

## ALLEGATO 5

---

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

EVOLUZIONE

STUDIO DI SETTORE TD12U

# NOTA TECNICA E METODOLOGICA

---

## CRITERI PER LA COSTRUZIONE DELLO STUDIO DI SETTORE

---

L'evoluzione dello Studio di Settore ha il fine di cogliere i cambiamenti strutturali, le modifiche dei modelli organizzativi, le variazioni di mercato all'interno del settore economico.

Di seguito vengono esposti i criteri seguiti per l'evoluzione degli studi di settore SD12U e SM14U (limitatamente all'attività 52.24.1 – Commercio al dettaglio di pane).

Oggetto dello studio sono le attività economiche rispondenti ai codici ATECOFIN 2004:

- 15.81.1 – Produzione di prodotti di panetteria;
- 52.24.1 – Commercio al dettaglio di pane.

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’esplicitamento dell’attività.

L’evoluzione degli studi di settore è stata condotta analizzando i modelli per la comunicazione dei dati rilevanti ai fini dell’applicazione degli Studi di Settore per il periodo d’imposta 2001, completati con ulteriori informazioni contenute nel questionario ESD12 inviato ai contribuenti per l’evoluzione degli studi in oggetto.

I contribuenti interessati sono risultati pari a 22.883.

Il numero dei soggetti i cui modelli sono stati completati con le informazioni contenute nei relativi questionari è stato pari a 16.644.

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

Tali analisi hanno comportato, ai fini della definizione dello studio, lo scarto di 478 posizioni.

I principali motivi di scarto sono stati:

- ricavi dichiarati maggiori di 5.164.569 euro (10 miliardi di lire);
- quadro B del questionario (unità locali destinate all’esercizio dell’attività) non compilato;
- quadro C del questionario (produzione e commercializzazione) non compilato;
- quadro D del questionario (elementi specifici dell’attività) non compilato;
- quadro F del modello (elementi contabili) non compilato;
- presenza di attività secondarie con un’incidenza sui ricavi complessivi superiore al 20%<sup>1</sup>
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia di attività (quadro C del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia di clientela (quadro C del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative ai prodotti commercializzati (quadro D del questionario);

---

<sup>1</sup> Ai fini della verifica del limite di esclusione, ai ricavi derivanti dall’esercizio in forma prevalente delle attività oggetto dello studio, devono essere aggiunti anche quelli derivanti dalle seguenti attività complementari:

- 52.11.2 Supermercati
- 52.11.3 Discount di alimentari
- 52.11.4 Minimercati ed altri esercizi non specializzati di alimentari vari
- 52.25.0 Commercio al dettaglio di bevande (vini, birra ed altre bevande)
- 52.27.1 Commercio al dettaglio di latte e di prodotti lattiero-caseari
- 52.27.2 Drogherie, salumerie, pizzicherie e simili
- 52.27.3 Commercio al dettaglio di caffè torrefatto
- 52.27.4 Commercio al dettaglio specializzato di altri prodotti alimentari

- errata compilazione delle percentuali relative alla pezzatura – per la produzione di pane (quadro D del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative alla vendita con scontrino e vendita con emissione di fattura (quadro D del questionario);
- incongruenze fra i dati strutturali e i dati contabili contenuti nel questionario.

A seguito degli scarti effettuati, il numero dei modelli oggetto delle successive analisi è risultato pari a 16.166.

---

## 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*<sup>2</sup>;
- un procedimento di *Cluster Analysis*<sup>3</sup>.

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 ad eccezione delle variabili del quadro degli elementi contabili. Tale scelta nasce dall’esigenza di caratterizzare le imprese in base ai possibili modelli organizzativi, alle diverse tipologie di clientela, all’area di mercato, alle diverse modalità di espletamento dell’attività (tipologia di attività, materie prime utilizzate, prodotti commercializzati), 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 produttive e/o commerciali 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 sei gruppi omogenei di imprese.

---

## DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

---

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

- dimensione della struttura;

---

<sup>2</sup> 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.

<sup>3</sup> 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.

- tipologia di attività;
- specializzazione produttiva.

Il fattore dimensionale ha permesso di differenziare le imprese con struttura organizzativa e produttiva di più grandi dimensioni (cluster 3) da quelle con dimensioni più contenute.

Per quanto riguarda la tipologia di attività si possono suddividere le imprese che effettuano produzione senza vendita diretta al dettaglio (cluster 5) da quelle che effettuano produzione con vendita diretta al dettaglio di prodotti propri (cluster 2), da quelle che commercializzano prodotti acquistati da terzi (cluster 4) e da quelle che esercitano una tipologia di attività mista (cluster 1, 3 e 6).

Nell'ambito della tipologia di attività è stato possibile rilevare le seguenti specializzazioni:

- produzione di pane (cluster 1, 2, 5);
- produzione di pane e dolci (cluster 3, 6).

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

#### **CLUSTER 1 – FORNI CON PRODUZIONE DI PANE E PRODOTTI DA FORNO, CON PREVALENTE VENDITA AL DETTAGLIO**

##### **NUMEROSITÀ: 4.772**

Le aziende del cluster sono per il 59% ditte individuali e per il 40% società di persone, con una struttura composta in media da 3 addetti di cui 1 dipendente.

Le superfici destinate allo svolgimento dell'attività sono articolate in locali destinati alla produzione (73 mq in media), locali destinati a magazzino (24 mq), locali destinati alla vendita al dettaglio (24 mq); nel 48% dei casi sono presenti vetrine per l'esposizione della merce.

Le aziende appartenenti al cluster realizzano sia la produzione senza vendita diretta al dettaglio (30% dei ricavi) che quella con vendita diretta (60%).

La clientela è rappresentata soprattutto da privati (in media 54% dei ricavi) e commercianti al dettaglio (31%); coerentemente la vendita con scontrino e quella con emissione di fattura si attestano rispettivamente al 59% e al 41% dei ricavi. L'area di mercato si estende dall'ambito comunale a quello provinciale.

Tra le tipologie di prodotti commercializzati, il pane e prodotti da forno di produzione propria sono nettamente prevalenti (83% dei ricavi); inoltre il 10% dei ricavi deriva dalla vendita di prodotti di terzi. Il pane è prodotto per lo più in piccole pezzature (il 46% fino a 100g e il 32% tra 101g e 500g).

La dotazione di beni strumentali è costituita mediamente da 1 forno, 2 impastatrici, 1 armadio frigorifero, 1 spezzatrice, 1 formatrice, 1 gruppo formatore, 1 bilancia e 10 metri lineari di scaffali; è presente inoltre 1 automezzo con massa complessiva a pieno carico fino a 3,5 tonnellate.

#### **CLUSTER 2 – FORNI CON VENDITA DIRETTA AL DETTAGLIO DI PANE E PRODOTTI DA FORNO**

##### **NUMEROSITÀ: 4.375**

Le aziende appartenenti al cluster sono in prevalenza ditte individuali (76% dei soggetti) con una struttura composta in media da 2 addetti di cui 1 dipendente.

Le superfici destinate allo svolgimento dell'attività sono articolate in locali destinati alla produzione (53 mq in media), locali destinati a magazzino (16 mq), locali destinati alla vendita al dettaglio (22 mq); nel 35% dei casi sono presenti vetrine per l'esposizione della merce.

Le aziende appartenenti al cluster realizzano quasi esclusivamente la produzione con vendita diretta al dettaglio (92% dei ricavi).

La clientela è rappresentata soprattutto da privati (in media l'88% dei ricavi) e la vendita con scontrino è nettamente prevalente (89% dei ricavi); l'area di mercato è ristretta all'ambito comunale.

Tra le tipologie di prodotti commercializzati l'89% dei ricavi deriva da pane e prodotti da forno di produzione propria; il 27% del pane prodotto è in pezzatura fino a 100g, il 40% tra 101g e 500g e il 21% tra 501g e 1.000g.

La dotazione di beni strumentali è costituita mediamente da 1 forno, 1 impastatrice, 1 armadio frigorifero, 1 spezzatrice, 1 formatrice, 1 bilancia e 5 metri lineari di scaffali; è inoltre presente 1 automezzo con massa complessiva a pieno carico fino a 3,5 tonnellate.

### **CLUSTER 3 – FORNI DI PIÙ GRANDI DIMENSIONI CON PRODUZIONE DI PANE, PRODOTTI DA FORNO E DOLCI CON ATTIVITÀ DI VENDITA MISTA**

#### **NUMEROSITÀ: 264**

Le aziende appartenenti al cluster sono prevalentemente società di persone (66% dei soggetti) con una struttura composta in media da 11 addetti di cui 8 dipendenti.

Le imprese svolgono la propria attività in un'unica unità di produzione (88% dei casi) e marginalmente in 2 unità (8%); l'attività di vendita al dettaglio si esercita in un'unica unità (60% dei casi), in 2 unità (16%), in 3 o 4 unità (13%). Le superfici sono articolate in locali destinati alla produzione (220 mq in media), locali destinati a magazzino (79 mq), locali destinati ad uffici (23 mq) e locali destinati alla vendita al dettaglio (59 mq); nel 57% dei casi sono presenti vetrine per l'esposizione della merce.

Le aziende appartenenti al cluster realizzano sia la produzione senza vendita diretta al dettaglio (42% dei ricavi) che quella con vendita diretta al dettaglio (49%).

La clientela è rappresentata soprattutto da privati (in media 45% dei ricavi), commercianti al dettaglio (23%) e grande distribuzione (18%). Coerentemente con la tipologia di clientela prevalente, la vendita con scontrino e quella con emissione di fattura si attestano rispettivamente al 48% e al 52% dei ricavi. L'area di mercato si estende dall'ambito comunale alle regioni limitrofe.

Tra le tipologie di prodotti commercializzati di produzione propria prevalgono pane e prodotti da forno (68% dei ricavi), pasticceria e dolciumi (19%); il 35% del pane prodotto è in pezzatura fino a 100g, il 38% tra 101g e 500g e il 20% tra 501g e 1.000g. L'8% dei ricavi deriva, invece, dalla vendita di prodotti di terzi.

La dotazione di beni strumentali è costituita mediamente da 3 forni, 3 impastatrici, 4 armadi frigoriferi, 1 bancone frigorifero, 1 spezzatrice, 1 formatrice, 1 sfogliatrice, 1 friggitrice, 1 gruppo formatore, 2 bilance e 23 metri lineari di scaffali. Completano la dotazione di beni strumentali 2 automezzi con massa complessiva a pieno carico fino a 3,5 tonnellate.

### **CLUSTER 4 – ESERCIZI COMMERCIALI CON VENDITA DI PANE ED ALTRI GENERI ALIMENTARI**

#### **NUMEROSITÀ: 1.294**

Le aziende appartenenti al cluster sono prevalentemente ditte individuali (76% dei soggetti) con una struttura composta in media da 2 addetti.

Le superfici destinate allo svolgimento dell'attività sono articolate in locali destinati alla vendita al dettaglio (30 mq) e locali destinati a magazzino (11 mq); nel 79% dei casi sono presenti vetrine per l'esposizione della merce.

Le aziende appartenenti al cluster effettuano la commercializzazione di prodotti acquistati da terzi (95% dei ricavi); coerentemente con la tipologia di attività svolta la clientela è rappresentata soprattutto da privati (in media 96% dei ricavi) e la vendita con scontrino è nettamente prevalente (98%). L'area di mercato è limitata all'ambito comunale.

Tra i prodotti commercializzati di produzione di terzi, prevalgono il pane e prodotti da forno (67% dei ricavi), altri alimentari (11%), pasticceria e dolciumi (9%) e bevande (5%).

La dotazione di beni strumentali è costituita mediamente da 13 metri lineari di scaffali, 1 armadio frigorifero, 1 bancone frigorifero ed 1 bilancia.

### **CLUSTER 5 – FORNI CON PRODUZIONE DI PANE E PRODOTTI DA FORNO SENZA VENDITA DIRETTA AL DETTAGLIO**

#### **NUMEROSITÀ: 1.782**

Le aziende appartenenti al cluster sono sia ditte individuali (64% dei soggetti) che società di persone (34%) con una struttura composta in media da 3 addetti di cui 1 dipendente.

Le superfici destinate allo svolgimento dell'attività sono costituite da locali destinati alla produzione (92 mq in media) e locali destinati a magazzino (25 mq).

Le aziende appartenenti al cluster effettuano la produzione senza vendita diretta al dettaglio (95% dei ricavi).

La clientela è rappresentata soprattutto da commercianti al dettaglio (in media 72% dei ricavi), grande distribuzione (9%), ristoranti e pubblici esercizi (5%); le vendite sono effettuate in massima parte con emissione di fattura (95% dei ricavi). L'area di mercato si estende dall'ambito comunale a quello provinciale.

Tra le tipologie di prodotti commercializzati prevalgono il pane e prodotti da forno di produzione propria (94% dei ricavi); il 37% del pane prodotto è in pezzatura fino a 100g, il 30% tra 101g e 500g e il 25% tra 501g e 1.000g.

La dotazione di beni strumentali è costituita mediamente da 1 forno, 2 impastatrici, 1 armadio frigorifero, 1 spezzatrice ed 1 formatrice; è inoltre presente 1 automezzo con massa complessiva a pieno carico fino a 3,5 tonnellate.

#### **CLUSTER 6 – FORNI CON PRODUZIONE DI PANE, PRODOTTI DA FORNO E DOLCI, CON PREVALENTE VENDITA AL DETTAGLIO**

##### **NUMEROSITÀ: 3.348**

Le aziende appartenenti al cluster sono in ripartite tra ditte individuali (51% dei soggetti) e società di persone (47%), con una struttura composta in media da 4 addetti di cui 2 dipendenti.

Le imprese svolgono la propria attività in un'unica unità di produzione (98% dei casi); l'attività di vendita al dettaglio si esercita in un'unica unità (88% dei casi) e in 2 unità (6%). Le superfici sono costituite da locali destinati alla produzione (76 mq in media), locali destinati a magazzino (26 mq) e locali destinati alla vendita al dettaglio (35 mq); nel 62% dei casi sono presenti vetrine per l'esposizione della merce.

Le aziende appartenenti al cluster effettuano in prevalenza la produzione con vendita diretta al dettaglio (73% dei ricavi) e marginalmente la produzione senza vendita diretta al dettaglio (14%).

La clientela è rappresentata soprattutto da privati (in media 76% dei ricavi) e commercianti al dettaglio (14%); la vendita con scontrino e quella con emissione di fattura si attestano rispettivamente al 79% e al 21% dei ricavi. L'area di mercato si estende dall'ambito comunale a quello provinciale.

Tra le tipologie di prodotti commercializzati di produzione propria, prevalgono pane e prodotti da forno (66% dei ricavi), pasticceria e dolciumi (16%); il 37% del pane prodotto è in pezzatura fino a 100g, il 38% tra 101g e 500g e il 17% tra 501g e 1.000g. Inoltre il 13% dei ricavi deriva dalla vendita di prodotti di terzi.

La dotazione di beni strumentali è costituita mediamente da 1 forno, 2 impastatrici, 2 armadi frigoriferi, 1 bancone frigorifero, 1 spezzatrice, 1 formatrice, 1 sfogliatrice, 1 bilancia e 15 metri lineari di scaffali. Completa la dotazione di beni strumentali 1 automezzo con massa complessiva a pieno carico fino a 3,5 tonnellate.

---

#### **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<sup>4</sup>.

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).

E' 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<sup>5</sup> + costo per la produzione di servizi) dichiarato negativo;
- costi e spese dichiarati nel quadro F superiori ai ricavi dichiarati.

Successivamente sono stati utilizzati indicatori economico-contabili specifici delle attività in esame:

---

<sup>4</sup> 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.

<sup>5</sup> Costo del venduto = Esistenze iniziali + acquisti di materie prime, sussidiarie, semilavorati e merci – rimanenze finali

- **valore aggiunto per addetto** = (ricavi - costo del venduto - costo per la produzione di servizi – spese per acquisti di servizi)/(numero addetti<sup>6</sup> \* 1.000);
- **indice di durata delle scorte** = (giacenza media del magazzino<sup>7</sup> / ricavi) \* 365;
- **ricarico** = ricavi / (costo del venduto + costo per la produzione di servizi).

Per ogni gruppo omogeneo è stata calcolata la distribuzione ventilica 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 il **valore aggiunto per addetto** sono stati scelti i seguenti intervalli:

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

Per l'**indice di durata delle scorte** sono stati scelti i seguenti intervalli:

- fino al 18° ventile, per i cluster 1,2 e 4;
- fino al 19° ventile, per i cluster 3,5 e 6.

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

- dal 4° al 19° ventile, per tutti i cluster.

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 che 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 (eterschedasticità).

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”<sup>8</sup> 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;

<sup>6</sup> Le frequenze relative ai dipendenti sono state normalizzate all'anno in base alle giornate retribuite.

numero addetti = 1 + numero dirigenti + numero quadri + numero impiegati + numero operai generici + numero operai (persone fisiche) specializzati + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero assunti con contratto di formazione e lavoro o a termine e lavoranti 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 dirigenti + numero quadri + numero impiegati + numero operai generici + numero operai specializzati + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero assunti con contratto di formazione e lavoro o a termine e lavoranti 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

<sup>7</sup> Giacenza media del magazzino = (Esistenze iniziali + rimanenze finali) / 2

<sup>8</sup> I criteri e le conclusioni dello studio sono riportati nell'apposito Decreto Ministeriale.

- 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 “radice quadrata del valore dei beni strumentali”. 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 “radice quadrata del valore dei beni strumentali”.

Nell'allegato 5.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<sup>9</sup>;
- la stima del ricavo di riferimento.

Nell'allegato 5.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.

---

<sup>9</sup> 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 5.A

### COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

**TD12U**

<b>VARIABILI</b>	<b>CLUSTER 1</b>	<b>CLUSTER 2</b>	<b>CLUSTER 3</b>	<b>CLUSTER 4</b>	<b>CLUSTER 5</b>	<b>CLUSTER 6</b>
Costo del venduto e Costo per la Produzione di Servizi	1,5969	1,5459	1,6215	1,1970	1,6221	1,6031
Costo del venduto e Costo per la Produzione di Servizi per valori uguali o inferiori a 20.000	-	0,3822	-	-	-	-
Costo del venduto e Costo per la Produzione di Servizi per valori uguali o inferiori a 35.000	-	-	-	0,1964	-	-
Costo del Venduto e Costo per la Produzione di Servizi relativo a "Pane e prodotti da forno di produzione di terzi"	-	-	-	-0,0409	-	-
Costo del Venduto e Costo per la Produzione di Servizi relativi a "Pasticceria e dolciumi di produzione propria" + "Pasticceria e dolciumi di produzione di terzi"	0,1372	-	-	-	-	-
Costo del Venduto e Costo per la Produzione di Servizi relativi a "Pane e prodotti da forno di produzione di terzi" + "Pasticceria e dolciumi di produzione di terzi" + "Pasta fresca di produzione di terzi" + "Prodotti alimentari freschi diversi dai precedenti di produzione di terzi"	-0,2071	-	-	-	-	-0,1179
Costo del Venduto e Costo per la Produzione di Servizi relativi a "Bevande di produzione di terzi" + "Altri prodotti alimentari di produzione di terzi" + "Prodotti non alimentari di produzione di terzi"	-0,2642	-0,1945	-	-0,0637	-	-0,2927
Costo del Venduto e Costo per la Produzione di Servizi relativi a "Pane e prodotti da forno di produzione di terzi" + "Pasticceria e dolciumi di produzione di terzi" + "Pasta fresca di produzione di terzi" + "Prodotti alimentari freschi diversi dai precedenti di produzione di terzi" + "Bevande di produzione di terzi" + "Altri prodotti alimentari di produzione di terzi" + "Prodotti non alimentari di produzione di terzi"	-	-	-0,3104	-	-	-
Costo del Venduto e Costo per la Produzione di Servizi di "Pane e prodotti da forno di produzione propria" relativo "Pezzatura: meno di 100g"	-	0,0440	-	-	-	-
Costo del Venduto e Costo per la Produzione di Servizi di "Pane e prodotti da forno di produzione propria" relativo a ("Pezzatura: meno di 500g" + "Pezzatura: tra 100g e 500g")	0,0896	-	-	-	0,0945	-
Costo del Venduto e Costo per la Produzione di Servizi di "Pane e prodotti da forno di produzione propria" relativo a "Pezzatura: oltre 1000g"	-	-	-	-	-	-0,1257
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	0,7792	0,7509	0,9074	0,7842	0,8057	0,8304
Spese per acquisti di servizi	0,8816	0,9477	0,7730	1,5278	0,8070	0,9366
Radice quadrata del valore dei beni strumentali	53,7899	33,3244	58,1354	25,8869	63,4243	57,7317
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	8.217,3587	7.487,1747	14.946,4808	5.372,7438	8.439,5393	6.083,0848
Associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa (numero) + soci con occupazione prevalente nell'impresa (numero)	12.954,8113	11.729,9979	14.946,4808	8.470,3359	13.895,7513	12.347,2620
Totale Mq dei Locali destinati alla produzione	44,9953	12,7221	55,3808	-	34,5631	55,4727
Totale Mq dei Locali destinati alla vendita al dettaglio e all'esposizione interna della merce	-	35,8007	-	34,5106	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro

CORRETTIVI TERRITORIALI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER4	CLUSTER 5	CLUSTER 6
<b>TERRITORIALITÀ COMMERCIO LIVELLO COMUNALE</b>						
Correttivo da applicare al coefficiente della Radice quadrata del valore dei beni strumentali: <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>	-16,2446	-	-	-	-	-
Correttivo da applicare al coefficiente della Radice quadrata del valore dei beni strumentali: <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> <i>Gruppo 4 della territorialità del commercio - Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale</i>	-	-12,9537	-	-	-24,3470	-27,6857

- Le variabili contabili vanno espresse in euro

## **ALLEGATO 5.B**

### **VARIABILI DELL'ANALISI DISCRIMINANTE**

#### **QUADRO A DEL MODELLO ALLEGATO ALLA DICHIARAZIONE:**

- Numero giornate retribuite: Dipendenti a tempo pieno
- Numero giornate retribuite: Dipendenti a tempo parziale
- Numero giornate retribuite: Apprendisti
- Numero giornate retribuite: Assunti con contratto di formazione e lavoro o a termine e lavoranti a domicilio

#### **QUADRO B DEL QUESTIONARIO:**

- Locali destinati alla produzione (mq)
- Locali e spazi destinati a magazzino (mq)
- Locali destinati ad uffici e servizi (mq)
- Locali destinati alla vendita al dettaglio e all'esposizione interna della merce (mq)
- Punti cassa utilizzati per la vendita al dettaglio (numero)
- Localizzazione (1= autonoma; 2= in centro commerciale al dettaglio; 3= in super/ipermercato)

#### **QUADRO C DEL QUESTIONARIO:**

- Tipologia di attività: Produzione senza vendita diretta al dettaglio
- Tipologia di attività: Produzione con vendita diretta al dettaglio di prodotti propri
- Area di mercato: Nazionale (1= comune; 2= provincia; 3= fino a 3 regioni; 4= oltre 3 regioni)
- Tipologia di clientela: Commercianti al dettaglio
- Tipologia di clientela: Privati (vendita al dettaglio)
- Tipologia clientela: Utilizzatori professionali

#### **QUADRO D DEL QUESTIONARIO:**

- Materie prime impiegate nella produzione: Farine per panificazione
- Materie prime impiegate nella produzione: Pomodoro fresco, pomodoro confezionato: pelati, passate, polpe, ecc. (peso nominale come da documenti contabili)
- Materie prime impiegate nella produzione: Zucchero
- Materie prime impiegate nella produzione: Oli
- Materie prime impiegate nella produzione: Grassi animali e vegetali
- Materie prime impiegate nella produzione: Latte
- Materie prime impiegate nella produzione: Latte in polvere
- Materie prime impiegate nella produzione: Uova in guscio
- Materie prime impiegate nella produzione: Uova trattate
- Prodotti commercializzati di produzione propria: Pane e prodotti da forno
- Prodotti commercializzati di produzione propria: Pasticceria e dolciumi
- Prodotti commercializzati di produzione propria: Altri prodotti alimentari
- Prodotti commercializzati di produzione di terzi: Pane e prodotti da forno
- Prodotti commercializzati di produzione di terzi: Pasticceria e dolciumi
- Prodotti commercializzati di produzione di terzi: Pasta fresca
- Prodotti commercializzati di produzione di terzi: Bevande
- Prodotti commercializzati di produzione di terzi: Prodotti non alimentari
- Pezzatura (per la produzione di pane): Meno di 100 g
- Pezzatura (per la produzione di pane): Oltre 1000 g

- Altri elementi specifici: Vendite con scontrino
- Altri elementi specifici: Percentuale del costo del venduto relativo alle merci commercializzate senza alcuna trasformazione
- Altri elementi specifici: Tipologia di vendita (1 = assistita; 2 = a libero servizio; 3 = mista)
- Altri elementi specifici: Addetti alla vendita - Dipendenti - (numero di giornate retribuite)
- Altri elementi specifici: Addetti alla vendita - Non dipendenti - (numero)
- Altri elementi specifici: Addetti alla produzione - Dipendenti - (numero di giornate retribuite)
- Altri elementi specifici: Addetti alla produzione - Non dipendenti - (numero)

**QUADRO E DEL QUESTIONARIO:**

- Scaffali (metri lineari)
- Miscelatrici (numero)
- Impastatrici (numero)
- Forni elettrici (numero)
- Forni a legna (numero)
- Forni di altre tipologie (a gas, a gasolio, ecc.) (numero)
- Armadi frigoriferi, freezer (numero)
- Banconi frigoriferi (numero)
- Spezzatrici (numero)
- Formatrici (numero)
- Sfogliatrici (numero)
- Cuocitori (numero)
- Friggitrici (numero)
- Gruppi formatori (numero)
- Linee automatiche di produzione (numero)
- Bilance a calcolo automatico (numero)
- Mezzi di trasporto: Automezzi con massa complessiva a pieno carico fino a t. 3,5