

ALLEGATO 11

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

STUDIO DI SETTORE SM27B

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

CRITERI PER LA COSTRUZIONE DELLO STUDIO DI SETTORE

Di seguito vengono esposti i criteri seguiti per la costruzione dello studio di settore.

Oggetto dello studio è l'attività economica:

- 52.23.0 - Commercio al dettaglio di pesci, crostacei e molluschi.

La finalità perseguita è di determinare un "ricavo potenziale" tenendo conto non solo di variabili contabili, ma anche di variabili strutturali in grado di determinare il risultato di un'impresa.

A tale scopo, nell'ambito dello studio, vanno individuate le relazioni tra le variabili contabili e le variabili strutturali, per analizzare i possibili processi produttivi e i diversi modelli organizzativi impiegati nell'espletamento dell'attività.

Al fine di conoscere le informazioni relative alle strutture produttive in oggetto si è progettato ed inviato ai contribuenti interessati un questionario per rilevare tali informazioni (il codice del questionario relativo allo studio in oggetto è SM27).

Il numero dei questionari inviati è stato pari a 6.170. I questionari restituiti sono stati 3.166, pari al 51,3 % degli inviati.

Sui questionari sono state condotte analisi statistiche per rilevare la completezza, la correttezza e la coerenza delle informazioni in essi contenute.

Tali analisi hanno comportato, ai fini della definizione dello studio, lo scarto di 906 questionari, pari al 28,6 % dei questionari rientrati.

I principali motivi di scarto sono stati:

- ricavi dichiarati maggiori di 10 miliardi di lire;
- quadro B del questionario (unità locali destinate all'attività di vendita) non compilato;
- quadro M del questionario (elementi contabili) non compilato;
- presenza di attività secondarie con un'incidenza sui ricavi complessivi superiore al 20 %;
- esercizio dell'attività commerciale in più punti vendita;
- errata compilazione delle percentuali relative ai prodotti merceologici venduti (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative alle modalità d'acquisto (quadro H del questionario);
- incongruenze fra i dati strutturali e i dati contabili contenuti nel questionario.

A seguito degli scarti effettuati, il numero dei questionari oggetto delle successive analisi è risultato pari a 2.260.

IDENTIFICAZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

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

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

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

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

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

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

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

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

Le variabili prese in esame nell'Analisi in Componenti Principali sono quelle presenti in tutti i quadri di cui si compone il questionario ad eccezione del quadro M che contiene gli stessi dati contabili presenti nella dichiarazione dei redditi. Tale scelta nasce dall'esigenza di caratterizzare le imprese in base ai possibili modelli organizzativi, alle diverse tipologie di prodotti venduti, alle varie modalità di acquisto, etc.; tale caratterizzazione è possibile solo utilizzando le informazioni relative alle strutture operative, al mercato di riferimento e a tutti quegli elementi specifici che caratterizzano le diverse realtà economiche e produttive di una impresa.

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

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

DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Gli elementi emersi dall'analisi come caratterizzanti le attività sono:

- tipologia di prodotto venduto;
- localizzazione;
- modalità di acquisto;
- struttura organizzativa.

Si evidenzia una forte specializzazione sulla vendita di pesci, crostacei e molluschi freschi, la quale caratterizza con percentuali molto alte tutti i cluster. Questo elemento trova una sua naturale giustificazione per le caratteristiche proprie del prodotto, difficilmente associabile ad altri beni alimentari. Si evidenzia, comunque, la presenza di esercizi che affiancano la vendita di prodotti surgelati al prodotto fresco (cluster 6) ed in alcuni casi anche la presenza di prodotto in scatola.

Dal punto di vista della localizzazione, la maggior parte delle attività è autonoma, mentre si evidenzia un gruppo di soggetti localizzati in centri commerciali (cluster 7).

La modalità di acquisto prevalente è quella "da commercianti all'ingrosso" che nel cluster 5 diventa quasi la modalità esclusiva. Le altre forme sono normalmente utilizzate come complemento rispetto alla precedente. Vanno, tuttavia, evidenziate due particolari realtà: il cluster 3 è caratterizzato da attività che acquistano presso i mercati generali, mentre il cluster 1 da esercizi che acquistano in prevalenza da produttori.

L'analisi ha evidenziato una struttura organizzativa molto semplice. Dal punto di vista degli addetti si evidenzia, infatti, la quasi esclusiva presenza del titolare cui fanno eccezione due cluster: il cluster 2 in cui si rileva la maggiore presenza di dipendenti rispetto alla media e il cluster 4 in cui, quasi sempre, vi è almeno un collaboratore familiare oltre al titolare. La piccola dimensione viene confermata anche dalle strutture dell'attività, dove il locale adibito alla vendita ha una superficie media di 28 mq. I locali adibiti a deposito/magazzino sono presenti in un numero limitato di osservazioni, poiché la funzione di stoccaggio della merce viene minimizzata per le caratteristiche di alta deperibilità del prodotto. La stessa dotazione strumentale è generalmente essenziale.

Di seguito vengono riportate le descrizioni di ciascuno dei gruppi omogenei (cluster).

CLUSTER 1 - BOTTEGHE DI PESCE FRESCO CON ACQUISTO PREVALENTE DA PRODUTTORI/COOPERATIVE**NUMEROSITÀ: 156**

I soggetti appartenenti a questo cluster sono caratterizzati dalla vendita quasi esclusiva di pesce, crostacei e molluschi freschi (97% dei ricavi), cui si affianca la vendita di prodotti surgelati nel 17% dei casi.

La struttura è normalmente di piccole dimensioni, infatti non si rileva la presenza di personale dipendente o collaboratori e la forma giuridica più diffusa è quella di ditta individuale (88%).

Coerentemente con la struttura organizzativa anche gli spazi sono normalmente limitati: sono presenti circa 30 mq. di locali per la vendita e/o l'esposizione con la presenza di un banco vendita di circa 3 mt., di 1 bilancia e, nel 42% dei casi, di un banco frigorifero di circa 3,5 mt., mentre il locale magazzino di circa 13 mq. è presente nel 38% dei casi. Per la conservazione del pesce è presente almeno una cella o vasca frigorifera della capacità di circa 10 m³.

L'acquisto avviene in prevalenza presso produttori e cooperative (71%), coerentemente con la principale localizzazione rilevata in province esposte sul mare, cui si affianca l'acquisto da commercianti all'ingrosso (23%) probabilmente per l'acquisto di specialità ittiche tipiche di altre zone. Per il ritiro della merce, nel 46% dei casi, è presente un autocarro.

CLUSTER 2 - NEGOZI DI PESCE FRESCO DI GRANDI DIMENSIONI**NUMEROSITÀ: 158**

I soggetti appartenenti al cluster trattano, oltre ad una piccola parte di prodotti surgelati, quasi esclusivamente pesce, crostacei e molluschi freschi (94% dei ricavi). Sebbene la forma di vendita prevalente sia quella del dettaglio classico, si rileva comunque, nella maggior parte dei soggetti, anche una forma di vendita con fattura (31% dei ricavi), probabilmente orientata al canale della ristorazione.

L'organizzazione dell'attività è tra le più strutturate del settore: sebbene vi sia una prevalenza di ditte individuali (64%), vi è una buona presenza di società, nelle quali si rileva l'operato di circa due soci con occupazione prevalente, e di almeno un dipendente a tempo pieno in circa il 22% dei casi. A conferma della logica organizzativa perseguita si evidenzia, per una buona parte degli operatori, una spesa per pubblicità superiore alla media del settore.

Gli spazi utilizzati per lo svolgimento dell'attività sono di buone dimensioni, con circa 33 mq. di vendita e/o esposizione, in cui sono presenti un banco vendita di circa 2,5 mt., 1 o 2 bilance automatiche e un bancone frigo di circa 3 mt. Il locale adibito a magazzino, mediamente di circa 18 mq., è stato indicato dal 53% dei soggetti.

In questo cluster emerge una percentuale più alta di negozi che ha spazi adibiti ad uffici: il 43% dei soggetti ne ha indicato mediamente 10 mq.

Per la conservazione dei prodotti sono presenti in media 2 celle o vasche frigorifere di capacità complessiva pari a circa 17 m³.

L'acquisto avviene in prevalenza presso commercianti all'ingrosso (73%), una parte consistente viene effettuata presso i mercati generali. Per la consegna della merce alla propria clientela, effettuata nel 54% dei casi, sono presenti un autocarro ed un veicolo coibentato.

CLUSTER 3 - NEGOZI DI PESCE FRESCO CON ACQUISTO PREVALENTE AI MERCATI GENERALI**NUMEROSITÀ: 476**

I soggetti appartenenti al cluster sono caratterizzati dalla vendita quasi esclusiva di pesce, crostacei e molluschi freschi (97% dei ricavi), che acquistano in via prevalente presso i mercati generali (88%). In linea con questo aspetto, si evidenzia una loro concentrazione nelle maggiori città e capoluoghi.

Si tratta di un'attività organizzativamente poco strutturata, con la forma giuridica di ditta individuale come prevalente (84%) e la presenza del solo titolare come addetto.

La struttura, coerentemente con quanto appena detto, è di dimensioni limitate, con 28 mq. di vendita e/o esposizione, dove sono presenti circa 2 mt. di banco vendita con 1 bilancia automatica e un banco frigorifero nel 40% dei casi. Il magazzino, di circa 13 mq., è presente solo nel 29% dei casi, mentre è presente almeno una cella o vasca frigorifera per la conservazione dei prodotti.

Per il ritiro della merce il 45% dei soggetti dispone di un autocarro ed il 31% di un veicolo coibentato.

CLUSTER 4 - NEGOZI DI PESCE FRESCO DI GRANDI DIMENSIONI PREVALENTEMENTE A GESTIONE FAMILIARE

NUMEROSITÀ: 160

I soggetti appartenenti a questo cluster vendono prevalentemente pesce, molluschi e crostacei freschi (93% dei ricavi), cui affiancano, nel 32% dei casi, a completamento della gamma, la vendita di prodotti surgelati.

Sebbene si tratti di un negozio di grandi dimensioni, la struttura organizzativa è abbastanza semplice: la natura giuridica prevalente è quella di ditta individuale (86%), dove oltre al titolare si rileva, quasi sempre, la presenza di un collaboratore familiare.

La struttura è, mediamente, composta da 33 mq. per la vendita e/o l'esposizione, e nel 61% dei casi, da un magazzino di circa 16 mq.

Per la conservazione della merce, inoltre, sono presenti circa 2 celle frigorifere, con una capacità complessiva di circa 10 m³.

L'acquisto dei prodotti avviene prevalentemente presso i commercianti all'ingrosso (66%), cui si affianca una buona parte effettuata direttamente presso i mercati generali (il 61% degli acquisti indicata dal 44% delle imprese).

Per il trasporto della merce è presente, oltre ad un veicolo coibentato anche un autocarro medio-pesante, con una portata superiore alla media.

CLUSTER 5 - BOTTEGHE DI PESCE FRESCO CON PREVALENTE ACQUISTO ALL'INGROSSO

NUMEROSITÀ: 910

I soggetti appartenenti al cluster trattano in via quasi esclusiva pesce, molluschi e crostacei freschi (97% dei ricavi) che acquistano quasi esclusivamente presso commercianti all'ingrosso (95%).

Questo rappresenta il modello più diffuso nel settore, dove la natura giuridica prevalente è la ditta individuale (86%) e non si rileva la presenza di personale dipendente o collaboratori.

La struttura è di dimensioni limitate, con 28 mq. di locali per la vendita e/o l'esposizione dei prodotti. La presenza di locali per il deposito della merce vi è solo nel 32% dei casi, mentre è quasi sempre presente una cella frigorifera di circa 8 m³.

CLUSTER 6 - NEGOZI DI PESCE FRESCO, PRODOTTI SURGELATI ED ALTRI PRODOTTI ALIMENTARI

NUMEROSITÀ: 136

I soggetti appartenenti al cluster vendono oltre a pesce, crostacei e molluschi freschi (51% dei ricavi), anche prodotti surgelati (28%), scatolame (indicata dal 35% dei soggetti) e altri prodotti.

Si tratta di attività in cui la natura giuridica prevalente è quella di ditta individuale (77%), in cui si rileva raramente la presenza di personale dipendente o collaboratori familiari oltre al titolare.

La varietà dei prodotti trattati si riflette direttamente sulle maggiori dimensioni, relativamente alla media del settore, dei locali. Quelli per la vendita e/o l'esposizione della merce sono, infatti, mediamente 36 mq., in cui sono presenti una bilancia automatica, un bancone frigorifero di circa 4 mt. e circa 5 metri lineari di scaffali per l'esposizione dei prodotti nel 32% dei casi. Per il deposito della merce è presente, nel 44% dei casi, un locale magazzino di circa 15 mq., mentre per la conservazione dei prodotti vi sono circa 2 celle frigorifere con capacità di circa 10 m³.

L'acquisto avviene in via prevalente presso i commercianti all'ingrosso (81%) ed in minor parte presso i mercati generali. Per il trasporto della merce è presente un autocarro leggero in circa il 50% dei casi.

CLUSTER 7 - BOTTEGHE DI PESCE FRESCO LOCALIZZATE IN CENTRI COMMERCIALI

NUMEROSITÀ: 201

I soggetti appartenenti a questo cluster sono caratterizzati da una vendita quasi esclusiva di pesci, molluschi e crostacei freschi (96% dei ricavi), con localizzazione all'interno di un centro commerciale. Coerentemente con questa forma di localizzazione si evidenzia una presenza di spese per beni e servizi comuni decisamente superiori alla media.

Le attività sono costituite nella forma di ditta individuale nell'82% dei casi ed in generale non si rileva la presenza di personale dipendente o collaboratori.

La vendita è normalmente svolta in un locale di piccole dimensioni (17 mq.), dove solo nel 36% dei casi è presente un bancone frigorifero. Per la conservazione della merce viene normalmente utilizzata una cella frigorifera di piccole dimensioni.

L'acquisto dei prodotti avviene principalmente presso i commercianti all'ingrosso (72%), cui si affianca anche una percentuale che effettua gli acquisti principalmente presso i mercati generali.

DEFINIZIONE DELLA FUNZIONE DI RICAVO

Una volta suddivise le imprese in gruppi omogenei è necessario determinare, per ciascun gruppo omogeneo, la funzione matematica che meglio si adatta all'andamento dei ricavi delle imprese appartenenti al gruppo in esame. Per determinare tale funzione si è ricorso alla *Regressione Multipla*³.

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

È opportuno rilevare che prima di definire il modello di regressione si è proceduto ad effettuare un'analisi sui dati delle imprese per verificare le condizioni di "normalità economica" nell'esercizio dell'attività e per scartare le imprese anomale; ciò si è reso necessario al fine di evitare possibili distorsioni nella determinazione della "funzione di ricavo".

In particolare sono state escluse le imprese che presentano:

- costo del venduto dichiarato negativo;
- costi e spese dichiarati nel quadro M superiori ai ricavi dichiarati.

Successivamente sono stati utilizzati degli indicatori economico-contabili specifici dell'attività in esame:

- **produttività per addetto** = ricavi/(numero addetti⁴ * 1.000);
- **ricarico** = ricavi/costo del venduto⁵;
- **durata delle scorte** = (giacenza media⁶ / costo del venduto) * 365.

Per ogni gruppo omogeneo è stata calcolata la distribuzione ventile di ciascuno degli indicatori precedentemente definiti e poi sono state selezionate le imprese che presentavano valori degli indicatori contemporaneamente all'interno di un determinato intervallo, per costituire il campione di riferimento.

Per la **produttività per addetto** sono stati scelti i seguenti intervalli:

- dal 1° al 19° ventile, per tutti i cluster.

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

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

⁴ Le frequenze relative ai dipendenti sono state normalizzate all'anno in base alle giornate retribuite.

numero addetti = 1 + numero dipendenti a tempo pieno + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero (ditte individuali) assunti con contratto di formazione e lavoro o a termine e lavoratori a domicilio + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa + numero collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale + numero associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa

numero addetti = Numero dipendenti a tempo pieno + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero (società) assunti con contratto di formazione e lavoro o a termine e lavoratori a domicilio + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa + numero associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa + numero soci con occupazione prevalente nell'impresa + numero amministratori non soci

⁵ Costo del venduto = Esistenze iniziali + acquisti di merci e materie prime - rimanenze finali

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

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

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

- fino al 18° ventile, per i cluster 1, 2, 3, 4, 6, 7;
- fino al 17° ventile, per il cluster 5.

Così definito il campione di imprese di riferimento, si è proceduto alla definizione della “funzione di ricavo” per ciascun gruppo omogeneo.

Per la determinazione della “funzione di ricavo” sono state utilizzate sia variabili contabili (quadro M del questionario) sia variabili strutturali. La scelta delle variabili significative è stata effettuata con il metodo stepwise. Una volta selezionate le variabili, la determinazione della “funzione di ricavo” si è ottenuta applicando il metodo dei minimi quadrati generalizzati, che consente di controllare l'eventuale presenza di variabilità legata a fattori dimensionali (eteroschedasticità).

Affinché il modello di regressione non risentisse degli effetti derivanti da soggetti anomali (outliers), sono stati esclusi tutti coloro che presentavano un valore dei residui (R di Student) al di fuori dell'intervallo compreso tra i valori -2,5 e +2,5.

Nella definizione della “funzione di ricavo” si è tenuto conto anche delle possibili differenze di risultati economici legate al luogo di svolgimento dell'attività.

A tale scopo si sono utilizzati i risultati di uno studio relativo alla “territorialità del commercio a livello comunale”⁷, che ha avuto come obiettivo la suddivisione del territorio nazionale in aree omogenee in rapporto al:

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

Nella definizione della funzione di ricavo le aree territoriali sono state rappresentate con un insieme di variabili dummy ed è stata analizzata la loro interazione con la variabile “costo del venduto”. Tali variabili hanno prodotto, ove le differenze territoriali non fossero state colte completamente nella Cluster Analysis, valori correttivi da applicare, nella stima del ricavo di riferimento, al coefficiente della variabile “costo del venduto”.

Nell'allegato 11.A vengono riportate le variabili ed i rispettivi coefficienti della “funzione di ricavo”.

APPLICAZIONE DEGLI STUDI DI SETTORE ALL'UNIVERSO DEI CONTRIBUENTI

Per la determinazione del ricavo della singola impresa sono previste due fasi:

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

Nell'allegato 11.B vengono riportate le variabili strutturali risultate significative nell'Analisi Discriminante.

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

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

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

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

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

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

ALLEGATO 11.A

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

SM27B

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4
Costo del venduto "Quota fino a 70 milioni"	1,2833	-	-	-
Costo del venduto "Quota eccedente 70 milioni"	1,1114	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 100 milioni"	-	-	1,2776	-
Costo del venduto "Quota eccedente 100 milioni"	-	-	1,1035	-
Costo del venduto "Quota fino a 140 milioni"	-	1,2074	-	-
Costo del venduto "Quota eccedente 140 milioni"	-	1,0576	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 240 milioni"	-	-	-	1,1857
Costo del venduto "Quota eccedente 240 milioni"	-	-	-	1,0837
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	1,6760	0,9752	0,7385	0,8118
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	0,3256	0,9472	0,8601	1,0071
Valore dei beni strumentali	-	0,1292	-	0,1437
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente e Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	-	14,694,9131	5,656,3130	6,179,2927

CORRETTIVI TERRITORIALI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto "Quota fino a 70 milioni"	-	-	-	-
<i>Gruppo 1 della territorialità del commercio - Aree con livelli di benessere e solidarietà molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale</i>	-	-	-	-
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto "Quota fino a 70 milioni"	-	-	-	-
<i>Gruppo 4 della territorialità del commercio - Aree a basso livello di benessere, minor solidarietà e rete distributiva inadeguata</i>	-	-	-	-
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto "Quota eccedente i 140 milioni"	-	0,0240	-	-
<i>Gruppo 5 della territorialità del commercio - Aree con benessere molto elevato, in aree urbane e metropolitane fortemente terziarizzate e sviluppate, con una rete distributiva molto evoluta</i>	-	-	-	-

- I.e. variabili contabili vanno espresse in migliaia di lire.

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

SM27B

VARIABILI	CLUSTER 5	CLUSTER 6	CLUSTER 7
Costo del venduto "Quota fino a 70 milioni"	1,2952	-	-
Costo del venduto "Quota eccedente 70 milioni"	1,1332	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 100 milioni"	-	-	1,1872
Costo del venduto "Quota eccedente 100 milioni"	-	-	1,1005
Costo del venduto "Quota fino a 140 milioni"	-	1,2148	-
Costo del venduto "Quota eccedente 140 milioni"	-	1,0980	-
Costo del venduto "Quota fino a 240 milioni"	-	-	-
Costo del venduto "Quota eccedente 240 milioni"	-	-	-
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	1,0149	1,2913	0,5505
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	0,6352	1,0652	0,8882
Valore dei beni strumentali	0,0747	-	0,2410
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente e Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	7,158,7278	9,693,2571	6,078,0001

CORRETTIVI TERRITORIALI	CLUSTER 5	CLUSTER 6	CLUSTER 7
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto "Quota fino a 70 milioni" <i>Gruppo 1 della territorialità del commercio - /Aree con livelli di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale</i>	-0,0261	-	-
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto "Quota fino a 70 milioni" <i>Gruppo 4 della territorialità del commercio - /Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale</i>	-0,0261	-	-
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto "Quota eccedente 140 milioni" <i>Gruppo 5 della territorialità del commercio - /Aree con benessere molto elevato, in aree urbane e metropolitane fortemente terziarizzate e sviluppate, con una rete distributiva molto evoluta</i>	-	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in migliaia di lire.

ALLEGATO 11.B**VARIABILI DELL'ANALISI DISCRIMINANTE****QUADRO A:**

- Numero di collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale

QUADRO B:

- Mq locali destinati a magazzino
- Mq locali destinati ad uffici e servizi
- Localizzazione (1 = autonoma; 2 = esercizio inserito in centro commerciale al dettaglio; 3 = in super/ipermercato)
- Spese sostenute per beni e servizi comuni in caso di localizzazione non autonoma

QUADRO J:

- Mq locali destinati a magazzino e/o deposito
- Mq locali destinati a ufficio

QUADRO D

- Autoveicoli per trasporto promiscuo -Portata (q.li)
- Autocarri -Portata (q.li)
- Motoveicoli per trasporto promiscuo -Portata (q.li)
- Motocarri -Portata (q.li)

QUADRO G:

- Prodotti merceologici venduti: Pesci, crostacei e molluschi freschi
- Prodotti merceologici venduti: Scatolame (confezioni alimentari)
- Prodotti merceologici venduti: Surgelati
- Altri dati: Servizio di consegna a domicilio
- Altri dati: Vendite con emissione di fattura

QUADRO H:

- Modalità di acquisto: Acquisti da commercianti all'ingrosso
- Modalità di acquisto: Acquisti da produttori e/o cooperative
- Modalità di acquisto: Acquisti da mercati generali o da aste
- Costi e spese specifici: Spese di pubblicità, propaganda e rappresentanza

QUADRO I:

- Beni strumentali: Veicoli coibentati - Numero
- Beni strumentali: Banconi di vendita (escluso rigo 18) - In metri lineari