	nessuno
28	Gruppo territoriale 1 e 4	5°	nessuno	3°	nessuno
28	Gruppo territoriale 2 e 7	7°	nessuno	6°	nessuno
28	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	8°	nessuno	6°	nessuno

Cluster	Modalità di distribuzione	Valore aggiunto per addetto (in migliaia di euro)		Ricarico	
		Ventile minimo	Ventile massimo	Ventile minimo	Ventile massimo
29	Gruppo territoriale 1 e 4	8°	nessuno	8°	nessuno
29	Gruppo territoriale 2 e 7	8°	nessuno	8°	nessuno
29	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	8°	nessuno	8°	nessuno
30	Gruppo territoriale 1 e 4	9°	nessuno	6°	nessuno
30	Gruppo territoriale 2 e 7	9°	nessuno	6°	nessuno
30	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	8°	nessuno	6°	nessuno
31	Gruppo territoriale 1 e 4	7°	nessuno	5°	nessuno
31	Gruppo territoriale 2 e 7	6°	nessuno	7°	nessuno
31	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	5°	nessuno	7°	nessuno
32	Gruppo territoriale 1 e 4	12°	nessuno	6°	nessuno
32	Gruppo territoriale 2 e 7	11°	nessuno	6°	nessuno
32	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	11°	nessuno	6°	nessuno
33	Gruppo territoriale 1 e 4	11°	nessuno	3°	nessuno
33	Gruppo territoriale 2 e 7	11°	nessuno	4°	nessuno
33	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	11°	nessuno	3°	nessuno
34	Gruppo territoriale 1 e 4	12°	nessuno	3°	nessuno
34	Gruppo territoriale 2 e 7	10°	nessuno	4°	nessuno
34	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	10°	nessuno	4°	nessuno
35	Gruppo territoriale 1 e 4	12°	nessuno	4°	nessuno
35	Gruppo territoriale 2 e 7	12°	nessuno	5°	nessuno
35	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	11°	nessuno	5°	nessuno
36	Gruppo territoriale 1 e 4	10°	nessuno	5°	nessuno
36	Gruppo territoriale 2 e 7	11°	nessuno	7°	nessuno
36	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	11°	nessuno	7°	nessuno
37	Gruppo territoriale 1 e 4	6°	nessuno	7°	nessuno
37	Gruppo territoriale 2 e 7	5°	nessuno	7°	nessuno
37	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	6°	nessuno	6°	nessuno

Cluster	Modalità di distribuzione	Durata delle scorte (in giorni)	
		Ventile minimo	Ventile massimo
1	Senza dipendenti	nessuno	19°
1	Con dipendenti	nessuno	19°
2	Senza dipendenti	nessuno	19°
2	Con dipendenti	nessuno	19°
3	Senza dipendenti	nessuno	19°
3	Con dipendenti	nessuno	19°
4	Senza dipendenti	nessuno	19°
4	Con dipendenti	nessuno	19°
5	Senza dipendenti	nessuno	19°
5	Con dipendenti	nessuno	19°
6	Senza dipendenti	nessuno	19°
6	Con dipendenti	nessuno	19°
7	Senza dipendenti	nessuno	19°
7	Con dipendenti	nessuno	19°
8	Senza dipendenti	nessuno	19°
8	Con dipendenti	nessuno	19°
9	Senza dipendenti	nessuno	19°
9	Con dipendenti	nessuno	19°
10	Senza dipendenti	nessuno	19°
10	Con dipendenti	nessuno	19°
11	Senza dipendenti	nessuno	19°
11	Con dipendenti	nessuno	19°
12	Senza dipendenti	nessuno	19°
12	Con dipendenti	nessuno	19°
13	Senza dipendenti	nessuno	19°
13	Con dipendenti	nessuno	19°
14	Senza dipendenti	nessuno	19°
14	Con dipendenti	nessuno	19°
15	Senza dipendenti	nessuno	19°
15	Con dipendenti	nessuno	19°
16	Senza dipendenti	nessuno	19°
16	Con dipendenti	nessuno	19°
17	Senza dipendenti	nessuno	19°
17	Con dipendenti	nessuno	19°
18	Senza dipendenti	nessuno	19°
18	Con dipendenti	nessuno	19°
19	Senza dipendenti	nessuno	19°
19	Con dipendenti	nessuno	19°
20	Senza dipendenti	nessuno	19°
20	Con dipendenti	nessuno	19°
21	Senza dipendenti	nessuno	19°
21	Con dipendenti	nessuno	19°
22	Senza dipendenti	nessuno	19°
22	Con dipendenti	nessuno	19°

Cluster	Modalità di distribuzione	Durata delle scorte (in giorni)	
		Ventile minimo	Ventile massimo
23	Senza dipendenti	nessuno	19°
23	Con dipendenti	nessuno	19°
24	Senza dipendenti	nessuno	19°
24	Con dipendenti	nessuno	19°
25	Senza dipendenti	nessuno	19°
25	Con dipendenti	nessuno	19°
26	Senza dipendenti	nessuno	19°
26	Con dipendenti	nessuno	19°
27	Senza dipendenti	nessuno	19°
27	Con dipendenti	nessuno	19°
28	Senza dipendenti	nessuno	19°
28	Con dipendenti	nessuno	19°
29	Senza dipendenti	nessuno	19°
29	Con dipendenti	nessuno	19°
30	Senza dipendenti	nessuno	19°
30	Con dipendenti	nessuno	19°
31	Senza dipendenti	nessuno	19°
31	Con dipendenti	nessuno	19°
32	Senza dipendenti	nessuno	19°
32	Con dipendenti	nessuno	19°
33	Senza dipendenti	nessuno	19°
33	Con dipendenti	nessuno	19°
34	Senza dipendenti	nessuno	19°
34	Con dipendenti	nessuno	19°
35	Senza dipendenti	nessuno	19°
35	Con dipendenti	nessuno	19°
36	Senza dipendenti	nessuno	19°
36	Con dipendenti	nessuno	19°
37	Senza dipendenti	nessuno	19°
37	Con dipendenti	nessuno	19°

SUB ALLEGATO 15.E - VALORI SOGLIA PER GLI INDICATORI DI COERENZA

Cluster	Modalità di distribuzione	Valore aggiunto per addetto (in migliaia di euro)		Ricarico		Resa delle superfici commerciali rispetto al valore aggiunto		Margine operativo lordo per addetto non dipendente (in migliaia di euro)	
		Soglia minima	Soglia massima	Soglia minima	Soglia massima	Soglia minima	Soglia massima	Soglia minima	Soglia massima
1	Gruppo territoriale 1 e 4	12,24	45,00	1,38	3,00	101,21	99.999	12,24	99.999
1	Gruppo territoriale 2 e 7	13,25	45,00	1,40	3,00	115,84	99.999	13,25	99.999
1	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	14,88	45,00	1,43	3,00	124,33	99.999	14,88	99.999
2	Gruppo territoriale 1 e 4	10,06	40,00	1,38	3,00	99,85	99.999	10,06	99.999
2	Gruppo territoriale 2 e 7	11,89	40,00	1,40	3,00	119,63	99.999	11,89	99.999
2	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	13,06	40,00	1,42	3,00	136,41	99.999	13,06	99.999
3	Gruppo territoriale 1 e 4	17,03	55,00	1,34	3,00	175,94	99.999	17,03	99.999
3	Gruppo territoriale 2 e 7	18,69	55,00	1,34	3,00	175,94	99.999	18,69	99.999
3	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	21,78	55,00	1,40	3,00	191,31	99.999	21,78	99.999
4	Gruppo territoriale 1 e 4	9,11	35,00	1,39	3,00	98,40	99.999	9,11	99.999
4	Gruppo territoriale 2 e 7	10,75	35,00	1,42	3,00	123,88	99.999	10,75	99.999
4	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	12,87	35,00	1,44	3,00	153,87	99.999	12,87	99.999
5	Gruppo territoriale 1 e 4	12,83	50,00	1,30	3,00	133,06	99.999	12,83	99.999
5	Gruppo territoriale 2 e 7	16,02	50,00	1,32	3,00	151,68	99.999	16,02	99.999
5	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	17,28	50,00	1,36	3,00	174,05	99.999	17,28	99.999
6	Gruppo territoriale 1 e 4	11,03	40,00	1,57	4,00	97,74	99.999	11,03	99.999
6	Gruppo territoriale 2 e 7	12,05	40,00	1,61	4,00	139,40	99.999	12,05	99.999
6	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	14,16	40,00	1,69	4,00	150,25	99.999	14,16	99.999
7	Gruppo territoriale 1 e 4	9,55	40,00	1,39	4,00	89,00	99.999	9,55	99.999
7	Gruppo territoriale 2 e 7	11,89	40,00	1,41	4,00	123,18	99.999	11,89	99.999
7	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	12,82	40,00	1,43	4,00	140,58	99.999	12,82	99.999
8	Gruppo territoriale 1 e 4	5,65	30,00	1,43	3,50	141,53	99.999	5,65	99.999
8	Gruppo territoriale 2 e 7	7,36	30,00	1,44	3,50	141,53	99.999	7,36	99.999
8	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	8,19	30,00	1,50	3,50	150,10	99.999	8,19	99.999
9	Gruppo territoriale 1 e 4	4,97	30,00	1,44	3,50	137,62	99.999	4,97	99.999
9	Gruppo territoriale 2 e 7	7,12	30,00	1,44	3,50	137,62	99.999	7,12	99.999
9	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	8,88	30,00	1,50	3,50	137,62	99.999	8,88	99.999

Cluster	Modalità di distribuzione	Valore aggiunto per addetto (in migliaia di euro)		Ricarico		Resa delle superfici commerciali rispetto al valore aggiunto		Margine operativo lordo per addetto non dipendente (in migliaia di euro)	
		Soglia minima	Soglia massima	Soglia minima	Soglia massima	Soglia minima	Soglia massima	Soglia minima	Soglia massima
10	Gruppo territoriale 1 e 4	19,64	60,00	1,33	3,00	146,87	99.999	19,64	99.999
10	Gruppo territoriale 2 e 7	22,89	60,00	1,38	3,00	174,55	99.999	22,89	99.999
10	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	24,20	60,00	1,42	3,00	204,02	99.999	24,20	99.999
11	Gruppo territoriale 1 e 4	9,97	35,00	1,35	3,00	102,31	99.999	9,97	99.999
11	Gruppo territoriale 2 e 7	10,89	35,00	1,38	3,00	123,45	99.999	10,89	99.999
11	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	12,23	35,00	1,40	3,00	151,18	99.999	12,23	99.999
12	Gruppo territoriale 1 e 4	17,44	55,00	1,31	3,00	121,45	99.999	17,44	99.999
12	Gruppo territoriale 2 e 7	19,89	55,00	1,36	3,00	133,87	99.999	19,89	99.999
12	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	20,94	55,00	1,40	3,00	158,80	99.999	20,94	99.999
13	Gruppo territoriale 1 e 4	12,47	50,00	1,37	3,00	164,65	99.999	12,47	99.999
13	Gruppo territoriale 2 e 7	14,23	50,00	1,39	3,00	203,34	99.999	14,23	99.999
13	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	16,55	50,00	1,42	3,00	224,17	99.999	16,55	99.999
14	Gruppo territoriale 1 e 4	13,25	50,00	1,36	3,00	140,40	99.999	13,25	99.999
14	Gruppo territoriale 2 e 7	16,51	50,00	1,37	3,00	184,26	99.999	16,51	99.999
14	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	17,50	50,00	1,43	3,00	233,47	99.999	17,50	99.999
15	Gruppo territoriale 1 e 4	19,52	60,00	1,30	3,00	114,73	99.999	19,52	99.999
15	Gruppo territoriale 2 e 7	20,71	60,00	1,35	3,00	129,60	99.999	20,71	99.999
15	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	23,02	60,00	1,41	3,00	148,87	99.999	23,02	99.999
16	Gruppo territoriale 1 e 4	9,81	45,00	1,38	3,00	102,98	99.999	9,81	99.999
16	Gruppo territoriale 2 e 7	10,65	45,00	1,39	3,00	102,98	99.999	10,65	99.999
16	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	12,10	45,00	1,43	3,00	155,85	99.999	12,10	99.999
17	Gruppo territoriale 1 e 4	10,38	40,00	1,33	3,00	97,57	99.999	10,38	99.999
17	Gruppo territoriale 2 e 7	11,09	40,00	1,38	3,00	125,26	99.999	11,09	99.999
17	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	12,35	40,00	1,41	3,00	145,24	99.999	12,35	99.999
18	Gruppo territoriale 1 e 4	12,10	50,00	1,35	3,00	142,66	99.999	12,10	99.999
18	Gruppo territoriale 2 e 7	13,71	50,00	1,36	3,00	161,90	99.999	13,71	99.999
18	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	15,09	50,00	1,42	3,00	178,25	99.999	15,09	99.999
19	Gruppo territoriale 1 e 4	9,73	40,00	1,38	3,00	95,98	99.999	9,73	99.999
19	Gruppo territoriale 2 e 7	10,94	40,00	1,40	3,00	126,72	99.999	10,94	99.999
19	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	11,98	40,00	1,43	3,00	141,79	99.999	11,98	99.999

Cluster	Modalità di distribuzione	Valore aggiunto per addetto (in migliaia di euro)		Ricarico		Resa delle superfici commerciali rispetto al valore aggiunto		Margine operativo lordo per addetto non dipendente (in migliaia di euro)	
		Soglia minima	Soglia massima	Soglia minima	Soglia massima	Soglia minima	Soglia massima	Soglia minima	Soglia massima
20	Gruppo territoriale 1 e 4	9,88	45,00	1,37	3,00	102,03	99.999	9,88	99.999
20	Gruppo territoriale 2 e 7	10,59	45,00	1,39	3,00	127,64	99.999	10,59	99.999
20	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	12,58	45,00	1,42	3,00	149,15	99.999	12,58	99.999
21	Gruppo territoriale 1 e 4	12,22	50,00	1,37	3,00	152,35	99.999	12,22	99.999
21	Gruppo territoriale 2 e 7	13,95	50,00	1,38	3,00	158,18	99.999	13,95	99.999
21	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	14,55	50,00	1,42	3,00	178,86	99.999	14,55	99.999
22	Gruppo territoriale 1 e 4	12,55	55,00	1,33	3,00	126,18	99.999	12,55	99.999
22	Gruppo territoriale 2 e 7	14,16	55,00	1,35	3,00	147,24	99.999	14,16	99.999
22	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	16,82	55,00	1,38	3,00	214,25	99.999	16,82	99.999
23	Gruppo territoriale 1 e 4	18,11	55,00	1,33	3,00	174,78	99.999	18,11	99.999
23	Gruppo territoriale 2 e 7	18,92	55,00	1,38	3,00	209,16	99.999	18,92	99.999
23	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	20,79	55,00	1,43	3,00	259,41	99.999	20,79	99.999
24	Gruppo territoriale 1 e 4	12,08	45,00	1,34	3,00	143,82	99.999	12,08	99.999
24	Gruppo territoriale 2 e 7	14,71	45,00	1,39	3,00	158,24	99.999	14,71	99.999
24	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	15,13	45,00	1,43	3,00	184,67	99.999	15,13	99.999
25	Gruppo territoriale 1 e 4	17,84	55,00	1,31	3,00	122,34	99.999	17,84	99.999
25	Gruppo territoriale 2 e 7	18,59	55,00	1,37	3,00	156,47	99.999	18,59	99.999
25	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	19,60	55,00	1,42	3,00	192,07	99.999	19,60	99.999
26	Gruppo territoriale 1 e 4	10,28	40,00	1,42	4,00	100,48	99.999	10,28	99.999
26	Gruppo territoriale 2 e 7	11,37	40,00	1,44	4,00	110,47	99.999	11,37	99.999
26	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	12,84	40,00	1,48	4,00	143,76	99.999	12,84	99.999
27	Gruppo territoriale 1 e 4	10,35	45,00	1,35	3,00	104,95	99.999	10,35	99.999
27	Gruppo territoriale 2 e 7	12,13	45,00	1,38	3,00	133,93	99.999	12,13	99.999
27	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	12,89	45,00	1,41	3,00	157,10	99.999	12,89	99.999
28	Gruppo territoriale 1 e 4	12,96	50,00	1,43	3,00	170,00	99.999	12,96	99.999
28	Gruppo territoriale 2 e 7	13,86	50,00	1,46	3,00	205,37	99.999	13,86	99.999
28	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	15,96	50,00	1,50	3,00	211,98	99.999	15,96	99.999
29	Gruppo territoriale 1 e 4	11,34	45,00	1,40	4,00	142,36	99.999	11,34	99.999
29	Gruppo territoriale 2 e 7	13,56	45,00	1,45	4,00	175,70	99.999	13,56	99.999
29	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	15,27	45,00	1,51	4,00	217,21	99.999	15,27	99.999

Cluster	Modalità di distribuzione	Valore aggiunto per addetto (in migliaia di euro)		Ricarico		Resa delle superfici commerciali rispetto al valore aggiunto		Margine operativo lordo per addetto non dipendente (in migliaia di euro)	
		Soglia minima	Soglia massima	Soglia minima	Soglia massima	Soglia minima	Soglia massima	Soglia minima	Soglia massima
30	Gruppo territoriale 1 e 4	13,17	45,00	1,33	3,00	119,75	99.999	13,17	99.999
30	Gruppo territoriale 2 e 7	15,42	45,00	1,35	3,00	148,72	99.999	15,42	99.999
30	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	16,33	45,00	1,40	3,00	163,47	99.999	16,33	99.999
31	Gruppo territoriale 1 e 4	12,68	50,00	1,31	3,50	124,87	99.999	12,68	99.999
31	Gruppo territoriale 2 e 7	14,73	50,00	1,34	3,50	132,52	99.999	14,73	99.999
31	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	15,59	50,00	1,38	3,50	155,85	99.999	15,59	99.999
32	Gruppo territoriale 1 e 4	9,81	40,00	1,36	3,00	90,83	99.999	9,81	99.999
32	Gruppo territoriale 2 e 7	10,25	40,00	1,38	3,00	112,63	99.999	10,25	99.999
32	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	12,62	40,00	1,42	3,00	151,08	99.999	12,62	99.999
33	Gruppo territoriale 1 e 4	10,14	40,00	1,46	4,50	82,23	99.999	10,14	99.999
33	Gruppo territoriale 2 e 7	10,36	40,00	1,46	4,50	82,23	99.999	10,36	99.999
33	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	12,61	40,00	1,55	4,50	131,25	99.999	12,61	99.999
34	Gruppo territoriale 1 e 4	9,79	45,00	1,40	3,00	92,52	99.999	9,79	99.999
34	Gruppo territoriale 2 e 7	11,28	45,00	1,42	3,00	116,14	99.999	11,28	99.999
34	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	12,36	45,00	1,46	3,00	142,29	99.999	12,36	99.999
35	Gruppo territoriale 1 e 4	9,70	35,00	1,36	3,00	88,80	99.999	9,70	99.999
35	Gruppo territoriale 2 e 7	10,64	35,00	1,38	3,00	112,70	99.999	10,64	99.999
35	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	11,54	35,00	1,40	3,00	124,38	99.999	11,54	99.999
36	Gruppo territoriale 1 e 4	10,74	35,00	1,35	3,00	91,67	99.999	10,74	99.999
36	Gruppo territoriale 2 e 7	11,42	35,00	1,37	3,00	117,67	99.999	11,42	99.999
36	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	12,34	35,00	1,41	3,00	147,68	99.999	12,34	99.999
37	Gruppo territoriale 1 e 4	12,53	45,00	1,33	3,00	118,92	99.999	12,53	99.999
37	Gruppo territoriale 2 e 7	13,83	45,00	1,36	3,00	141,49	99.999	13,83	99.999
37	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	14,44	45,00	1,40	3,00	170,64	99.999	14,44	99.999

Cluster	Modalità di distribuzione	Durata delle scorte (in giorni)	
		Soglia minima	Soglia massima
1	Senza dipendenti	0,00	486,00
1	Con dipendenti	0,00	446,00
2	Senza dipendenti	0,00	589,00
2	Con dipendenti	0,00	496,00
3	Senza dipendenti	0,00	351,00
3	Con dipendenti	0,00	351,00
4	Senza dipendenti	0,00	693,00
4	Con dipendenti	0,00	603,00
5	Senza dipendenti	0,00	470,00
5	Con dipendenti	0,00	421,00
6	Senza dipendenti	0,00	718,00
6	Con dipendenti	0,00	698,00
7	Senza dipendenti	0,00	494,00
7	Con dipendenti	0,00	437,00
8	Senza dipendenti	0,00	433,00
8	Con dipendenti	0,00	433,00
9	Senza dipendenti	0,00	415,00
9	Con dipendenti	0,00	415,00
10	Senza dipendenti	0,00	410,00
10	Con dipendenti	0,00	410,00
11	Senza dipendenti	0,00	494,00
11	Con dipendenti	0,00	431,00
12	Senza dipendenti	0,00	528,00
12	Con dipendenti	0,00	472,00
13	Senza dipendenti	0,00	264,00
13	Con dipendenti	0,00	242,00
14	Senza dipendenti	0,00	399,00
14	Con dipendenti	0,00	344,00
15	Senza dipendenti	0,00	476,00
15	Con dipendenti	0,00	426,00
16	Senza dipendenti	0,00	495,00
16	Con dipendenti	0,00	456,00
17	Senza dipendenti	0,00	495,00
17	Con dipendenti	0,00	436,00
18	Senza dipendenti	0,00	229,00
18	Con dipendenti	0,00	229,00
19	Senza dipendenti	0,00	491,00
19	Con dipendenti	0,00	425,00
20	Senza dipendenti	0,00	533,00
20	Con dipendenti	0,00	466,00
21	Senza dipendenti	0,00	261,00
21	Con dipendenti	0,00	252,00
22	Senza dipendenti	0,00	496,00
22	Con dipendenti	0,00	415,00

Cluster	Modalità di distribuzione	Durata delle scorte (in giorni)	
		Soglia minima	Soglia massima
23	Senza dipendenti	0,00	253,00
23	Con dipendenti	0,00	253,00
24	Senza dipendenti	0,00	460,00
24	Con dipendenti	0,00	408,00
25	Senza dipendenti	0,00	488,00
25	Con dipendenti	0,00	431,00
26	Senza dipendenti	0,00	436,00
26	Con dipendenti	0,00	367,00
27	Senza dipendenti	0,00	540,00
27	Con dipendenti	0,00	463,00
28	Senza dipendenti	0,00	213,00
28	Con dipendenti	0,00	213,00
29	Senza dipendenti	0,00	427,00
29	Con dipendenti	0,00	358,00
30	Senza dipendenti	0,00	490,00
30	Con dipendenti	0,00	424,00
31	Senza dipendenti	0,00	438,00
31	Con dipendenti	0,00	409,00
32	Senza dipendenti	0,00	545,00
32	Con dipendenti	0,00	479,00
33	Senza dipendenti	0,00	577,00
33	Con dipendenti	0,00	496,00
34	Senza dipendenti	0,00	550,00
34	Con dipendenti	0,00	490,00
35	Senza dipendenti	0,00	648,00
35	Con dipendenti	0,00	553,00
36	Senza dipendenti	0,00	541,00
36	Con dipendenti	0,00	460,00
37	Senza dipendenti	0,00	454,00
37	Con dipendenti	0,00	409,00

SUB ALLEGATO 15.F - VALORI SOGLIA PER GLI INDICATORI DI NORMALITÀ ECONOMICA

INDICATORE	CLUSTER	Modalità di distribuzione	Soglia Massima
Incidenza dei costi di disponibilità dei beni strumentali mobili rispetto al valore storico degli stessi	1	Tutti i soggetti	25,00
	2	Tutti i soggetti	25,00
	3	Tutti i soggetti	25,00
	4	Tutti i soggetti	25,00
	5	Tutti i soggetti	25,00
	6	Tutti i soggetti	25,00
	7	Tutti i soggetti	25,00
	8	Tutti i soggetti	25,00
	9	Tutti i soggetti	25,00
	10	Tutti i soggetti	25,00
	11	Tutti i soggetti	25,00
	12	Tutti i soggetti	25,00
	13	Tutti i soggetti	30,00
	14	Tutti i soggetti	25,00
	15	Tutti i soggetti	25,00
	16	Tutti i soggetti	25,00
	17	Tutti i soggetti	25,00
	18	Tutti i soggetti	30,00
	19	Tutti i soggetti	25,00
	20	Tutti i soggetti	25,00
	21	Tutti i soggetti	30,00
	22	Tutti i soggetti	25,00
	23	Tutti i soggetti	30,00
	24	Tutti i soggetti	25,00
	25	Tutti i soggetti	25,00
	26	Tutti i soggetti	25,00
	27	Tutti i soggetti	25,00
	28	Tutti i soggetti	30,00
	29	Tutti i soggetti	25,00
	30	Tutti i soggetti	30,00
	31	Tutti i soggetti	25,00
	32	Tutti i soggetti	25,00
	33	Tutti i soggetti	25,00
	34	Tutti i soggetti	25,00
	35	Tutti i soggetti	25,00
	36	Tutti i soggetti	25,00
	37	Tutti i soggetti	25,00

INDICATORE	CLUSTER	Modalità di distribuzione	Soglia Massima
Durata delle scorte (in giorni)	1	Senza dipendenti	486,00
	1	Con dipendenti	446,00
	2	Senza dipendenti	589,00
	2	Con dipendenti	496,00
	3	Senza dipendenti	351,00
	3	Con dipendenti	351,00
	4	Senza dipendenti	693,00
	4	Con dipendenti	603,00
	5	Senza dipendenti	470,00
	5	Con dipendenti	421,00
	6	Senza dipendenti	718,00
	6	Con dipendenti	698,00
	7	Senza dipendenti	494,00
	7	Con dipendenti	437,00
	8	Senza dipendenti	433,00
	8	Con dipendenti	433,00
	9	Senza dipendenti	415,00
	9	Con dipendenti	415,00
	10	Senza dipendenti	410,00
	10	Con dipendenti	410,00
	11	Senza dipendenti	494,00
	11	Con dipendenti	431,00
	12	Senza dipendenti	528,00
	12	Con dipendenti	472,00
	13	Senza dipendenti	264,00
	13	Con dipendenti	242,00
	14	Senza dipendenti	399,00
	14	Con dipendenti	344,00
	15	Senza dipendenti	476,00
	15	Con dipendenti	426,00
	16	Senza dipendenti	495,00
	16	Con dipendenti	456,00
	17	Senza dipendenti	495,00
	17	Con dipendenti	436,00
	18	Senza dipendenti	229,00
	18	Con dipendenti	229,00
	19	Senza dipendenti	491,00
	19	Con dipendenti	425,00
	20	Senza dipendenti	533,00
	20	Con dipendenti	466,00
	21	Senza dipendenti	261,00
	21	Con dipendenti	252,00
	22	Senza dipendenti	496,00
	22	Con dipendenti	415,00
	23	Senza dipendenti	253,00
	23	Con dipendenti	253,00
	24	Senza dipendenti	460,00
	24	Con dipendenti	408,00
	25	Senza dipendenti	488,00
	25	Con dipendenti	431,00

INDICATORE	CLUSTER	Modalità di distribuzione	Soglia Massima
Durata delle scorte (in giorni)	26	Senza dipendenti	436,00
	26	Con dipendenti	367,00
	27	Senza dipendenti	540,00
	27	Con dipendenti	463,00
	28	Senza dipendenti	213,00
	28	Con dipendenti	213,00
	29	Senza dipendenti	427,00
	29	Con dipendenti	358,00
	30	Senza dipendenti	490,00
	30	Con dipendenti	424,00
	31	Senza dipendenti	438,00
	31	Con dipendenti	409,00
	32	Senza dipendenti	545,00
	32	Con dipendenti	479,00
	33	Senza dipendenti	577,00
	33	Con dipendenti	496,00
	34	Senza dipendenti	550,00
	34	Con dipendenti	490,00
	35	Senza dipendenti	648,00
	35	Con dipendenti	553,00
	36	Senza dipendenti	541,00
	36	Con dipendenti	460,00
	37	Senza dipendenti	454,00
	37	Con dipendenti	409,00
Incidenza dei costi residuali di gestione sui ricavi	1	Tutti i soggetti	5,75
	2	Tutti i soggetti	6,57
	3	Tutti i soggetti	5,66
	4	Tutti i soggetti	6,51
	5	Tutti i soggetti	5,66
	6	Tutti i soggetti	6,95
	7	Tutti i soggetti	6,65
	8	Tutti i soggetti	5,69
	9	Tutti i soggetti	6,73
	10	Tutti i soggetti	5,66
	11	Tutti i soggetti	6,65
	12	Tutti i soggetti	5,66
	13	Tutti i soggetti	6,96
	14	Tutti i soggetti	5,66
	15	Tutti i soggetti	5,66
	16	Tutti i soggetti	5,84
	17	Tutti i soggetti	5,97
	18	Tutti i soggetti	6,96
	19	Tutti i soggetti	6,65
	20	Tutti i soggetti	6,65
	21	Tutti i soggetti	6,93
	22	Tutti i soggetti	5,66
	23	Tutti i soggetti	5,75
	24	Tutti i soggetti	6,07
	25	Tutti i soggetti	5,75

INDICATORE	CLUSTER	Modalità di distribuzione	Soglia Massima
Incidenza dei costi residuali di gestione sui ricavi	26	Tutti i soggetti	6,62
	27	Tutti i soggetti	6,57
	28	Tutti i soggetti	6,38
	29	Tutti i soggetti	6,62
	30	Tutti i soggetti	5,75
	31	Tutti i soggetti	5,75
	32	Tutti i soggetti	6,65
	33	Tutti i soggetti	6,65
	34	Tutti i soggetti	6,65
	35	Tutti i soggetti	6,51
	36	Tutti i soggetti	6,65
	37	Tutti i soggetti	5,75

SUB ALLEGATO 15.G - COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8
Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi (CVPROD)	1,2180	1,2650	1,1607	1,2522	1,1139	1,2230	1,1950	1,2682
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	0,7308	0,4925	0,7801	0,5102	1,0718	1,0116	0,7426	0,4995
Spese per acquisti di servizi	0,9367	0,9685	1,3018	0,8965	0,8526	1,3241	1,0497	0,6691
Altri costi per servizi	0,4924	0,2428	0,6415	0,4156	0,2662	0,3511	0,9174	0,6691
Costo per beni acquisiti in dipendenza di contratti di locazione non finanziaria (noli)	0,8049	0,5544	0,6415	0,4989	0,4124	0,3511	0,4943	0,6691
Valore dei beni strumentali mobili*	0,0664	0,0741	0,1504	0,0310	0,1587	0,0580	0,0471	0,0951
Soci e associati in partecipazione (Numero normalizzato, escluso il primo socio)	7.855,3376	2.863,9475	-	3.494,2254	5.198,4127	8.662,9739	5.706,0030	-
Collaboratori dell'impresa familiare e coniugi dell'azienda coniugale e familiari diversi (Numero normalizzato)	7.855,3376	2.863,9475	-	2.338,1210	5.198,4127	8.662,9739	5.706,0030	-
CVPROD "Quota fino a 25 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	0,3063
CVPROD "Quota fino a 29 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 35 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 40 mila euro"	-	-	-	-	-	-	0,3253	-
CVPROD "Quota fino a 45 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 50 mila euro"	-	-	-	0,1974	-	0,3537	-	-
CVPROD "Quota fino a 55 mila euro"	-	0,1724	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 60 mila euro"	0,2248	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 70 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 75 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 90 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 100 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 110 mila euro"	-	-	0,2603	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 150 mila euro"	-	-	-	-	0,1672	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 170 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 175 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 180 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 210 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 420 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD relativo a "Confezioni in pelle"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD relativo a "Abbigliamento esterno donna" e "Camicie e/o maglie donna"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD relativo a "Pelletteria, accessori e/o valigeria"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD relativo a "Abbigliamento esterno uomo" e "Abbigliamento esterno donna"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD relativo a "Abbigliamento bambino"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD relativo al livello del canone di affitto dei locali commerciali a livello comunale	0,0981	0,1072	0,1313	0,1342	0,1163	0,1557	0,1667	-

CORRETTIVI TERRITORIALI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8
Correttivo da applicare al coefficiente del (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi)								
<i>Gruppo 1 e Gruppo 4 della Territorialità del commercio a livello comunale</i>	-	-0,0169	-	-	-0,0307	-	-0,0522	-0,0759
Correttivo da applicare al coefficiente del (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi)								
<i>Gruppo 3 e Gruppo 5 della Territorialità del commercio a livello comunale</i>	0,0293	-	-	-	-	-	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

* La variabile viene normalizzata all'anno in base al numero dei mesi di attività nel corso del periodo d'imposta.

Aree della Territorialità del commercio a livello comunale

Gruppo 1 - Aree con livelli di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale

Gruppo 3 - Aree ad alto livello di benessere, con un tessuto produttivo industriale e una rete commerciale prevalentemente tradizionale

Gruppo 4 - Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale

Gruppo 5 - Aree con benessere molto elevato, in aree urbane e metropolitane fortemente terziarizzate e sviluppate, con una rete distributiva molto evoluta

VARIABILI	CLUSTER 9	CLUSTER 10	CLUSTER 11	CLUSTER 12	CLUSTER 13	CLUSTER 14	CLUSTER 15	CLUSTER 16
Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi (CVPROD)	1,3453	1,1341	1,1904	1,1777	1,2245	1,1847	1,1615	1,1912
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	0,9274	1,2601	0,7922	0,7822	0,7661	1,0400	0,8548	0,8499
Spese per acquisti di servizi	1,0911	0,6305	0,9694	1,0862	1,3582	0,2978	1,2881	1,1975
Altri costi per servizi	1,0911	0,6305	0,7496	0,5802	0,3368	0,2978	0,6874	0,4044
Costo per beni acquisiti in dipendenza di contratti di locazione non finanziaria (noli)	1,0911	0,6305	0,5514	0,4332	0,3368	0,2978	0,6044	0,4044
Valore dei beni strumentali mobili*	0,0611	0,1076	0,0675	0,0851	0,0409	0,1595	0,0353	0,0897
Soci e associati in partecipazione (Numero normalizzato, escluso il primo socio)	-	-	4.022,3631	6.473,2811	9.945,5718	7.112,2289	12.713,8746	8.123,6564
Collaboratori dell'impresa familiare e coniugi dell'azienda coniugale e familiari diversi (Numero normalizzato)	-	-	4.022,3631	6.473,2811	9.945,5718	7.112,2289	12.713,8746	8.123,6564
CVPROD "Quota fino a 25 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 29 mila euro"	0,2487	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 35 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 40 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 45 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 50 mila euro"	-	-	0,2088	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 55 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 60 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	0,2737
CVPROD "Quota fino a 70 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 75 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 90 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 100 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 110 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 150 mila euro"	-	-	-	-	0,1038	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 170 mila euro"	-	-	-	-	-	0,1459	-	-
CVPROD "Quota fino a 175 mila euro"	-	-	-	0,0865	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 180 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 210 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 420 mila euro"	-	-	-	-	-	-	0,1253	-
CVPROD relativo a "Confezioni in pelle"	-	-	-	0,1190	-	-	-	-
CVPROD relativo a "Abbigliamento esterno donna" e "Camicie e/o maglie donna"	-	-	-	-	-	-	-	-0,0751
CVPROD relativo a "Pelletteria, accessori e/o valigeria"	0,1224	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD relativo a "Abbigliamento esterno uomo" e "Abbigliamento esterno donna"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD relativo a "Abbigliamento bambino"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD relativo al livello del canone di affitto dei locali commerciali a livello comunale	-	0,1122	0,1775	0,1302	0,1250	0,1539	-	0,1308

CORRETTIVI TERRITORIALI	CLUSTER 9	CLUSTER 10	CLUSTER 11	CLUSTER 12	CLUSTER 13	CLUSTER 14	CLUSTER 15	CLUSTER 16
Correttivo da applicare al coefficiente del (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi)								
<i>Gruppo 1 e Gruppo 4 della Territorialità del commercio a livello comunale</i>	-	-	-	-	-0,0286	-	-	-
Correttivo da applicare al coefficiente del (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi)								
<i>Gruppo 3 e Gruppo 5 della Territorialità del commercio a livello comunale</i>	-	-	-	-	-	-	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

* La variabile viene normalizzata all'anno in base al numero dei mesi di attività nel corso del periodo d'imposta.

Aree della Territorialità del commercio a livello comunale

Gruppo 1 - Aree con livelli di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale

Gruppo 3 - Aree ad alto livello di benessere, con un tessuto produttivo industriale e una rete commerciale prevalentemente tradizionale

Gruppo 4 - Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale

Gruppo 5 - Aree con benessere molto elevato, in aree urbane e metropolitane fortemente terziarizzate e sviluppate, con una rete distributiva molto evoluta

VARIABILI	CLUSTER 17	CLUSTER 18	CLUSTER 19	CLUSTER 20	CLUSTER 21	CLUSTER 22	CLUSTER 23	CLUSTER 24
Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi (CVPROD)	1,1545	1,2061	1,2259	1,1770	1,2111	1,2446	1,1528	1,2062
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	0,7322	0,8336	0,7123	0,7620	0,4798	0,6736	1,0072	0,9802
Spese per acquisti di servizi	0,8605	0,6733	1,1701	0,9581	1,0387	0,8648	1,1000	1,1025
Altri costi per servizi	0,6556	0,6733	0,7054	0,8320	1,0387	0,3480	0,2352	0,4893
Costo per beni acquisiti in dipendenza di contratti di locazione non finanziaria (noli)	0,2700	0,6733	0,5385	0,4402	1,0387	0,3480	0,2352	0,2612
Valore dei beni strumentali mobili*	0,0486	0,0825	0,0885	0,0554	0,0790	0,1675	0,0594	0,0787
Soci e associati in partecipazione (Numero normalizzato, escluso il primo socio)	8.341,9851	9.928,7290	7.149,6756	5.895,2873	9.591,9071	9.587,7225	11.482,5282	8.422,1336
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale e familiari diversi (Numero normalizzato)	8.341,9851	9.928,7290	7.149,6756	3.586,0384	9.591,9071	9.587,7225	11.482,5282	8.422,1336
CVPROD "Quota fino a 25 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 29 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 35 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 40 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 45 mila euro"	-	-	0,2224	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 50 mila euro"	0,2673	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 55 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 60 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 70 mila euro"	-	-	-	-	0,1976	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 75 mila euro"	-	-	-	0,2605	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 90 mila euro"	-	-	-	-	-	0,1572	-	-
CVPROD "Quota fino a 100 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	0,1619
CVPROD "Quota fino a 110 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 150 mila euro"	-	0,1046	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 170 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 175 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 180 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 210 mila euro"	-	-	-	-	-	-	0,1803	-
CVPROD "Quota fino a 420 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD relativo a "Confezioni in pelle"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD relativo a "Abbigliamento esterno donna" e "Camicie e/o maglie donna"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD relativo a "Pelletteria, accessori e/o valigeria"	0,0907	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD relativo a "Abbigliamento esterno uomo" e "Abbigliamento esterno donna"	-	-	-0,0683	-	-	-	-	-
CVPROD relativo a "Abbigliamento bambino"	-	-	-0,0723	-	-	-	-	-
CVPROD relativo al livello del canone di affitto dei locali commerciali a livello comunale	0,1724	0,1625	0,1556	0,1402	-	-	0,1279	0,0950
CORRETTIVI TERRITORIALI								
Correttivo da applicare al coefficiente del (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi)								
<i>Gruppo 1 e Gruppo 4 della Territorialità del commercio a livello comunale</i>	-	-0,0323	-0,0505	-0,0398	-	-0,0881	-	-
Correttivo da applicare al coefficiente del (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi)								
<i>Gruppo 3 e Gruppo 5 della Territorialità del commercio a livello comunale</i>	0,0246	-	-	-	0,0611	-	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

* La variabile viene normalizzata all'anno in base al numero dei mesi di attività nel corso del periodo d'imposta.

Aree della Territorialità del commercio a livello comunale

Gruppo 1 - Aree con livelli di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale

Gruppo 3 - Aree ad alto livello di benessere, con un tessuto produttivo industriale e una rete commerciale prevalentemente tradizionale

Gruppo 4 - Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale

Gruppo 5 - Aree con benessere molto elevato, in aree urbane e metropolitane fortemente terziarizzate e sviluppate, con una rete distributiva molto evoluta

VARIABILI	CLUSTER 25	CLUSTER 26	CLUSTER 27	CLUSTER 28	CLUSTER 29	CLUSTER 30	CLUSTER 31	CLUSTER 32
Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi (CVPROD)	1,1073	1,2338	1,2170	1,4378	1,2285	1,0882	1,1104	1,1555
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	1,1687	0,5507	0,6838	0,2652	0,8355	1,1217	1,1034	0,7311
Spese per acquisti di servizi	1,3948	0,9182	1,0678	0,5504	0,8147	1,5433	1,0034	1,2201
Altri costi per servizi	0,7553	0,7500	0,3852	0,5504	0,5263	0,9041	0,5480	0,6682
Costo per beni acquisiti in dipendenza di contratti di locazione non finanziaria (noli)	0,7553	0,7500	0,2152	0,5504	0,5263	0,2467	0,5480	0,3519
Valore dei beni strumentali mobili*	0,0536	0,0578	0,0547	0,0784	0,0559	0,0498	0,0547	0,0463
Soci e associati in partecipazione (Numero normalizzato, escluso il primo socio)	6.429,0879	3.394,5984	5.390,3333	5.435,9561	7.592,5636	4.235,3902	9.048,2701	5.089,5736
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale e familiari diversi (Numero normalizzato)	6.429,0879	3.394,5984	5.390,3333	5.435,9561	7.592,5636	4.235,3902	9.048,2701	4.911,5049
CVPROD "Quota fino a 25 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 29 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 35 mila euro"	-	0,3952	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 40 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 45 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	0,2936
CVPROD "Quota fino a 50 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 55 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 60 mila euro"	-	-	0,2016	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 70 mila euro"	-	-	-	0,1007	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 75 mila euro"	0,2494	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 90 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 100 mila euro"	-	-	-	-	0,2079	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 110 mila euro"	-	-	-	-	-	0,2193	-	-
CVPROD "Quota fino a 150 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 170 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 175 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 180 mila euro"	-	-	-	-	-	-	0,1411	-
CVPROD "Quota fino a 210 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 420 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD relativo a "Confezioni in pelle"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD relativo a "Abbigliamento esterno donna" e "Camicie e/o maglie donna"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD relativo a "Pelletteria, accessori e/o valigeria"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD relativo a "Abbigliamento esterno uomo" e "Abbigliamento esterno donna"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD relativo a "Abbigliamento bambino"	-	-	-	-	-	-	-	-
CVPROD relativo al livello del canone di affitto dei locali commerciali a livello comunale	0,1735	0,1902	0,1510	-	0,1540	0,1637	0,1428	0,1935
CORRETTIVI TERRITORIALI								
Correttivo da applicare al coefficiente del (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi)								
<i>Gruppo 1 e Gruppo 4 della Territorialità del commercio a livello comunale</i>	-	-	-	-0,0480	-	-	-	-
Correttivo da applicare al coefficiente del (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi)								
<i>Gruppo 3 e Gruppo 5 della Territorialità del commercio a livello comunale</i>	-	-	-	-	-	-	-	0,0123

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

* La variabile viene normalizzata all'anno in base al numero dei mesi di attività nel corso del periodo d'imposta.

Aree della Territorialità del commercio a livello comunale

Gruppo 1 - Aree con livelli di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale

Gruppo 3 - Aree ad alto livello di benessere, con un tessuto produttivo industriale e una rete commerciale prevalentemente tradizionale

Gruppo 4 - Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale

Gruppo 5 - Aree con benessere molto elevato, in aree urbane e metropolitane fortemente terziarizzate e sviluppate, con una rete distributiva molto evoluta

VARIABILI	CLUSTER 33	CLUSTER 34	CLUSTER 35	CLUSTER 36	CLUSTER 37
Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi (CVPROD)	1,3376	1,2152	1,2628	1,1894	1,1409
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	1,0530	0,6354	0,6557	0,5261	0,9294
Spese per acquisti di servizi	0,9846	1,3101	1,1300	0,9993	1,5089
Altri costi per servizi	0,9846	1,3101	0,4712	0,6967	0,5220
Costo per beni acquisiti in dipendenza di contratti di locazione non finanziaria (noli)	0,9846	1,3101	0,4019	0,6967	0,5220
Valore dei beni strumentali mobili*	0,1621	0,1603	0,0156	0,1327	0,0962
Soci e associati in partecipazione (Numero normalizzato, escluso il primo socio)	-	6.132,3054	5.981,4590	5.055,4690	11.945,8967
Collaboratori dell'impresa familiare e coniugi dell'azienda coniugale e familiari diversi (Numero normalizzato)	-	6.132,3054	3.506,4283	5.055,4690	11.945,8967
CVPROD "Quota fino a 25 mila euro"	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 29 mila euro"	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 35 mila euro"	0,3490	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 40 mila euro"	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 45 mila euro"	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 50 mila euro"	-	0,2485	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 55 mila euro"	-	-	0,1340	-	-
CVPROD "Quota fino a 60 mila euro"	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 70 mila euro"	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 75 mila euro"	-	-	-	0,1440	-
CVPROD "Quota fino a 90 mila euro"	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 100 mila euro"	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 110 mila euro"	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 150 mila euro"	-	-	-	-	0,1032
CVPROD "Quota fino a 170 mila euro"	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 175 mila euro"	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 180 mila euro"	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 210 mila euro"	-	-	-	-	-
CVPROD "Quota fino a 420 mila euro"	-	-	-	-	-
CVPROD relativo a "Confezioni in pelle"	-	-	-	-	-
CVPROD relativo a "Abbigliamento esterno donna" e "Camicie e/o maglie donna"	-	-	-	-	-
CVPROD relativo a "Pelletteria, accessori e/o valigeria"	-	-	-	-	-
CVPROD relativo a "Abbigliamento esterno uomo" e "Abbigliamento esterno donna"	-	-	-	-	-
CVPROD relativo a "Abbigliamento bambino"	-	-	-	-	-
CVPROD relativo al livello del canone di affitto dei locali commerciali a livello comunale	-	-	0,1213	0,1414	0,1446
CORRETTIVI TERRITORIALI	CLUSTER 33	CLUSTER 34	CLUSTER 35	CLUSTER 36	CLUSTER 37
Correttivo da applicare al coefficiente del (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi)					
<i>Gruppo 1 e Gruppo 4 della Territorialità del commercio a livello comunale</i>	-	-	-	-	-
Correttivo da applicare al coefficiente del (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi)					
<i>Gruppo 3 e Gruppo 5 della Territorialità del commercio a livello comunale</i>	-	0,0721	-	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

* La variabile viene normalizzata all'anno in base al numero dei mesi di attività nel corso del periodo d'imposta.

Aree della Territorialità del commercio a livello comunale

Gruppo 1 - Aree con livelli di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale

Gruppo 3 - Aree ad alto livello di benessere, con un tessuto produttivo industriale e una rete commerciale prevalentemente tradizionale

Gruppo 4 - Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale

Gruppo 5 - Aree con benessere molto elevato, in aree urbane e metropolitane fortemente terziarizzate e sviluppate, con una rete distributiva molto evoluta