

ALLEGATO 5

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

STUDIO DI SETTORE UG42U

AGENZIE DI CONCESSIONE DI SPAZI
PUBBLICITARI

CRITERI PER L'EVOLUZIONE DELLO STUDIO DI SETTORE

L'obiettivo dell'applicazione dello studio di settore è di attribuire ai contribuenti un "ricavo potenziale". Tale ricavo viene stimato tenendo conto sia di variabili contabili sia di variabili strutturali che influenzano il risultato economico di un'impresa anche con riferimento al contesto territoriale in cui la stessa opera. L'applicazione dello studio consente, inoltre, di valutare la coerenza e la normalità economica della singola impresa in relazione al settore economico di appartenenza.

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 finalizzata a cogliere gli eventuali cambiamenti strutturali, modifiche dei modelli organizzativi e variazioni di mercato all'interno del settore economico.

Di seguito vengono esposti i criteri seguiti per la costruzione dello Studio di Settore UG42U, evoluzione dello studio TG42U.

Le attività economiche gestite dallo Studio di Settore UG42U sono quelle relative ai seguenti codici ATECO 2007:

- 73.11.02 - Conduzione di campagne di marketing e altri servizi pubblicitari;
- 73.12.00 - Attività delle concessionarie e degli altri intermediari di servizi pubblicitari.

L'evoluzione dello studio di settore è stata condotta analizzando le informazioni contenute nel modello TG42U per la comunicazione dei dati rilevanti ai fini dell'applicazione degli Studi di Settore per il periodo d'imposta 2007, trasmesso dai contribuenti quale allegato al modello UNICO 2008.

I contribuenti interessati sono risultati pari a 3.212.

Nella prima fase di analisi 334 posizioni sono state scartate in quanto non utilizzabili nelle successive fasi dell'elaborazione dello studio di settore (casi di cessazione di attività, situazioni di non normale svolgimento dell'attività, contribuenti forfetari, ecc.).

Sui modelli studi di settore della restante platea 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 del campione dello studio, lo scarto di ulteriori 35 posizioni.

I principali motivi di esclusione sono stati:

- ricavi dichiarati maggiori di 7.500.000 euro;
- quadro D (elementi specifici dell'attività) non compilato;
- quadro F (elementi contabili) non compilato;
- errata compilazione delle percentuali relative alla modalità di espletamento dell'attività (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 2.843.

IDENTIFICAZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Per suddividere le imprese oggetto dell'analisi in gruppi omogenei sulla base degli aspetti strutturali, è stata seguita una strategia di analisi che combina due tecniche statistiche di tipo multivariato:

- un'analisi fattoriale del tipo *Analyse des données* e nella fattispecie l'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 e 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 servizi offerti, ecc.; 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.

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 5.A)¹.

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 Lineare Multipla.

La Regressione Lineare 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".

¹ Nella fase di *Cluster Analysis*, al fine di garantire la massima omogeneità dei soggetti appartenenti a ciascun gruppo, vengono classificate solo le osservazioni che presentano caratteristiche strutturali simili rispetto a quelle proprie di uno specifico gruppo omogeneo. Non vengono, invece, presi in considerazione, ai fini della classificazione, i soggetti che possiedono aspetti strutturali riferibili contemporaneamente a due o più gruppi omogenei. Ugualmente non vengono classificate le osservazioni che presentano un profilo strutturale molto dissimile rispetto all'insieme dei cluster individuati.

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

- *Incidenza degli ammortamenti per beni strumentali mobili rispetto al valore degli stessi;*
- *Incidenza dei costi per beni mobili acquisiti in dipendenza di contratti di locazione finanziaria rispetto al valore degli stessi;*
- *Incidenza del costo del venduto e del costo per la produzione di servizi sui ricavi;*
- *Incidenza dei costi residuali di gestione sui ricavi.*

Le formule degli indicatori economico-contabili sono riportate nel Sub Allegato 5.C.

Per ogni gruppo omogeneo è stata calcolata la distribuzione ventilica² degli indicatori “Incidenza degli ammortamenti per beni strumentali mobili rispetto al valore degli stessi”, “Incidenza dei costi per beni mobili acquisiti in dipendenza di contratti di locazione finanziaria rispetto al valore degli stessi” e “Incidenza dei costi residuali di gestione sui ricavi”.

Successivamente, ai fini della determinazione del campione di riferimento, sono state selezionate le imprese che presentavano valori degli indicatori al di sotto del valore massimo ammissibile. Con l’indicatore “Incidenza del costo del venduto e del costo per la produzione di servizi sui ricavi” sono state selezionate le imprese con valore non negativo.

Nel Sub Allegato 5.E vengono riportati i valori soglia individuati per la definizione del valore massimo ammissibile utilizzato 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*”³. 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).

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

A tale scopo sono stati utilizzati i risultati del seguente studio:

- “Territorialità del livello di reddito disponibile per abitante”⁴.

La “Territorialità del livello di reddito disponibile per abitante” ha avuto come obiettivo la differenziazione del territorio nazionale sulla base del livello di reddito disponibile per comune.

Nella definizione della funzione di ricavo si è operato nel seguente modo:

- il livello del reddito disponibile per abitante è stato rappresentato con una variabile standardizzata rispetto al valore massimo ed è stata analizzata la sua interazione con la trasformata di “Costi totali +

² Nella terminologia statistica, si definisce “distribuzione ventilica” 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.

³ Il metodo *stepwise* unisce due tecniche statistiche per la scelta del miglior modello di stima: la regressione *forward* (“in avanti”) e la regressione *backward* (“indietro”). La regressione *forward* prevede di partire da un modello senza variabili e di introdurre passo dopo passo la variabile più significativa, mentre la regressione *backward* inizia considerando nel modello tutte le variabili disponibili e rimuovendo passo per passo quelle non significative. Con il metodo *stepwise*, partendo da un modello di regressione senza variabili, si procede per passi successivi alternando due fasi: nella prima fase, si introduce la variabile maggiormente significativa fra quelle considerate; nella seconda, si riesamina l’insieme delle variabili introdotte per verificare se è possibile eliminarne qualcuna non più significativa. Il processo continua fino a quando non è più possibile apportare alcuna modifica all’insieme delle variabili, ovvero quando nessuna variabile può essere aggiunta oppure eliminata.

⁴ I criteri e le conclusioni dello studio sono riportati nell’apposito Decreto Ministeriale.

Costi per concessioni relative a spazi/tempi pubblicitari” e con la trasformata di “Valore beni strumentali mobili”.

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 delle variabili prese in esame.

Nel Sub Allegato 5.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 5.A).

Nel Sub Allegato 5.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 sulla base dei valori soglia ammissibili, in relazione al gruppo omogeneo di appartenenza.

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

- *Provvigioni sulle vendite;*
- *Valore aggiunto lordo per addetto.*

Le formule degli indicatori utilizzati e i relativi valori soglia di coerenza sono riportati, rispettivamente, nel Sub Allegato 5.C e nel Sub Allegato 5.D.

Ai fini della individuazione dell'intervallo di coerenza economica, per gli indicatori utilizzati sono state analizzate le relative distribuzioni ventili differenziate per gruppo omogeneo, per l'indicatore "Valore aggiunto lordo per addetto" anche sulla base della "territorialità generale a livello comunale"⁵.

In applicazione, per ogni singolo soggetto i valori soglia di ogni indicatore di coerenza economica sono ottenuti come media, ponderata con le relative probabilità di appartenenza, dei valori di riferimento individuati per gruppo omogeneo. Per l'indicatore "Valore aggiunto lordo per addetto" tali valori soglia vengono ponderati anche sulla base della percentuale di appartenenza alle diverse aree territoriali.

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 con i valori di riferimento che individuano le condizioni di normalità economica in relazione al gruppo omogeneo di appartenenza.

⁵ I criteri e le conclusioni dello studio sono riportati nell'apposito Decreto Ministeriale.

Gli indicatori di normalità economica individuati sono i seguenti:

- *Incidenza degli ammortamenti per beni strumentali mobili rispetto al valore degli stessi;*
- *Incidenza dei costi per beni mobili acquisiti in dipendenza di contratti di locazione finanziaria rispetto al valore degli stessi;*
- *Incidenza del costo del venduto e del costo per la produzione di servizi sui ricavi;*
- *Incidenza dei costi residuali di gestione sui ricavi.*

Le formule degli indicatori utilizzati e i relativi valori soglia di normalità economica sono riportati, rispettivamente, nel Sub Allegato 5.C e nel Sub Allegato 5.E.

Ai fini della individuazione dei valori soglia per gli indicatori di normalità economica sono state analizzate le relative distribuzioni ventili, differenziate per gruppo omogeneo. Nel caso dell'indicatore "Incidenza del costo del venduto e del costo per la produzione di servizi sui ricavi" sono stati ritenuti normali i soggetti con valore non negativo dell'indicatore.

In applicazione, per ogni singolo soggetto i valori soglia di ogni indicatore di normalità economica sono ottenuti come media, ponderata con le relative probabilità di appartenenza, dei valori di riferimento individuati per gruppo omogeneo.

Per ciascuno di questi indicatori 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.

INCIDENZA DEGLI AMMORTAMENTI PER BENI STRUMENTALI MOBILI RISPETTO AL VALORE DEGLI STESSI

Per ogni contribuente, si determina il valore massimo ammissibile per la variabile "Ammortamenti per beni mobili strumentali" moltiplicando la soglia massima di normalità economica dell'indicatore, divisa 100, per il "Valore dei beni strumentali mobili in proprietà"⁶.

Nel caso in cui il valore dichiarato degli "Ammortamenti per beni mobili strumentali" si posizioni al di sopra di detto valore massimo ammissibile, la parte degli ammortamenti 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 4,2268).

Tale coefficiente è stato calcolato, sul totale dei soggetti dello studio di settore che hanno contemporaneamente valorizzato sia la variabile "Valore dei beni strumentali mobili in proprietà" sia la variabile "Ammortamenti per beni mobili strumentali", come rapporto tra l'ammontare complessivo del ricavo puntuale, derivante dall'applicazione delle funzioni di ricavo dello studio di settore utilizzando la sola variabile "Valore dei beni strumentali mobili in proprietà", e l'ammontare complessivo degli "Ammortamenti per beni mobili strumentali".

INCIDENZA DEI COSTI PER BENI MOBILI ACQUISITI IN DIPENDENZA DI CONTRATTI DI LOCAZIONE FINANZIARIA RISPETTO AL VALORE DEGLI STESSI

Per ogni contribuente, si determina il valore massimo ammissibile per la variabile "Canoni per beni mobili acquisiti in dipendenza di contratti di locazione finanziaria" moltiplicando la soglia massima di normalità economica dell'indicatore, divisa 100, per il "Valore dei beni strumentali mobili relativo a beni acquisiti in dipendenza di contratti di locazione finanziaria"⁶.

Nel caso in cui il valore dichiarato dei "Canoni per beni mobili acquisiti in dipendenza di contratti di locazione finanziaria" si posizioni al di sopra di detto valore massimo ammissibile, la parte dei canoni eccedente tale valore costituisce parametro di riferimento per la determinazione dei maggiori ricavi da

⁶ La variabile viene rapportata al numero di mesi di svolgimento dell'attività ("Numero di mesi di attività nel corso del periodo d'imposta" diviso 12).

normalità economica, calcolati moltiplicando tale parte eccedente per il relativo coefficiente (pari a 1,5575).

Tale coefficiente è stato calcolato, sul totale dei soggetti dello studio di settore che hanno contemporaneamente valorizzato sia la variabile “Valore dei beni strumentali mobili relativo a beni acquisiti in dipendenza di contratti di locazione finanziaria” sia la variabile “Canoni per beni mobili acquisiti in dipendenza di contratti di locazione finanziaria”, come rapporto tra l’ammontare complessivo del ricavo puntuale, derivante dall’applicazione delle funzioni di ricavo dello studio di settore utilizzando la sola variabile “Valore dei beni strumentali mobili relativo a beni acquisiti in dipendenza di contratti di locazione finanziaria”, e l’ammontare complessivo dei “Canoni per beni mobili acquisiti in dipendenza di contratti di locazione finanziaria”.

INCIDENZA DEL COSTO DEL VENDUTO E DEL COSTO PER LA PRODUZIONE DI SERVIZI SUI RICAVI

L’indicatore risulta non normale quando assume un valore inferiore a zero.

In tale caso, si determina il valore normale di riferimento del “Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi”, moltiplicando i ricavi dichiarati dal contribuente per il coefficiente di determinazione del nuovo “Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi”, diviso per 100.

Tale valore di riferimento è stato individuato, distintamente per gruppo omogeneo, selezionando il valore mediano dell’indicatore, calcolato sui soggetti normali per l’indicatore in oggetto (vedi tabella 1).

In applicazione, per ogni contribuente il coefficiente di determinazione del nuovo “Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi” è ottenuto come media, ponderata con le relative probabilità di appartenenza, dei coefficienti individuati per ogni gruppo omogeneo.

Il nuovo “Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi” costituisce il parametro di riferimento per la riapplicazione dell’analisi della congruità e per la determinazione dei maggiori ricavi da normalità economica⁷.

**Tabella 1 - Coefficienti di determinazione del nuovo
“Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi”**

Cluster	Valore mediano
1	8,19
2	3,20
3	3,11
4	18,98
5	11,57
6	38,52
7	5,65
8	29,67
9	27,73
10	19,61
11	17,65

INCIDENZA DEI COSTI RESIDUALI DI GESTIONE SUI RICAVI

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 costo per la produzione di servizi, e il ricavo puntuale di riferimento di partenza, calcolato sulla base dei dati dichiarati dal contribuente.

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, divisa 100, per i “Ricavi da congruità e da normalità”⁸.

Nel caso in cui i “Ricavi da congruità e da normalità” siano maggiori di zero e il valore dichiarato dei “Costi residuali di gestione” si posizioni 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 individuato, distintamente per gruppo omogeneo (*cluster*), come rapporto tra l’ammontare complessivo del ricavo puntuale, derivante dall’applicazione delle funzioni di ricavo dello studio di settore utilizzando le sole variabili contabili di costo, e l’ammontare complessivo delle stesse variabili contabili di costo (vedi tabella 2).

Tabella 2 – Coefficienti di determinazione dei maggiori ricavi da applicarsi ai costi residuali di gestione

Cluster	Coefficiente
1	1,0994
2	1,2908
3	1,2938
4	1,0774
5	1,1013
6	1,0792
7	1,1240
8	1,0719
9	1,0808
10	1,1097
11	1,0983

In applicazione, per ogni contribuente il coefficiente di determinazione dei maggiori ricavi è ottenuto come media, ponderata con le relative probabilità di appartenenza, dei coefficienti individuati per ogni gruppo omogeneo.

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%⁹.

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.

⁸ Ricavi da congruità e da normalità = Ricavo puntuale di riferimento da analisi della congruità + Maggiore ricavo da normalità economica relativo all’indicatore “Incidenza degli ammortamenti per beni strumentali mobili rispetto al valore degli stessi” + Maggiore ricavo da normalità economica relativo all’indicatore “Incidenza dei costi per beni mobili acquisiti in dipendenza di contratti di locazione finanziaria rispetto al valore degli stessi” + Maggiore ricavo da normalità economica relativo all’indicatore “Incidenza del costo del venduto e del costo per la produzione di servizi sui ricavi”.

⁹ 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.

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 5.F vengono riportate le modalità di neutralizzazione delle variabili per la componente relativa all'attività di vendita di beni soggetti ad aggio e/o ricavo fisso.

Nel Sub Allegato 5.G vengono riportate le variabili ed i rispettivi coefficienti delle "funzioni di ricavo".

SUB ALLEGATI

SUB ALLEGATO 5.A - DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

I principali aspetti strutturali delle imprese considerati nell'analisi sono:

- la tipologia di attività;
- la dimensione della struttura;
- i servizi offerti.

Il primo fattore permette di distinguere tra intermediari che operano in campo pubblicitario (cluster 2 e 3) ed agenzie di concessione degli spazi pubblicitari.

La dimensione della struttura consente di individuare le agenzie concessionarie che si avvalgono di strutture di maggiori dimensioni (cluster 6 e 8) distinguendole dalle rimanenti caratterizzate dal basso ricorso al lavoro dipendente e dall'esiguità degli spazi destinati all'esercizio dell'attività.

I servizi offerti sono strettamente legati ai mezzi su cui avviene l'intermediazione degli spazi pubblicitari e consentono di suddividere i soggetti dello studio tra specializzati nei canali:

- Internet (cluster 1);
- Stampa quotidiana e periodica (cluster 3 e 9);
- TV e radio (cluster 4);
- Distribuzione (cluster 5);
- Consulenza (cluster 7)
- Cartellonistica e affissioni (cluster 8 ed 11).

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 - AGENZIE DI CONCESSIONE DI SPAZI PUBBLICITARI SPECIALIZZATE NEL CANALE INTERNET

NUMEROSITÀ: 94

I soggetti appartenenti a questo cluster si caratterizzano per il canale in cui operano, rappresentato da Internet (95% dei ricavi).

Il loro mercato di riferimento è costituito in prevalenza da utenti diretti (56% dei ricavi) ed, in misura inferiore, da centri media (54% dei ricavi nel 15% dei casi).

L'area di svolgimento dell'attività è a carattere nazionale ed internazionale.

Dal punto di vista delle strutture fisiche si evidenzia la presenza di uffici di 51 mq. Le imprese del cluster operano principalmente sotto forma di società di capitali (51% dei soggetti) e ditte individuali (38%) ed impiegano nell'attività 3 addetti, di cui 1 dipendente.

CLUSTER 2 – INTERMEDIARI DI SPAZI PUBBLICITARI

NUMEROSITÀ: 121

I soggetti appartenenti al cluster si caratterizzano per la peculiarità della tipologia svolta; sono infatti soggetti iscritti all'albo degli intermediari di commercio specializzati nell'intermediazione di spazi pubblicitari senza prevalenza di un mezzo in particolare (72% dei soggetti).

Il mercato di riferimento è costituito principalmente da utenti diretti (81% dei ricavi nel 44% dei casi), altri soggetti (81% nel 41%), agenzie pubblicitarie (51% nel 30%) ed altri concessionari di spazi pubblicitari (70% nel 13%).

L'area di svolgimento dell'attività è limitata alle regioni limitrofe.

Le strutture in cui viene svolta l'attività sono di dimensioni ridotte (28 mq di uffici) e presenti solo nel 62% dei casi. Frequente è l'uso promiscuo dell'abitazione (55% dei casi) nonché l'uso di uffici presso l'azienda mandante (17%).

La forma giuridica prevalente tra le imprese del cluster è la ditta individuale (82% dei soggetti) ed il ricorso a personale dipendente è raro (9% dei casi).

CLUSTER 3 – INTERMEDIARI DI SPAZI PUBBLICITARI SPECIALIZZATI NEL CANALE STAMPA

NUMEROSITÀ: 268

I soggetti appartenenti al cluster si caratterizzano per la peculiarità della tipologia svolta; sono infatti soggetti iscritti all'albo degli intermediari di commercio specializzati nell'intermediazione di spazi pubblicitari (73% dei soggetti) nel canale stampa (92% dei ricavi).

Il mercato di riferimento è costituito principalmente da utenti diretti (89% dei ricavi nel 55% dei casi), altri soggetti (78% nel 19%), agenzie pubblicitarie (58% nel 34%) ed altri concessionari di spazi pubblicitari (85% nel 13%).

L'area di svolgimento dell'attività è limitata alle regioni limitrofe.

Le strutture in cui viene svolta l'attività sono di dimensioni ridotte (23 mq di uffici) è inoltre frequente l'uso promiscuo dell'abitazione (47% dei casi) nonché l'uso di uffici presso l'azienda mandante (28%).

La forma giuridica prevalente tra le imprese del cluster è la ditta individuale (86% dei soggetti) ed il ricorso a personale dipendente è raro (10% dei casi).

CLUSTER 4 - AGENZIE DI CONCESSIONE DI SPAZI/TEMPI PUBBLICITARI SPECIALIZZATE NEL CANALE TV E RADIO

NUMEROSITÀ: 253

Le imprese appartenenti a questo modello organizzativo si caratterizzano per la specializzazione dell'attività nell'intermediazione di spazi/tempi pubblicitari su TV e radio che incide sui ricavi per il 91%.

Si rivolgono ad un mercato costituito prevalentemente da utenti diretti (61% dei ricavi), centri media (35% dei ricavi nel 15% dei casi), agenzie di pubblicità (39% nel 34%) ed altri concessionari di spazi pubblicitari (42% nel 15%).

L'area di svolgimento dell'attività è a carattere principalmente regionale ed in alcuni casi nazionale.

Dal punto di vista delle strutture fisiche, questi operatori svolgono la loro attività in uffici di 62 mq, mentre è poco diffusa la presenza di spazi destinati a magazzino. Si tratta in gran parte di società (di capitali nel 50% dei casi e di persone nel 15%) ed, in misura minore, di ditte individuali (35%) che si avvalgono di 2-3 addetti. Il personale dipendente è presente solo nel 40% dei casi (3 dipendenti).

CLUSTER 5 - IMPRESE SPECIALIZZATE NELLA DISTRIBUZIONE DI MATERIALE PUBBLICITARIO O CAMPIONI

NUMEROSITÀ: 127

Le agenzie appartenenti a questo modello si contraddistinguono per il fatto di operare principalmente nella distribuzione di materiale pubblicitario (da cui derivano il 93% dei ricavi).

Il mercato di riferimento è costituito in prevalenza da utenti diretti (42% dei ricavi) ed, in minor misura, da agenzie di pubblicità (73% dei ricavi nel 39% dei casi) ed altri soggetti (80% nel 32%).

L'area di svolgimento dell'attività è a carattere provinciale e regionale.

Dal punto di vista delle strutture fisiche si evidenzia la presenza di uffici di 24 mq. Si tratta principalmente di ditte individuali (61% dei soggetti) e società di capitali (30%); risultano impiegati nell'attività 2 addetti e nel 30% dei casi 2 dipendenti.

CLUSTER 6 - AGENZIE DI PIÙ GRANDI DIMENSIONI OPERANTI IN DIVERSI AMBITI

NUMEROSITÀ: 149

I soggetti appartenenti a questo cluster si caratterizzano per le maggiori dimensioni della struttura destinata allo svolgimento dell'attività rispetto alla media del settore e l'offerta di una variegata tipologia di servizi senza la prevalenza di alcuno. In particolare si rileva la presenza di uffici di 151 mq, gli addetti ammontano a circa 9 unità (di cui 4 dipendenti).

La forma giuridica è costituita quasi esclusivamente da società di capitali (80% dei casi). Il mercato di riferimento è costituito in maggior parte da utenti diretti (69% dei ricavi) ed è presidiato nel 36% dei casi da una rete di 6 agenti.

L'area di mercato è più ampia rispetto ai restanti cluster estendendosi prevalentemente all'area nazionale ed in molti casi a quella internazionale.

CLUSTER 7 - IMPRESE SPECIALIZZATE NELLA CONSULENZA E ASSISTENZA PER LA REALIZZAZIONE DELLE CAMPAGNE PUBBLICITARIE

NUMEROSITÀ: 182

I soggetti appartenenti a questo cluster si caratterizzano per la specializzazione nella consulenza e assistenza per la realizzazione delle campagne pubblicitarie (88% dei ricavi).

Il loro mercato di riferimento è costituito in prevalenza da utenti diretti (52% dei ricavi) e in misura inferiore da agenzie di pubblicità (55% dei ricavi nel 24% dei casi).

L'area di svolgimento dell'attività è estesa all'ambito delle regioni limitrofe.

Dal punto di vista delle strutture fisiche si evidenzia la presenza di uffici di 49 mq.

Le imprese del cluster operano principalmente sotto forma di società di capitali (51% dei soggetti) e ditte individuali (37%) ed impiegano nell'attività 2 addetti. Solo nel 31% dei casi sono presenti 2-3 dipendenti.

CLUSTER 8 - GRANDI AGENZIE DI CONCESSIONE DI SPAZI PUBBLICITARI SPECIALIZZATE NEI CANALI AFFISSIONI E CARTELLONISTICA

NUMEROSITÀ: 107

I soggetti appartenenti a questo cluster si caratterizzano per il canale in cui operano, rappresentato dai mezzi di comunicazione esterna (88% dei ricavi), in particolare cartellonistica (39% dei ricavi), affissioni (30%) ed altre forme riconducibili all'affissione (11%) e per le dimensioni della struttura maggiori della media.

Il loro mercato di riferimento è costituito in prevalenza da utenti diretti (65% dei ricavi) ed, in misura inferiore, da altri concessionari di spazi pubblicitari (11%), agenzie di pubblicità (9%) e centri media (7%); tali soggetti operano generalmente in un'area estesa dall'ambito regionale a quello nazionale.

Dal punto di vista delle strutture si evidenzia la presenza di uffici di 131 mq e magazzini (un'impresa su due ha indicato la presenza di un magazzino di circa 300 mq). Le imprese del cluster operano

principalmente sotto forma di società di capitali (82%) e impiegano nell'attività 8 addetti (di cui 5 dipendenti).

CLUSTER 9 - AGENZIE DI CONCESSIONE DI SPAZI PUBBLICITARI OPERANTI PREVALENTEMENTE NEL CANALE STAMPA

NUMEROSITÀ: 370

I soggetti appartenenti al cluster operano prevalentemente nel canale stampa (93% dei ricavi). In questo cluster si rileva inoltre una forte concentrazione di soggetti controllati/collegati ad un gruppo editoriale (24% dei soggetti).

Il mercato di riferimento è costituito in prevalenza da utenti diretti (66% dei ricavi) ed, in misura inferiore, da altri concessionari di spazi pubblicitari (43% dei ricavi nell'11% dei casi), agenzie di pubblicità (33% nel 26%) ed altri soggetti (71% dei ricavi nel 25%); tali soggetti operano generalmente in un'area estesa dall'ambito regionale a quello nazionale.

Dal punto di vista delle strutture fisiche si evidenzia la presenza di uffici di 64 mq. Si tratta sia di società di capitali (48% dei soggetti) che di ditte individuali (37%), risultano impiegati nell'attività 2-3 addetti di cui 1 dipendente.

CLUSTER 10 - AGENZIE DI CONCESSIONE DI SPAZI PUBBLICITARI OPERANTI IN DIVERSI AMBITI

NUMEROSITÀ: 621

I soggetti appartenenti a questo cluster sono di piccole dimensioni e presentano un'ampia offerta di servizi, che va dall'attività di vendita/intermediazione di spazi/tempi su vari mezzi all'attività di consulenza e assistenza per la realizzazione delle campagne pubblicitarie, non facendo registrare generalmente nessuna specializzazione prevalente.

Per effetto di tale circostanza il mercato di riferimento è costituito da differenti tipologie di clienti: utenti diretti (49% dei ricavi), agenzie di pubblicità (7%) ed altri soggetti (39%).

L'area di svolgimento dell'attività è locale, essendo circoscritta principalmente all'ambito provinciale e alle regioni limitrofe.

La struttura organizzativa è snella: gli spazi sono rappresentati esclusivamente da uffici per un totale di 21 mq. Si tratta prevalentemente di società di capitali (41% dei casi) e ditte individuali (40%), ed, in minor misura, di società di persone (19%); risultano impiegati nell'attività generalmente 1-2 addetti.

CLUSTER 11 - PICCOLE AGENZIE DI CONCESSIONE DI SPAZI PUBBLICITARI SPECIALIZZATE NEI CANALI AFFISSIONI E CARTELLONISTICA

NUMEROSITÀ: 551

I soggetti appartenenti al cluster si caratterizzano per il canale in cui operano, rappresentato dai mezzi di comunicazione esterna (93% dei ricavi), ovvero cartellonistica (70% dei ricavi nel 61% dei casi), affissioni (62% nel 47%), luminose (56% nel 20%) ed altre forme riconducibili all'affissione (56% nel 16%) e per le dimensioni inferiori alla media.

Il mercato di riferimento è costituito in prevalenza da utenti diretti (60% dei ricavi) ed, in misura inferiore, da agenzie di pubblicità (31% dei ricavi nel 21% dei casi) ed altri concessionari di spazi (50% nel 22%); tali soggetti operano su un'area prettamente locale.

Dal punto di vista delle strutture fisiche si evidenzia la presenza di piccoli uffici (38 mq). Le imprese del cluster operano principalmente sotto forma di società di capitali (46% dei casi) e ditte individuali (35%) e impiegano nell'attività 2 addetti.

SUB ALLEGATO 5.B - VARIABILI DELL'ANALISI DISCRIMINANTE

- Mesi di attività nel corso del periodo d'imposta

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, lavoranti a domicilio; personale con contratto 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
- Percentuale di lavoro prestato dai soci amministratori
- Percentuale di lavoro prestato dai soci non amministratori
- Numero di amministratori non soci

QUADRO D:

- Modalità di espletamento dell'attività: Ricavi derivanti dalla vendita/intermediazione di spazi pubblicitari: TV
- Modalità di espletamento dell'attività: Ricavi derivanti dalla vendita/intermediazione di spazi pubblicitari: Radio
- Modalità di espletamento dell'attività: Ricavi derivanti dalla vendita/intermediazione di spazi pubblicitari: Stampa
- Modalità di espletamento dell'attività: Ricavi derivanti dalla vendita/intermediazione di spazi pubblicitari: Internet
- Modalità di espletamento dell'attività: Ricavi derivanti dalla vendita/intermediazione di spazi pubblicitari: Affissioni
- Modalità di espletamento dell'attività: Ricavi derivanti dalla vendita/intermediazione di spazi pubblicitari: Cartellonistica
- Modalità di espletamento dell'attività: Ricavi derivanti dalla vendita/intermediazione di spazi pubblicitari: Altre forme riconducibili all'affissione (comprende l'outdoor legato ai trasporti: dinamica, aeroporti, stazioni, ecc.)
- Modalità di espletamento dell'attività: Ricavi derivanti dalla vendita/intermediazione di spazi pubblicitari: Ponteggi
- Modalità di espletamento dell'attività: Ricavi derivanti dalla vendita/intermediazione di spazi pubblicitari: Luminose
- Modalità di espletamento dell'attività: Altri ricavi: Consulenza e assistenza per la realizzazione delle campagne pubblicitarie
- Modalità di espletamento dell'attività: Altri ricavi: Distribuzione o consegna di materiale pubblicitario o di campioni
- Tipologia di azienda mandante: Imprese editrici (Volume delle provvigioni)
- Tipologia di azienda mandante: Soggetti esercenti l'attività di radiodiffusione (Volume delle provvigioni)

- Tipologia di azienda mandante: Imprese concessionarie di pubblicità (Volume delle provvigioni)
- Tipologia di azienda mandante: Altri (Volume delle provvigioni)
- Costi specifici: Spese per i collaboratori coordinati e continuativi

SUB ALLEGATO 5.C - FORMULE DEGLI INDICATORI

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

- *Incidenza degli ammortamenti per beni strumentali mobili rispetto al valore degli stessi* = $(\text{Ammortamenti per beni mobili strumentali} * 100) / (\text{Valore dei beni strumentali mobili in proprietà}^{10})$;
- *Incidenza dei costi per beni mobili acquisiti in dipendenza di contratti di locazione finanziaria rispetto al valore degli stessi* = $(\text{Canoni per beni mobili acquisiti in dipendenza di contratti di locazione finanziaria} * 100) / (\text{Valore dei beni strumentali mobili relativo a beni acquisiti in dipendenza di contratti di locazione finanziaria}^{10})$;
- *Incidenza del costo del venduto e del costo per la produzione di servizi sui ricavi* = $(\text{Costo del venduto} + \text{Costo per la produzione di servizi}) * 100 / (\text{Ricavi dichiarati})$;
- *Incidenza dei costi residuali di gestione sui ricavi* = $(\text{Costi residuali di gestione} * 100) / (\text{Ricavi dichiarati})$;
- *Provvigioni sulle vendite* = $(\text{Volume delle provvigioni} * 100) / (\text{Volume delle vendite})$;
- *Valore aggiunto lordo per addetto* = $(\text{Valore aggiunto lordo} / 1.000) / (\text{Numero addetti}^{11})$.

¹⁰ La variabile viene rapportata al numero di mesi di svolgimento dell'attività ("Numero di mesi di attività nel corso del periodo d'imposta" diviso 12).

¹¹ Di seguito viene riportato il calcolo del numero di addetti:

Numero addetti (ditte individuali) = Titolare + numero dipendenti + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa + numero collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale + numero familiari diversi che prestano attività nell'impresa + numero associati in partecipazione

Numero addetti = (società) Numero dipendenti + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa + numero familiari diversi che prestano attività nell'impresa + numero associati in partecipazione + numero soci amministratori + numero soci non amministratori + numero amministratori non soci.

Il titolare è pari a uno. Il numero dipendenti è pari al numero delle giornate retribuite diviso 312.

Il numero collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale, il numero familiari diversi che prestano attività nell'impresa, il numero associati in partecipazione, il numero soci amministratori e il numero soci non amministratori sono pari alla relativa percentuale di lavoro prestato diviso 100.

Il numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa, il numero amministratori non soci e il titolare sono rapportati al numero di mesi di svolgimento dell'attività ("Numero di mesi di attività nel corso del periodo d'imposta" diviso 12).

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)¹²];
- **Costi residuali di gestione** = Oneri diversi di gestione - Abbonamenti a riviste e giornali, acquisto di libri, spese per cancelleria - Spese per omaggio a clienti ed articoli promozionali + Altri componenti negativi - 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;
- **Ricavi dichiarati** = Ricavi di cui alle lettere a) e b) dell'art. 85, comma 1, del TUIR + (Altri proventi considerati ricavi - Altri proventi considerati ricavi di cui alla lettera f) dell'art. 85, comma 1, del TUIR) + (Rimanenze finali relative ad opere, forniture e servizi di durata ultrannuale - Rimanenze finali relative ad opere, forniture e servizi di durata ultrannuale di cui all'art. 93, comma 5, del TUIR) - (Esistenze iniziali relative ad opere, forniture e servizi di durata ultrannuale - Esistenze iniziali relative ad opere, forniture e servizi di durata ultrannuale di cui all'art. 93, comma 5, del TUIR);
- **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 lordo** = {(Ricavi dichiarati + Aggi derivanti dalla vendita di generi soggetti ad aggio o ricavo fisso) - [(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi)¹² + Costi per concessioni relative a spazi/tempi pubblicitari + Spese per acquisti di servizi - Compensi corrisposti ai soci per l'attività di amministratore (società di capitali) + Altri costi per servizi + Oneri diversi di gestione + Altri componenti negativi - Utili spettanti agli associati in partecipazione con apporti di solo lavoro]};
- **Valore dei beni strumentali mobili in proprietà** = (Valore dei beni strumentali - Valore relativo a beni acquisiti in dipendenza di contratti di locazione non finanziaria - Valore relativo a beni acquisiti in dipendenza di contratti di locazione finanziaria);
- **Volume delle provvigioni** = (Volume delle provvigioni relative alle imprese editrici + Volume delle provvigioni relative ai soggetti esercenti l'attività di radiodiffusione + Volume delle provvigioni relative alle imprese concessionarie di pubblicità + Volume delle provvigioni relative ad altre tipologie di azienda mandante);
- **Volume delle vendite** = (Volume delle vendite relative alle imprese editrici + Volume delle vendite relative ai soggetti esercenti l'attività di radiodiffusione + Volume delle vendite relative alle imprese concessionarie di pubblicità + Volume delle vendite relative ad altre tipologie di azienda mandante).

¹² Se la variabile è minore di zero, viene posta uguale a zero.

SUB ALLEGATO 5.D - VALORI SOGLIA PER GLI INDICATORI DI COERENZA

CLUSTER	Modalità di distribuzione	Valore aggiunto lordo per addetto (in migliaia di euro)	
		Soglia minima	Soglia massima
1	Gruppo territoriale 2 e 5	14,36	100,00
1	Gruppo territoriale 1, 3 e 4	18,17	200,00
2	Gruppo territoriale 2 e 5	14,33	100,00
2	Gruppo territoriale 1, 3 e 4	17,73	200,00
3	Gruppo territoriale 2 e 5	14,83	100,00
3	Gruppo territoriale 1, 3 e 4	22,33	200,00
4	Gruppo territoriale 2 e 5	15,20	100,00
4	Gruppo territoriale 1, 3 e 4	24,24	200,00
5	Gruppo territoriale 2 e 5	15,58	100,00
5	Gruppo territoriale 1, 3 e 4	17,31	200,00
6	Gruppo territoriale 2 e 5	18,00	100,00
6	Gruppo territoriale 1, 3 e 4	25,50	200,00
7	Gruppo territoriale 2 e 5	18,86	100,00
7	Gruppo territoriale 1, 3 e 4	18,86	200,00
8	Gruppo territoriale 2 e 5	18,07	100,00
8	Gruppo territoriale 1, 3 e 4	20,31	200,00
9	Gruppo territoriale 2 e 5	16,98	100,00
9	Gruppo territoriale 1, 3 e 4	22,75	200,00
10	Gruppo territoriale 2 e 5	16,08	100,00
10	Gruppo territoriale 1, 3 e 4	19,74	200,00
11	Gruppo territoriale 2 e 5	12,97	100,00
11	Gruppo territoriale 1, 3 e 4	18,36	200,00

CLUSTER	Modalità di distribuzione	Provvigioni sulle vendite	
		Soglia minima	Soglia massima
1	Tutti i soggetti	0,00	37,50
2	Tutti i soggetti	3,00	29,87
3	Tutti i soggetti	3,90	29,73
4	Tutti i soggetti	3,03	30,00
5	Tutti i soggetti	4,95	20,90
6	Tutti i soggetti	0,00	30,00
7	Tutti i soggetti	0,00	30,00
8	Tutti i soggetti	0,00	71,69
9	Tutti i soggetti	0,00	39,57
10	Tutti i soggetti	0,00	37,64
11	Tutti i soggetti	0,00	38,00

**SUB ALLEGATO 5.E - VALORI SOGLIA PER GLI INDICATORI DI NORMALITÀ
ECONOMICA**

CLUSTER	Modalità di distribuzione	Incidenza degli ammortamenti per beni strumentali mobili rispetto al valore degli stessi	Incidenza dei costi per beni mobili acquisiti in dipendenza di contratti di locazione finanziaria rispetto al valore degli stessi	Incidenza dei costi residuali di gestione sui ricavi
		Soglia massima	Soglia massima	Soglia massima
1	Tutti i soggetti	25,00	50,00	6,09
2	Tutti i soggetti	25,00	50,00	6,06
3	Tutti i soggetti	25,00	50,00	6,96
4	Tutti i soggetti	25,00	50,00	7,47
5	Tutti i soggetti	25,00	50,00	6,29
6	Tutti i soggetti	25,00	50,00	6,72
7	Tutti i soggetti	25,00	50,00	6,35
8	Tutti i soggetti	25,00	50,00	31,49
9	Tutti i soggetti	25,00	50,00	6,98
10	Tutti i soggetti	25,00	50,00	7,48
11	Tutti i soggetti	25,00	50,00	50,27

SUB ALLEGATO 5.F - NEUTRALIZZAZIONE DEGLI AGGI E/O RICAVI FISSI

Le variabili utilizzate nell'analisi della congruità relative ai quadri del personale e degli elementi contabili, annotate in maniera indistinta, vanno neutralizzate per la componente relativa all'attività di vendita di beni soggetti ad aggio o ricavo fisso.

Tale neutralizzazione viene effettuata in base al coefficiente di scorporo, calcolato nel modo seguente:

$$\text{Coefficiente di scorporo} = \frac{\text{Aggi derivanti dalla vendita di generi soggetti ad aggio o ricavo fisso}}{\text{Margine lordo complessivo aziendale.}}$$

La neutralizzazione non viene effettuata nei seguenti casi:

- Ricavi dichiarati non superiori al Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi;
- Ricavi derivanti dalla vendita di generi soggetti ad aggio o ricavo fisso non superiori al Costo del venduto relativo alla vendita di generi soggetti ad aggio o ricavo fisso.

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 - Costo del venduto relativo alla vendita di generi soggetti ad aggio o ricavo fisso;
- **Costo del venduto**¹³ = Costi per l'acquisto di materie prime, sussidiarie, semilavorati e merci + Esistenze iniziali - Rimanenze finali;
- **Costo del venduto relativo alla vendita di generi soggetti ad aggio o ricavo fisso**¹³ = 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;
- **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 lordo complessivo aziendale** = [(Ricavi dichiarati + Aggi derivanti dalla vendita di generi soggetti ad aggio o ricavo fisso) - (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi)];
- **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.

¹³ Se la variabile è minore di zero, viene posta uguale a zero.

SUB ALLEGATO 5.G - COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

VARIABILE	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8	CLUSTER 9	CLUSTER 10	CLUSTER 11
Altri costi per servizi + Costo per beni mobili acquisiti in dipendenza di contratti di locazione non finanziaria + Abbonamenti a riviste e giornali, acquisto di libri, spese per cancelleria + Spese per omaggio a clienti ed articoli promozionali	0,7123	0,9281	-	-	1,0037	-	1,1437	-	0,9960	0,9953	-
Altri costi per servizi + Costo per beni mobili acquisiti in dipendenza di contratti di locazione non finanziaria + Abbonamenti a riviste e giornali, acquisto di libri, spese per cancelleria + Spese per omaggio a clienti ed articoli promozionali + Spese per acquisti di servizi - Compensi corrisposti ai soci per l'attività di amministratore (società di capitali) + Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa - Compensi corrisposti ai soci per l'attività di amministratore (società di persone)	-	-	1,1386	1,0143	-	1,0976	-	-	-	-	-
Spese per acquisti di servizi - Compensi corrisposti ai soci per l'attività di amministratore (società di capitali)	1,0502	1,1887	-	-	1,1743	-	1,0515	-	1,1429	1,2395	-
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa - Compensi corrisposti ai soci per l'attività di amministratore (società di persone)	0,9292	0,9585	-	-	1,0757	-	1,1795	-	1,1394	1,1529	-
CVPROD + Costi per concessioni relative a spazi/tempi pubblicitari	1,0428	1,0330	1,1635	1,0607	1,0833	1,1268	1,0002	-	1,0295	1,0205	-
COSTI TOTALI + Costi per concessioni relative a spazi/tempi pubblicitari	-	-	-	-	-	-	-	1,2583	-	-	1,0664
Quadrato dei (COSTI TOTALI + Costi per concessioni relative a spazi/tempi pubblicitari)/1.000.000	-	-	-	-	-	-	-	-0,0690	-	-	-
Logaritmo in base 10 di [(COSTI TOTALI + Costi per concessioni relative a spazi/tempi pubblicitari) + 10], differenziale relativo alla territorialità del livello di reddito disponibile per abitante	6.181,4072	4.971,8968	5.497,7821	6.191,1990	6.351,6677	5.751,2686	6.052,6265	-	5.362,0426	5.836,9052	3.542,6441
Valore massimo tra (Valore beni strumentali mobili e 1.500) elevato a 0,6, differenziale relativo alla territorialità del livello di reddito disponibile per abitante ⁽⁹⁾	-	-	-	-	-	-	-	131,1750	-	-	-
Valore beni strumentali mobili elevato a 0,6 ⁽⁹⁾	101,0696	71,1689	92,5714	56,7441	-	39,1075	71,9918	-	59,6946	51,2086	59,9761
Valore beni strumentali mobili elevato a 0,7 ⁽⁹⁾	-	-	-	-	18,7702	-	-	-	-	-	-
Totale volume delle vendite relativo alla tipologia di azienda mandante	-	0,0089	0,0013	-	-	-	-	-	-	-	-

Dove:

- **CVPROD** = valore massimo tra (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) e 0.
- **COSTI TOTALI** = CVPROD + Spese per acquisti di servizi - Compensi corrisposti ai soci per l'attività di amministratore (società di capitali) + Altri costi per servizi + Abbonamenti a riviste e giornali, acquisto di libri, spese per cancelleria + Spese per omaggio a clienti ed articoli promozionali + Costo per beni mobili acquisiti in dipendenza di contratti di locazione non finanziaria + Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa - Compensi corrisposti ai soci per l'attività di amministratore (società di persone).
- **Valore beni strumentali mobili** = Valore dei beni strumentali - Valore dei beni strumentali relativo a beni acquisiti in dipendenza di contratti di locazione non finanziaria.

⁽⁹⁾ La variabile viene rapportata al numero di mesi di svolgimento dell'attività ("Numero di mesi di attività nel corso del periodo d'imposta" diviso 12).

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.