

Studio di settore TM03A - Commercio al dettaglio ambulante a posteggio fisso e itinerante di alimentari e bevande.

L'attività interessata è quella relativa ai codici di attività:

52.62.1 – Commercio al dettaglio ambulante a posteggio fisso di alimentari e bevande;

52.63.3 – Commercio al dettaglio ambulante itinerante di alimentari e bevande.

Lo studio di settore TM03A (approvato con decreto del Ministro dell'Economia e delle Finanze del 17 marzo 2005, pubblicato nel Supplemento Straordinario della G.U. n. 74 del 31 marzo 2005) sostituisce, a decorrere dal periodo d'imposta 2004, lo studio SM03A, approvato con decreto ministeriale del 30 marzo 1999 e relativo alle medesime attività.

L'evoluzione dello studio di settore è stata condotta analizzando i modelli per la comunicazione dei dati rilevanti ai fini dell'applicazione degli Studi di Settore relativi al modello Unico 2003, completati con ulteriori informazioni contenute nel questionario ESM03 inviato ai contribuenti nell'anno 2003 per il periodo d'imposta 2002.

Tra le principali novità dello studio in oggetto, è possibile evidenziare un miglioramento dei modelli organizzativi, con l'individuazione di gruppi omogenei diversi ed ulteriori rispetto a quelli caratterizzanti il precedente studio, passando dagli 8 cluster che caratterizzavano la precedente versione ai 15 attuali.

La suddivisione dei contribuenti in gruppi omogenei è avvenuta principalmente sulla base dei seguenti elementi:

- modalità organizzativa;
- specializzazione dell'assortimento;
- ubicazione.

L'analisi ha permesso di distinguere gli operatori che svolgono l'attività di commercio al dettaglio ambulante in posteggio fisso da quelli che svolgono attività itinerante.

Per quanto riguarda la specializzazione dell'assortimento, è stato possibile suddividere tra operatori specializzati nelle diverse categorie merceologiche del settore alimentare.

L'ubicazione delle imprese, infine, ha permesso di identificare un gruppo di soggetti la cui attività è localizzata in prossimità di edifici religiosi, siti archeologici e monumenti o altri luoghi di interesse nazionale.

Nella definizione delle funzioni di regressione si è tenuto conto delle possibili differenze di risultati economici legate alla tipologia di prodotti merceologici venduti.

Sono state analizzate anche le possibili differenze di risultati economici legate al luogo di svolgimento dell'attività.

A tale scopo si sono utilizzati i risultati degli studi relativi alle "territorialità degli studi a livello comunale", "territorialità del commercio a livello provinciale", "territorialità del

commercio a livello regionale” che hanno avuto come obiettivo la suddivisione del territorio nazionale in aree omogenee in rapporto al:

- grado di modernizzazione;
- grado di copertura dei servizi di prossimità;
- grado di sviluppo socio-economico.

Tali variabili hanno prodotto, ove le differenze territoriali non fossero state colte completamente nella cluster analysis, valori correttivi da applicare, anche alle attività itineranti, nella stima del ricavo di riferimento, al coefficiente della variabile “costo del venduto”.