

ALLEGATO 17

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

STUDIO DI SETTORE UM15A

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 UM15A, evoluzione dello studio TM15A.

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

- 47.77.00 – Commercio al dettaglio di orologi, articoli di gioielleria e argenteria;
- 95.25.00 – Riparazione di orologi e di gioielli.

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 TM15A 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 19.238.

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 331 posizioni.

I principali motivi di esclusione sono stati:

- ricavi dichiarati maggiori di 5.164.569 euro;
- quadro B (unità locale destinata all'attività di vendita) non compilato;
- quadro D (elementi specifici dell'attività) non compilato;
- quadro F (elementi contabili) non compilato;
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia dell'offerta (quadro D);
- errata compilazione delle percentuali relative alla modalità di acquisto (quadro D);
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia della clientela (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 18.907.

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, alle diverse tipologie di clientela, alla localizzazione, alle diverse modalità di espletamento dell'attività, 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 17.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:

- **Ricarico,**
- **Valore aggiunto per addetto.**

Le formule degli indicatori economico-contabili sono riportate nel Sub Allegato 17.C.

Per ogni gruppo omogeneo è stata calcolata la distribuzione ventile¹ di ciascuno degli indicatori precedentemente definiti. Tali distribuzioni sono state costruite distintamente in base all'appartenenza ai gruppi territoriali definiti utilizzando i risultati di uno studio relativo alla "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.

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.

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 17.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” e relative trasformate. 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” e relative trasformate.

Nel Sub Allegato 17.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.

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 17.A).

Nel Sub Allegato 17.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.

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

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:

- Ricarico;
- Durata delle scorte;
- Valore aggiunto per addetto;
- Margine operativo lordo per addetto non dipendente.

Ai fini dell'individuazione dell'intervallo di coerenza economica, per gli indicatori utilizzati sono state analizzate le distribuzioni ventiliiche differenziate per gruppo omogeneo e sulla base della "territorialità del commercio a livello comunale".

In caso di assegnazione a più gruppi omogenei, i valori soglia di coerenza economica vengono ponderati con le relative probabilità di appartenenza e 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 17.C e nel Sub Allegato 17.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 soglia di normalità economica, per gli indicatori "Incidenza dei costi di disponibilità dei beni strumentali mobili rispetto al valore storico degli stessi" e "Incidenza dei costi residuali di gestione sui ricavi" sono state analizzate le distribuzioni ventiliiche differenziate per gruppo omogeneo; per l'indicatore "Durata delle scorte" è stata analizzata la distribuzione ventilica differenziata per gruppo omogeneo e sulla base della "territorialità del commercio a livello comunale".

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. Per l'indicatore "Durata delle scorte", i valori soglia di normalità 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 normalità economica sono riportati, rispettivamente, nel Sub Allegato 17.C e nel Sub Allegato 17.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".

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 1,3470).

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 normale⁴ 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 finali⁵, 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 economica⁶.

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.

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.

⁴ L'indicatore "Durata delle scorte" risulta non normale quando è superiore alla soglia massima di normalità economica, negativo oppure non calcolabile.

⁵ Il valore normale di riferimento delle rimanenze finali è pari a:

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

⁶ 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.

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

CLUSTER	Coefficiente
1	1,4046
2	1,3135
3	1,3844
4	1,1844
5	1,1794
6	1,4521
7	1,3671
8	1,1379
9	1,9510
10	1,4012
11	3,2899
12	1,3487
13	1,3636
14	1,2047
15	1,2329

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%⁷.

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 17.G vengono riportate le variabili ed i rispettivi coefficienti delle “funzioni di ricavo”.

⁷ 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.

SUB ALLEGATI

SUB ALLEGATO 17.A - DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

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

- tipologia dell'offerta;
- dimensione della struttura;
- modalità organizzativa;
- localizzazione del punto vendita.

La tipologia dell'offerta ha consentito di distinguere quelle realtà che si occupano prevalentemente di riparazione e restauro di orologi (cluster 9) o di gioielli (cluster 11) da quelle che presentano un'offerta di prodotti alquanto specializzata (cluster 1, 2, 3, 4, 6, 10, 12, 13). Inoltre ha permesso di individuare quelle imprese che presentano un'offerta piuttosto diversificata (cluster 7, 8 e 14).

Il fattore dimensionale ha permesso di individuare le imprese di grandi e medie dimensioni (cluster 8 e 14).

La modalità organizzativa ha reso possibile caratterizzare le imprese in franchising o associate a gruppi d'acquisto (cluster 15).

La localizzazione del punto vendita ha consentito di rilevare le attività inserite nei centri commerciali al dettaglio (cluster 5).

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

CLUSTER 1 – NEGOZI CON OFFERTA PREVALENTE DI ARTICOLI DI OREFICERIA E GIOIELLERIA DI PROPRIA PRODUZIONE

NUMEROSITÀ: 233

L'elemento di caratterizzazione delle imprese appartenenti al cluster è la vendita di articoli di oreficeria e di gioielleria di propria produzione (64% dei ricavi), a cui il 40% dei soggetti affianca anche il relativo servizio di riparazione e restauro (13% dei ricavi).

Gli spazi adibiti all'esercizio dell'attività si articolano in: 26 mq di locali destinati alla vendita e all'esposizione interna della merce, 13 mq di locali adibiti a laboratorio e 2 metri lineari di vetrine fronte strada.

Le imprese sono organizzate prevalentemente sotto forma di ditta individuale (67% dei casi) ed occupano 2 addetti.

La clientela è costituita da consumatori privati (84% dei ricavi), negozi di orologi e/o gioiellerie e/o oreficerie (34% dei ricavi indicati dal 26% dei rispondenti) nonché altre imprese e/o professionisti (22% dei ricavi per il 32%).

La modalità di acquisto più significativa è da commercianti all'ingrosso (75% degli acquisti).

CLUSTER 2 – NEGOZI CON OFFERTA PREVALENTE DI GIOIELLERIA

NUMEROSITÀ: 1.820

Le imprese appartenenti al cluster presentano un assortimento costituito perlopiù da articoli di gioielleria (56% dei ricavi), ai quali si affiancano gli articoli di argenteria (11%), gli orologi di fascia economica (7%) e l'oreficeria a peso (14% dei ricavi per il 40% dei rispondenti).

Dal punto di vista dimensionale, le imprese dispongono di 34 mq di locali per la vendita e l'esposizione interna della merce e, nel 39% dei casi, di 12 mq di magazzino. L'esposizione fronte strada (vetrine) è di 3 metri lineari.

Le imprese sono organizzate nel 60% dei casi in forma di ditta individuale e, per la restante parte, in società. Per lo svolgimento dell'attività si avvalgono di 1 o 2 addetti.

La tipologia di clientela pressoché esclusiva è costituita da privati (96% dei ricavi).

La modalità di acquisto prevalente è da grossisti (61% degli acquisti) ed, in misura minore, direttamente da imprese produttrici (34%).

CLUSTER 3 – NEGOZI CON OFFERTA PREVALENTE DI OROLOGI DI FASCIA ECONOMICA

NUMEROSITÀ: 1.592

Le imprese appartenenti al cluster presentano un'offerta costituita prevalentemente da orologi di fascia economica (57% dei ricavi), a cui il 48% dei soggetti affianca anche il servizio di riparazione e restauro (13%).

Dal punto di vista delle superfici, i negozi dispongono di un'area destinata alla vendita e all'esposizione interna della merce di 28 mq e, nel 42% dei casi, di un magazzino di 12 mq. L'esposizione fronte strada (vetrine) è pari a 3 metri lineari.

Le imprese sono organizzate nella maggior parte dei casi (74% dei soggetti) come ditte individuali e generalmente è presente un solo addetto.

La tipologia di clientela pressoché esclusiva è costituita da privati (97% dei ricavi).

Il canale di approvvigionamento preferenziale risulta essere l'ingrosso con un'incidenza del 71% sugli acquisti.

CLUSTER 4 – NEGOZI CON OFFERTA PREVALENTE DI OROLOGI DI GAMMA MEDIO-ALTA

NUMEROSITÀ: 357

Al cluster appartengono i negozi con un assortimento costituito perlopiù da orologi di fascia media (26% dei ricavi) piuttosto che di fascia alta (27%).

Le strutture dispongono di 49 mq di locali per la vendita e l'esposizione interna della merce e di 14 mq di spazi adibiti a magazzino. L'esposizione fronte strada è costituita da 4 metri lineari di vetrine.

Le imprese appartenenti al cluster sono organizzate nel 67% dei casi in forma di società, e generalmente si avvalgono di 3 addetti.

La tipologia di clientela principale è costituita da privati (88% dei ricavi) e da altre imprese e/o professionisti (8%).

Le fonti di approvvigionamento principali sono rappresentate dalle imprese produttrici (48% degli acquisti) e da commercianti all'ingrosso (36%); il 24% dei rispondenti, inoltre, dichiara di acquistare da privati (65% degli acquisti).

Appartengono al cluster in esame punti vendita che possono essere definiti di particolare prestigio: questo è desumibile innanzitutto dall'assortimento trattato, ma è anche confermato dal fatto che le imprese del cluster risultano, nel 59% dei casi, concessionari/esclusivisti di un prodotto e, nel 35% dei casi, punti vendita autorizzati all'assistenza di una marca.

Di frequente si riscontrano costi per il servizio di riparazione e restauro di orologi effettuato da terzi (circa 6.400 euro).

CLUSTER 5 – NEGOZI LOCALIZZATI PREVALENTEMENTE IN CENTRI COMMERCIALI

NUMEROSITÀ: 352

Le imprese appartenenti al cluster in esame si caratterizzano per la localizzazione in centri commerciali al dettaglio. Per quanto riguarda la tipologia dell'offerta, questa risulta piuttosto diversificata: orologi di fascia economica (24% dei ricavi), oreficeria a peso (12%), gioielleria (15%), argenteria (11%), oreficeria a cartellino (12%) ed oggettistica in materiale prezioso e monili in argento (11%).

Gli spazi destinati all'esercizio dell'attività si articolano in 78 mq di locali per la vendita e l'esposizione interna della merce ed in 13 mq di magazzino. Le vetrine fronte strada si estendono su 4 metri lineari.

Le imprese sono organizzate nel 68% dei casi sotto forma di società; gli addetti impiegati generalmente risultano pari a 3.

La tipologia di clientela pressoché esclusiva è rappresentata da consumatori privati (97% dei ricavi).

Per l'approvvigionamento delle merci, risulta consistente il ricorso a commercianti all'ingrosso (63% degli acquisti).

In linea con la specificità del cluster, le spese sostenute per beni e/o servizi comuni sono frequenti e risultano essere pari ad oltre 3.700 euro.

CLUSTER 6 – NEGOZI CON OFFERTA PREVALENTE DI OGGETTISTICA IN MATERIALE PREZIOSO E MONILI IN ARGENTO

NUMEROSITÀ: 860

Le imprese del modello si contraddistinguono per l'offerta orientata prevalentemente verso l'oggettistica in materiale prezioso e monili in argento (53% dei ricavi) affiancata, di frequente, dalla vendita di articoli di argenteria (13%) e di orologi di fascia economica (10%).

Le dimensioni delle strutture sono piuttosto contenute, con locali destinati alla vendita e all'esposizione interna della merce di 35 mq e locali adibiti a magazzino di 8 mq. L'esposizione fronte strada (vetrine) è di 3 metri lineari.

Si tratta di imprese, organizzate nel 64% dei casi sotto forma di ditta individuale, nelle quali si riscontra spesso la presenza di un unico addetto.

La tipologia di clientela pressoché esclusiva è rappresentata da consumatori privati (96% dei ricavi).

Il ricorso a commercianti all'ingrosso e a ditte produttrici presenta un'incidenza sul totale degli acquisti pari rispettivamente al 69% ed al 29%.

CLUSTER 7 – NEGOZI DI PICCOLE DIMENSIONI CON UN'AMPIA GAMMA DI MERCEOLOGIE IN ASSORTIMENTO

NUMEROSITÀ: 5.409

Le imprese appartenenti al cluster si contraddistinguono per l'ampia gamma dell'assortimento. Il ventaglio di offerta comprende infatti: orologi di fascia economica (17% dei ricavi), oreficeria a peso (16%), gioielleria (13%), argenteria (12%), oreficeria a cartellino (9%) ed oggettistica in materiale prezioso e monili in argento (9%). Oltre il 40% dei soggetti affianca all'offerta del punto vendita il servizio di riparazione e restauro (anche se effettuato da terzi) di orologi (9% dei ricavi) e nel 34% dei casi di articoli di gioielleria e/o oreficeria (8%).

L'attività viene svolta in strutture di piccole dimensioni generalmente composte da 30 mq di locali destinati alla vendita e all'esposizione interna della merce, 3 metri lineari di vetrine e nel 47% dei casi 12 mq di magazzino.

Le imprese sono organizzate nel 69% dei casi sotto forma di ditta individuale e, per la restante parte, in società. Si riscontra la presenza di 1 o 2 addetti.

La tipologia di clientela pressoché esclusiva è rappresentata da consumatori privati (96% dei ricavi).

Il canale di approvvigionamento prevalente risulta essere l'ingrosso con un'incidenza del 72% sugli acquisti complessivi.

CLUSTER 8 – NEGOZI DI PIÙ GRANDI DIMENSIONI CON VASTO ASSORTIMENTO DI PRODOTTI

NUMEROSITÀ: 274

L'elemento di maggiore caratterizzazione delle imprese appartenenti al cluster è la disponibilità di una struttura più articolata e complessa per lo svolgimento dell'attività: 178 mq di locali per la vendita e l'esposizione interna della merce, 79 mq di magazzino, 18 mq di uffici e 11 metri lineari di vetrine fronte strada; anche il numero degli addetti coinvolti nell'attività, pari a 6, risulta essere nettamente superiore alla media degli altri cluster. I punti vendita appartenenti al cluster in esame offrono un assortimento di prodotti molto ampio: orologi di fascia economica (13% dei ricavi) e fascia media (6%), articoli di gioielleria (17%), argenteria (17%), oreficeria a peso (12%) ed oreficeria a cartellino (9%).

Il 75% delle imprese adotta la natura giuridica di società mentre la restante parte risulta organizzata in forma di ditta individuale.

La clientela è rappresentata essenzialmente da consumatori privati (91% dei ricavi); di frequente il servizio viene rivolto anche ad altre imprese e/o professionisti, ma con un apporto comunque marginale (7%) sui ricavi complessivi.

Le ditte produttrici ed i commercianti all'ingrosso pesano sul totale degli acquisti rispettivamente il 54% ed il 44%.

Le realtà appartenenti a questo gruppo sostengono spese per il servizio di riparazione e restauro effettuato da terzi di orologi (nel 41% dei casi circa 8.000 euro) e di articoli di gioielleria e/o di oreficeria (nel 35% dei casi

circa 9.000 euro). Inoltre nel 23% dei casi sono sostenute spese per circa 9.200 euro relative all'acquisto dei pezzi di ricambio e dei materiali di consumo.

CLUSTER 9 – LABORATORI DI RIPARAZIONE E RESTAURO DI OROLOGI

NUMEROSITÀ: 822

Al cluster appartengono le imprese che offrono prevalentemente (86% dei ricavi) il servizio di riparazione e restauro di orologi. L'attività di vendita, difatti, è poco frequente e perlopiù si concentra sugli orologi di fascia economica (20% dei ricavi per il 28% dei soggetti).

Gli spazi destinati all'esercizio dell'attività sono piuttosto contenuti: 15 mq di laboratorio e 10 mq di locali per la vendita e l'esposizione interna della merce.

Le imprese in oggetto nel 91% dei casi sono ditte individuali, nelle quali è generalmente presente un solo addetto.

La tipologia di clientela è costituita, oltre che da consumatori privati (70% dei ricavi), anche da negozi di orologi e/o gioiellerie e/o oreficerie (58% dei ricavi per il 36% dei soggetti).

Il canale all'ingrosso rappresenta la fonte primaria di approvvigionamento (79% degli acquisti).

In linea con la specificità dell'offerta, le imprese sostengono un costo di quasi 5.600 euro per l'acquisto dei pezzi di ricambio e del materiale di consumo per la riparazione ed il restauro degli orologi.

CLUSTER 10 – NEGOZI CON OFFERTA PREVALENTE DI ARTICOLI DI ARGENTERIA

NUMEROSITÀ: 842

Le imprese del modello si contraddistinguono per l'offerta costituita prevalentemente da articoli di argenteria (66% dei ricavi).

Le strutture dispongono di locali destinati alla vendita e all'esposizione interna della merce di 42 mq e di spazi adibiti a magazzino di 11 mq. L'esposizione fronte strada è di 3 metri lineari.

Si tratta di imprese, organizzate nel 64% dei casi sotto forma di ditta individuale, nelle quali si riscontra la presenza di 1 o 2 addetti.

La clientela pressoché esclusiva è rappresentata da consumatori privati (94% dei ricavi).

In merito all'approvvigionamento delle merci, il 66% degli acquisti è effettuato da commercianti all'ingrosso ed il 32% da ditte produttrici.

CLUSTER 11 – LABORATORI DI RIPARAZIONE E RESTAURO DI GIOIELLI E OREFICERIA

NUMEROSITÀ: 419

Al cluster appartengono le imprese che svolgono quasi esclusivamente (92% dei ricavi) il servizio di riparazione e restauro di gioielli e oreficeria. L'attività di vendita è poco frequente ed interessa perlopiù gli articoli di propria produzione (16% dei ricavi per il 18% dei soggetti).

Il laboratorio occupa una superficie di 23 mq. Nel 29% dei casi la struttura presenta, inoltre, locali destinati alla vendita e all'esposizione interna della merce di 16 mq.

Appartengono al cluster le imprese organizzate quasi esclusivamente come ditta individuale (91% dei soggetti), in cui generalmente lavora un solo addetto.

La clientela è costituita prevalentemente da consumatori privati (55% dei ricavi) e da negozi di orologi e/o gioiellerie e/o oreficerie (33%).

Per l'approvvigionamento delle merci le imprese ricorrono perlopiù a commercianti all'ingrosso (79% degli acquisti).

CLUSTER 12 – NEGOZI CON OFFERTA PREVALENTE DI ARTICOLI DI OREFICERIA A CARTELLINO

NUMEROSITÀ: 1.392

Le imprese appartenenti al cluster trattano una vasta gamma di merceologie ma realizzano la quota maggiore di ricavi (50%) dalla vendita di articoli di oreficeria a cartellino.

La superficie destinata alla vendita e all'esposizione interna della merce è di 33 mq; il 46% dei soggetti presenta, inoltre, 14 mq di magazzino. L'esposizione fronte strada (vetrine) è di 3 metri lineari.

Le imprese sono organizzate nel 61% dei casi sotto forma di ditta individuale e per la restante parte in società.

Nello svolgimento dell'attività sono coinvolti 1 o 2 addetti.

La clientela pressoché esclusiva è rappresentata da consumatori privati (97% dei ricavi).

Il canale preferenziale di approvvigionamento risulta essere l'ingrosso (72% degli acquisti).

CLUSTER 13 – NEGOZI CON OFFERTA PREVALENTE DI ARTICOLI DI OREFICERIA A PESO

NUMEROSITÀ: 2.512

Il cluster concentra le imprese che realizzano la quota maggiore di ricavi (56%) dalla vendita di articoli di oreficeria a peso.

I negozi presentano locali destinati alla vendita e all'esposizione interna della merce di 31 mq e, nel 43%, dei casi, locali adibiti a magazzino di 14 mq. L'esposizione fronte strada (vetrine) è di 2 metri lineari.

Le imprese adottano di frequente (75% dei casi) la forma giuridica di ditta individuale; per quanto riguarda il personale impiegato nell'attività si riscontra la presenza di 1 o 2 addetti.

La clientela pressoché esclusiva è rappresentata da consumatori privati (97% dei ricavi).

Per l'approvvigionamento delle merci queste realtà fanno ampio ricorso a commercianti all'ingrosso (81% degli acquisti).

CLUSTER 14 – NEGOZI DI MEDIE DIMENSIONI CON VASTO ASSORTIMENTO DI PRODOTTI

NUMEROSITÀ: 1.781

Nel cluster rientrano le imprese che svolgono l'attività commerciale in strutture di medie dimensioni. I locali destinati alla vendita e all'esposizione interna della merce coprono, difatti, una superficie di 72 mq e gli spazi adibiti a magazzino sono di 26 mq; il 28% dei soggetti dispone, inoltre, di 15 mq di laboratorio. L'esposizione fronte strada (vetrine) è pari a 6 metri lineari. La tipologia di offerta è piuttosto diversificata ed è costituita prevalentemente da: orologi di fascia economica (17% dei ricavi) e fascia media (6%), gioielleria (17%), oreficeria a peso (15%), argenteria (11%) ed oreficeria a cartellino (10%).

Il 56% delle imprese è organizzato in società mentre la restante parte sotto forma di ditta individuale; gli addetti coinvolti nell'attività generalmente risultano essere 2 o 3.

La clientela di riferimento pressoché esclusiva è rappresentata da consumatori privati (95% dei ricavi).

Gli acquisti avvengono per il 54% da commercianti all'ingrosso e per il 44% da ditte produttrici.

Il 27% dei soggetti sostiene inoltre spese per il servizio di riparazione e restauro effettuato da terzi di articoli di gioielleria e/o di oreficeria (3.900 euro) e di orologi (nel 39% dei casi circa 3.000 euro).

CLUSTER 15 – NEGOZI IN FRANCHISING/AFFILIAZIONE O ASSOCIATI A GRUPPI D'ACQUISTO

NUMEROSITÀ: 233

Si tratta di imprese organizzate perlopiù in franchising/affiliazione o associate a gruppi d'acquisto, infatti gli approvvigionamenti delle merci avvengono principalmente tramite "gruppi di acquisto, unioni volontarie, consorzi, cooperative, franchisor, affiliante" (64% degli acquisti). In merito alla tipologia di offerta, questa risulta prevalentemente orientata alla vendita di orologi di fascia economica (22% dei ricavi) e di oreficeria a cartellino (20%); seguono gli articoli di argenteria (13%) e di gioielleria (12%).

I punti vendita si compongono di 47 mq di locali per la vendita e l'esposizione interna della merce, 10 mq di magazzino e 3 metri lineari di vetrine.

Si tratta di imprese equamente ripartite tra ditte individuali e società, in cui operano 2 o 3 addetti.

La clientela di riferimento pressoché esclusiva è rappresentata da consumatori privati (94% dei ricavi).

SUB ALLEGATO 17.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:

- Mq dei locali per la vendita e l'esposizione interna della merce
- Mq dei locali destinati a magazzino
- Localizzazione (1 = autonoma; 2 = esercizio inserito in centro commerciale al dettaglio; 3 = in altre strutture)
- Costi e spese sostenute per beni e/o servizi comuni (in caso di localizzazione non autonoma)
- Strutture non annesse alle unità locali destinate alla vendita: Mq dei locali destinati a magazzino e/o deposito

QUADRO D:

- Prodotti venduti: Orologi di altissima gamma (oltre 8.000 euro)
- Prodotti venduti: Orologi di alta gamma (oltre 3.000 e fino a 8.000 euro)
- Prodotti venduti: Orologi di fascia media (oltre 500 e fino a 3.000 euro)
- Prodotti venduti: Orologi di fascia economica (fino a 500 euro)
- Prodotti venduti: Oggettistica in materiale prezioso e monili in argento
- Prodotti venduti: Argenteria
- Prodotti venduti: Gioielleria
- Prodotti venduti: Oreficeria a peso
- Prodotti venduti: Oreficeria a cartellino
- Prodotti venduti: Oreficeria e gioielleria di propria produzione
- Servizi offerti: Riparazione e restauro di orologi (anche se effettuate da terzi)
- Servizi offerti: Riparazione e restauro di gioielli e oreficeria (anche se effettuate da terzi)
- Modalità di acquisto: Da e/o attraverso gruppi di acquisto, unioni volontarie, consorzi, cooperative, franchisor, affiliante
- Modalità organizzativa: In franchising/affiliato
- Costi e spese specifici: Costi sostenuti per l'acquisto dei pezzi di ricambio e del materiale di consumo per la riparazione e manutenzione degli orologi

SUB ALLEGATO 17.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** = $(\text{Costi di disponibilità dei beni strumentali mobili} * 100) / (\text{Valore dei beni strumentali mobili}^8)$;
- **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** = $(\text{Margine operativo lordo} / 1.000) / (\text{Numero addetti non dipendenti}^9)$;
- **Ricarico** = $(\text{Ricavi dichiarati}) / (\text{Costo del venduto} + \text{Costo per la produzione di servizi})$;
- **Valore aggiunto per addetto** = $(\text{Valore aggiunto} / 1000) / (\text{Numero addetti}^{10})$.

⁸ La variabile viene normalizzata all'anno in base al numero dei mesi di attività nel corso del periodo d'imposta.

⁹ 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

¹⁰ 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 mobili 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 17.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, 2, 4 e 7	12°	nessuno	4°	nessuno
1	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	10°	nessuno	2°	nessuno
2	Gruppo territoriale 1, 2, 4 e 7	9°	nessuno	5°	nessuno
2	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	8°	nessuno	4°	nessuno
3	Gruppo territoriale 1, 2, 4 e 7	10°	nessuno	4°	nessuno
3	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	9°	nessuno	3°	nessuno
4	Gruppo territoriale 1, 2, 4 e 7	8°	nessuno	6°	nessuno
4	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	6°	nessuno	5°	nessuno
5	Gruppo territoriale 1, 2, 4 e 7	6°	nessuno	5°	nessuno
5	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	6°	nessuno	4°	nessuno
6	Gruppo territoriale 1, 2, 4 e 7	12°	nessuno	4°	nessuno
6	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	11°	nessuno	3°	nessuno
7	Gruppo territoriale 1, 2, 4 e 7	8°	nessuno	3°	nessuno
7	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	8°	nessuno	2°	nessuno
8	Gruppo territoriale 1, 2, 4 e 7	5°	nessuno	5°	nessuno
8	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	5°	nessuno	4°	nessuno
9	Gruppo territoriale 1, 2, 4 e 7	11°	nessuno	4°	nessuno
9	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	9°	nessuno	3°	nessuno
10	Gruppo territoriale 1, 2, 4 e 7	10°	nessuno	3°	nessuno
10	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	9°	nessuno	3°	nessuno
11	Gruppo territoriale 1, 2, 4 e 7	11°	nessuno	2°	nessuno
11	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	10°	nessuno	2°	nessuno
12	Gruppo territoriale 1, 2, 4 e 7	9°	nessuno	3°	nessuno
12	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	9°	nessuno	2°	nessuno
13	Gruppo territoriale 1, 2, 4 e 7	9°	nessuno	4°	nessuno
13	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	8°	nessuno	2°	nessuno
14	Gruppo territoriale 1, 2, 4 e 7	6°	nessuno	4°	nessuno
14	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	5°	nessuno	3°	nessuno
15	Gruppo territoriale 1, 2, 4 e 7	8°	nessuno	3°	nessuno
15	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	6°	nessuno	2°	nessuno

SUB ALLEGATO 17.E - VALORI SOGLIA PER GLI INDICATORI DI COERENZA

Cluster	Modalità di distribuzione	Durata delle scorte (in giorni)		Ricarico		Valore aggiunto per addetto (in migliaia di euro)		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, 2, 4 e 7	0	882,96	1,89	12,83	10,83	91,42	10,83	99999
1	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	0	882,96	1,89	12,83	14,59	91,42	14,59	99999
2	Gruppo territoriale 1, 2, 4 e 7	0	1.068,65	1,43	3,64	11,01	91,42	11,01	99999
2	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	0	1.068,65	1,49	3,64	13,24	91,42	13,24	99999
3	Gruppo territoriale 1, 2, 4 e 7	0	883,62	1,43	3,45	10,35	112,94	10,35	99999
3	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	0	883,62	1,46	3,45	12,98	112,94	12,98	99999
4	Gruppo territoriale 1, 2, 4 e 7	0	844,86	1,29	3,54	19,56	247,66	19,56	99999
4	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	0	844,86	1,32	3,54	24,61	247,66	24,61	99999
5	Gruppo territoriale 1, 2, 4 e 7	0	805,70	1,44	4,32	15,17	107,41	15,17	99999
5	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	0	805,70	1,47	4,32	15,69	107,41	15,69	99999
6	Gruppo territoriale 1, 2, 4 e 7	0	925,90	1,53	3,85	10,85	105,93	10,85	99999
6	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	0	925,90	1,57	3,85	12,26	105,93	12,26	99999
7	Gruppo territoriale 1, 2, 4 e 7	0	998,62	1,42	3,74	10,07	82,01	10,07	99999
7	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	0	998,62	1,44	3,74	12,09	82,01	12,09	99999
8	Gruppo territoriale 1, 2, 4 e 7	0	885,56	1,37	2,78	23,19	123,56	23,19	99999
8	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	0	860,71	1,42	2,78	24,37	123,56	24,37	99999
9	Gruppo territoriale 1, 2, 4 e 7	0	878,53	2,18	14,13	7,74	62,37	7,74	99999
9	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	0	878,53	2,18	14,13	9,48	62,37	9,48	99999
10	Gruppo territoriale 1, 2, 4 e 7	0	1.052,65	1,48	3,99	7,87	91,42	7,87	99999
10	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	0	1.052,65	1,52	3,99	8,06	91,42	8,06	99999
11	Gruppo territoriale 1, 2, 4 e 7	0	836,33	2,93	22,55	8,37	62,37	8,37	99999
11	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	0	836,33	2,93	22,55	9,95	62,37	9,95	99999
12	Gruppo territoriale 1, 2, 4 e 7	0	1.070,40	1,38	3,48	10,76	123,56	10,76	99999
12	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	0	1.070,40	1,46	3,48	11,82	123,56	11,82	99999
13	Gruppo territoriale 1, 2, 4 e 7	0	1.033,51	1,44	3,42	10,56	123,56	10,56	99999
13	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	0	1.033,51	1,48	3,42	11,34	123,56	11,34	99999
14	Gruppo territoriale 1, 2, 4 e 7	0	929,58	1,38	2,38	16,80	123,56	16,80	99999
14	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	0	929,58	1,42	2,38	17,62	123,56	17,62	99999
15	Gruppo territoriale 1, 2, 4 e 7	0	736,27	1,48	3,04	11,83	117,73	11,83	99999
15	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	0	736,27	1,46	3,04	14,97	117,73	14,97	99999

SUB ALLEGATO 17.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	17,68
	2	Tutti i soggetti	17,68
	3	Tutti i soggetti	17,68
	4	Tutti i soggetti	16,66
	5	Tutti i soggetti	17,68
	6	Tutti i soggetti	17,68
	7	Tutti i soggetti	17,68
	8	Tutti i soggetti	17,68
	9	Tutti i soggetti	17,68
	10	Tutti i soggetti	17,68
	11	Tutti i soggetti	17,68
	12	Tutti i soggetti	17,68
	13	Tutti i soggetti	17,68
	14	Tutti i soggetti	17,68
	15	Tutti i soggetti	17,68
Durata delle scorte (in giorni)	1	Gruppo territoriale 1, 2, 4 e 7	882,96
	1	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	882,96
	2	Gruppo territoriale 1, 2, 4 e 7	1.068,65
	2	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	1.068,65
	3	Gruppo territoriale 1, 2, 4 e 7	883,62
	3	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	883,62
	4	Gruppo territoriale 1, 2, 4 e 7	844,86
	4	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	844,86
	5	Gruppo territoriale 1, 2, 4 e 7	805,70
	5	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	805,70
	6	Gruppo territoriale 1, 2, 4 e 7	925,90
	6	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	925,90
	7	Gruppo territoriale 1, 2, 4 e 7	998,62
	7	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	998,62
	8	Gruppo territoriale 1, 2, 4 e 7	885,56
	8	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	860,71
	9	Gruppo territoriale 1, 2, 4 e 7	878,53
	9	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	878,53
	10	Gruppo territoriale 1, 2, 4 e 7	1.052,65
	10	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	1.052,65
	11	Gruppo territoriale 1, 2, 4 e 7	836,33
	11	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	836,33
	12	Gruppo territoriale 1, 2, 4 e 7	1.070,40
	12	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	1.070,40
	13	Gruppo territoriale 1, 2, 4 e 7	1.033,51
	13	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	1.033,51
	14	Gruppo territoriale 1, 2, 4 e 7	929,58
	14	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	929,58
	15	Gruppo territoriale 1, 2, 4 e 7	736,27
	15	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	736,27

INDICATORE	CLUSTER	Modalità di distribuzione	Soglia massima
Incidenza dei costi residuali di gestione sui ricavi	1	Tutti i soggetti	5,70
	2	Tutti i soggetti	4,92
	3	Tutti i soggetti	5,30
	4	Tutti i soggetti	4,58
	5	Tutti i soggetti	5,84
	6	Tutti i soggetti	5,57
	7	Tutti i soggetti	4,58
	8	Tutti i soggetti	4,83
	9	Tutti i soggetti	4,55
	10	Tutti i soggetti	4,60
	11	Tutti i soggetti	5,71
	12	Tutti i soggetti	5,53
	13	Tutti i soggetti	5,79
	14	Tutti i soggetti	5,15
	15	Tutti i soggetti	4,96

SUB ALLEGATO 17.G - COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8	CLUSTER 9	CLUSTER 10	CLUSTER 11	CLUSTER 12	CLUSTER 13	CLUSTER 14	CLUSTER 15
Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi	1,3308	1,2072	1,2268	1,2308	1,2254	1,2862	1,2326	1,1666	1,2904	1,2687	1,2629	1,2547	1,2249	1,2108	1,3079
Logaritmo in base 10 di (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi + Altri costi per servizi + Costi per il godimento di beni di terzi acquisiti in dipendenza di contratti di locazione non finanziaria (noli) + Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse dal lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa+ 10)	3.660,9215	2.982,9998	2.602,8456	-	-	2.872,0414	2.872,8411	-	3.356,3714	2.202,2960	3.978,4223	2.617,2476	2.354,4870	-	2.666,9225
Costo del venduto - quota fino a 30.000 euro	-	-	-	-	0,4824	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Costo del venduto - quota fino a 120.000 euro	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,1703	-
Costo del venduto - quota fino a 320.000 euro	-	-	-	0,1103	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) relativo al livello del canone di affitto dei locali commerciali a livello comunale	-	-	0,0965	-	-	-	0,0863	-	-	0,0921	-	-	0,0709	-	-
Spese per acquisti di servizi	0,9425	1,3708	0,6001	0,3108	0,9347	0,8421	0,9114	1,0276	1,6806	1,1592	0,7326	0,8191	1,0592	0,9829	1,0806
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse dal lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	0,9425	1,0004	0,8336	0,9620	0,8882	0,8421	0,9045	1,0276	0,8837	0,8736	1,2785	0,9373	0,8488	0,9411	0,7279
Altri costi per servizi + Costi per il godimento di beni di terzi acquisiti in dipendenza di contratti di locazione non finanziaria (noli)	0,9425	0,4550	0,6001	0,3108	0,5905	0,8421	0,2883	1,0276	0,7697	0,6375	0,6684	0,7181	0,5948	0,3388	0,3100
Valore dei beni strumentali mobili*	0,0968	0,0755	0,0560	0,0877	0,2049	0,0707	0,0709	0,1340	0,0900	0,0401	0,0914	0,0725	0,0494	0,1196	0,0757
Soci e associati in partecipazione (numero normalizzato, escluso il primo socio)	8.199,6358	10.165,1585	5.901,6584	8.834,6332	6.096,3726	4.938,7876	8.581,6980	12.431,6980	10.724,8821	6.243,3151	11.949,3301	9.491,3802	9.528,1768	9.549,0513	8.355,5719
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale e familiari diversi che prestano attività nell'impresa (numero normalizzato)	8.199,6358	8.861,8821	5.901,6584	8.834,6332	6.096,3726	4.938,7876	5.789,7084	12.431,6980	10.724,8821	6.243,3151	11.949,3301	5.341,5123	6.037,9479	9.549,0513	8.355,5719

- 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.

CORRETTIVI TERRITORIALI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8	CLUSTER 9	CLUSTER 10	CLUSTER 11	CLUSTER 12	CLUSTER 13	CLUSTER 14	CLUSTER 15
Comettivo 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>	-	-	-	-	-	-0,0816	-0,0351	-	-	-	-	-0,0569	-0,0334	-0,0458	-
Comettivo 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>	-	0,0679	-	-	-	0,0409	-	-	-	-	-	0,0427	-	-	-
Comettivo da applicare al coefficiente del logaritmo in base 10 del (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi +10) <i>Gruppo 1, Gruppo 2, Gruppo 4 e Gruppo 7 della territorialità del commercio a livello Comunale</i>	-	-	-	-	-	-	-357,8705	-	-	-	-	-	-	-	-
Comettivo da applicare al coefficiente del logaritmo in base 10 del (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi + 10) <i>Gruppo 3, Gruppo 5 e Gruppo 6 della territorialità del commercio a livello comunale</i>	-	-	695,6026	-	-	-	-	-	-	369,2666	-	-	587,1834	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

Aree della Territorialità del commercio a livello comunale

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

Gruppo 2 - Aree con elevata dotazione di servizi commerciali specialmente tradizionali; livello di benessere medio

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

Gruppo 6 - Aree di medio-piccole dimensioni con una marcata presenza di grandi superfici commerciali, con alto livello di benessere e un sistema economico-produttivo

Gruppo 7 - Aree a livello medio di benessere, con un sistema produttivo prevalentemente industriale e con una rete distributiva poco modernizzata