

ALLEGATO 4

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

STUDIO DI SETTORE SG93U

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 rispondente al codice ATECOFIN 2004:

- 74.87.5 – Design e styling relativo a tessuti, abbigliamento, calzature, gioielleria, mobili e altri beni personali o per la casa.

La finalità perseguita è di determinare un “ricavo/compenso potenziale” tenendo conto non solo di variabili contabili, ma anche di variabili strutturali in grado di determinare il risultato di un professionista o 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 SG93).

Il numero dei questionari inviati è stato pari a 2.386. I questionari restituiti sono stati 2.302, pari al 96,5% 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 506 questionari, pari al 22,0% dei questionari rientrati.

I principali motivi di scarto sono stati:

- ricavi/compensi dichiarati maggiori di 5.164.569 euro (10 miliardi di lire);
- quadro M del questionario (elementi contabili) non compilato;
- presenza di attività secondarie con un'incidenza sui ricavi complessivi superiore al 20%;
- errata compilazione delle percentuali relative alla modalità di espletamento dell'attività (quadro F del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia della clientela (quadro G 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 1.796.

IDENTIFICAZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Per suddividere i soggetti 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.

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 i soggetti in base, alle diverse modalità di espletamento dell'attività, ai vari settori di specializzazione, 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.

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 otto gruppi omogenei.

DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Lo studio analizza le attività economiche relative al settore del design e styling ovvero l'attività di ideazione e progettazione di oggetti, servizi, spazi ed immagini svolta in prevalenza su incarico di un cliente committente. In alcuni casi l'attività di ideazione e progettazione è finalizzata alla produzione in proprio.

Il cliente committente è generalmente un'azienda privata. Il settore in esame si caratterizza, infatti, per la stretta collaborazione con il mondo delle imprese manifatturiere (aziende tessili, di abbigliamento, di calzature, di mobili, ecc.) che ne condiziona anche la localizzazione: quasi tutti gli studi sono ubicati al centro e al nord.

Il principale fattore discriminante utilizzato nell'individuazione dei cluster è la specializzazione dell'attività per tipologia di prodotto/servizio. Sulla base di tale elemento, l'analisi consente di distinguere gli studi che operano quasi esclusivamente (per il 90% circa dei ricavi/compensi) in un determinato settore merceologico, da quelli despecializzati. I principali settori di specializzazione sono:

- calzature (cluster 1);
- interni (cluster 4);
- capi di abbigliamento (cluster 5 e 7);
- mobili (cluster 6);
- tessuti (cluster 8).

Gli studi despecializzati operano in settori diversi, ideando e progettando varie tipologie di prodotti (cluster 2 e 3).

Esiste una differenziazione degli studi anche dal punto di vista strutturale. Il fattore dimensionale consente, infatti, di individuare alcune realtà più strutturate (cluster 3 e 7) che presentano una certa articolazione in termini di personale, superfici utilizzate e dotazione di beni strumentali. Tali studi sono, per quello che riguarda la natura giuridica, nella maggioranza dei casi società e dispongono di spazi adibiti esclusivamente all'attività d'impresa; si

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

differenziano pertanto dalla media del settore, caratterizzata dalla prevalenza di ditte individuali, in cui l'attività è condotta dal solo titolare, in uno studio in uso promiscuo con l'abitazione.

Salvo quanto espressamente specificato, tutti i valori evidenziati sono riferiti ai valori medi del cluster di riferimento.

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

CLUSTER 1 - STUDI SPECIALIZZATI NEL DESIGN E STYLING DI CALZATURE

NUMEROSITÀ: 210

Gli studi che appartengono a questo cluster sono specializzati nel design e styling di calzature, da cui derivano il 97% dei ricavi/compensi.

La superficie dei locali destinati allo svolgimento dell'attività è di 46 mq; nel 45% dei casi gli studi dispongono di un laboratorio per la produzione di prototipi/modelli di 36 mq; ogni studio è dotato di un computer e, nel 48% dei casi, di una stampante a colori.

La clientela è composta prevalentemente da società di capitali (66% dei ricavi/compensi) e, nel 58% dei casi, da imprenditori individuali (29%). Oltre il 65% dei ricavi/compensi è generato dai primi tre clienti.

L'area di svolgimento dell'attività è principalmente quella regionale; la percentuale di ricavi/compensi (12%) relativa all'estero è superiore alla media del settore. La localizzazione prevalente degli studi è nelle regioni del centro (in particolare in corrispondenza del distretto di Ascoli Piceno e Macerata) e nelle aree del nord-ovest a maggiore vocazione calzaturiera (Padova e Venezia).

CLUSTER 2 – STUDI NON SPECIALIZZATI DI PICCOLE DIMENSIONI

NUMEROSITÀ: 615

E' questo il cluster più numeroso, composto quasi esclusivamente da ditte individuali (89% dei casi), nelle quali opera in genere il solo titolare. L'elemento caratterizzante il cluster in oggetto sono le dimensioni ridotte e la mancanza di una o più attività prevalenti.

I locali destinati allo svolgimento dell'attività hanno una superficie di 25 mq circa, che risulta essere inferiore alla media di settore, e nel 58% dei casi risultano in uso promiscuo con l'abitazione. Anche per quanto riguarda le spese e la dotazione strumentale i valori medi risultano particolarmente contenuti.

Nell'ambito del cluster non si rileva una specializzazione merceologica particolare; il 30% degli studi dispone di un piccolo laboratorio (23 mq) e il 16% dei rispondenti dichiara di ottenere il 55% dei ricavi/compensi dalla produzione di prototipi/modelli.

La tipologia di clientela è ripartita tra società di capitali (58% dei ricavi/compensi), imprenditori individuali (27%) e persone fisiche (9%).

L'attività è svolta in gran parte a livello comunale (33% dei ricavi/compensi) e provinciale (25%).

Relativamente al settore di specializzazione possiamo rilevare che il 15% dei soggetti dichiara di svolgere attività di design e styling nell'ambito degli accessori di abbigliamento, ottenendo da questi il 59% dei ricavi/compensi; il 13% effettua attività nell'ambito dell'oggettistica e complementi di arredo (57% dei ricavi/compensi); l'8% nell'ambito dei capi di abbigliamento (32% dei ricavi/compensi).

CLUSTER 3 – STUDI NON SPECIALIZZATI DI GRANDI DIMENSIONI

NUMEROSITÀ: 253

Gli studi appartenenti a questo cluster si caratterizzano per le dimensioni nettamente più grandi rispetto a quelle degli altri gruppi individuati. Risultano costituiti nel 45% dei casi da ditte individuali e nel 52% da società, ed hanno un numero medio di addetti pari a 3, di cui 1 dipendente. La superficie dello studio è di 124 mq e nella maggioranza dei casi gli studi sono dotati anche di un laboratorio (68 mq) per la produzione di prototipi/modelli. Anche la dotazione di beni strumentali appare coerente con le dimensioni più articolate delle imprese appartenenti al cluster: tre computer, una stampante a colori ed uno scanner.

Per il cluster in esame non si rileva un settore di specializzazione preminente: per il 13% dei rispondenti il 45% dei ricavi/compensi deriva dal design e styling di oggettistica e complementi di arredo; per l'11%, il 61% dei ricavi/compensi deriva da calzature; per il 9%, il 25% dei ricavi/compensi deriva da mobili; per il 13%, il 32%

dei ricavi/compensi deriva da capi di abbigliamento; per il 10%, il 48% dei ricavi/compensi deriva da accessori di abbigliamento. A queste attività si aggiunge quella di realizzazione di prototipi (11% dei ricavi/compensi) e quella di modellistica (18%); coerentemente con tale aspetto, anche i costi per le attrezzature da laboratorio e per la realizzazione di prototipi/modelli (indicati dal 37% dei rispondenti) sono più elevati della media del settore e ammontano rispettivamente a 22.000 e 16.500 euro circa.

La clientela è composta principalmente da società di capitali (65% dei ricavi/compensi) e in misura minore da imprenditori individuali (24%) e persone fisiche (6%). La percentuale di ricavi/compensi prodotti dai primi tre clienti (53%) è inferiore alla media del settore.

Per quanto concerne l'area di svolgimento dell'attività, il comune è l'ambito d'intervento prevalente (29%), seguito da quello a livello provinciale (22%) e regionale (18%).

CLUSTER 4 – STUDI SPECIALIZZATI NEL DESIGN DI INTERNI

NUMEROSITÀ: 94

Il cluster in esame risulta caratterizzato dall'attività di progettazione di spazi abitativi e di arredo di interni, da cui deriva il 92% dei ricavi/compensi.

Si tratta in prevalenza di ditte individuali (82% dei casi) in cui opera il solo titolare. Le dimensioni dello studio sono contenute: la superficie destinata all'attività, infatti, è di soli 36 mq. Anche la dotazione di beni strumentali risulta minima, comprendendo un computer, una stampante a colori e un tavolo da disegno con tecnigrafo.

Una ridotta percentuale degli studi (10%) dispone di laboratori per la produzione di prototipi/modelli.

La distribuzione dei ricavi/compensi per tipologia di clientela presenta una percentuale composta da persone fisiche (20%) e da professionisti (8%) superiore alla media del settore; ciò lascia presumere che una parte dell'attività riguardi la progettazione di interni di abitazioni private e che vi siano collaborazioni con studi di ingegneria e architettura (i compensi fatturati a studi di progettazione con cui si collabora stabilmente, è più elevato della media del settore sia in termini di percentuale di compilazione, 11% dei rispondenti, sia di ammontare dei compensi/ricavi, 17.800 euro).

Per quanto concerne l'area di svolgimento dell'attività, il comune è l'ambito d'intervento prevalente (41%); il volume di attività svolta a livello regionale (15%), fuori regione (6% al nord e 6% al centro) e all'estero (4%) è inferiore alla media del settore.

CLUSTER 5 – STUDI DI PICCOLE DIMENSIONI SPECIALIZZATI NEL DESIGN E STYLING DI CAPI DI ABBIGLIAMENTO

NUMEROSITÀ: 296

Il cluster in esame è costituito da studi specializzati nel design e styling di capi di abbigliamento, da cui deriva il 94% dei ricavi/compensi.

Si tratta quasi esclusivamente di ditte individuali (91% dei casi), nelle quali opera il solo titolare; gli studi dispongono di spazi destinati all'esercizio dell'attività di 23 mq e, nel 67% dei casi, risultano in uso promiscuo con l'abitazione. La dotazione di beni strumentali è limitata (è presente solamente un computer).

La clientela si compone sostanzialmente di società di capitali (75% dei ricavi/compensi) e i primi tre clienti generano il 70% dei ricavi/compensi.

L'attività è svolta principalmente a livello comunale (29% dei ricavi/compensi) e regionale (20%). Coerentemente con l'attività svolta, la maggioranza degli studi risulta essere presente al nord, attorno ai poli dell'abbigliamento e della maglieria, (Bologna, Modena, Milano) e nella provincia di Firenze.

CLUSTER 6 – STUDI SPECIALIZZATI NEL DESIGN E STYLING DI MOBILI

NUMEROSITÀ: 68

Il cluster in oggetto è costituito da studi specializzati nel design e styling di mobili e arredi, da cui derivano l'89% dei ricavi/compensi.

La forma giuridica prevalente è la ditta individuale (72% dei casi), ma non è trascurabile la percentuale di società (26%). La superficie adibita a studio è di 43 mq. Nel 16% dei casi, la superficie si articola anche con un laboratorio per la produzione di prototipi/modelli. La dotazione di beni strumentali, ove presente, comprende un computer, una stampante a colori ed un tavolo da disegno con tecnigrafo.

La clientela è composta da società di capitali (58%), imprenditori individuali (25%), esercenti arti e professioni (7%) e persone fisiche (6%). Dai primi tre clienti derivano il 66% dei ricavi/compensi.

L'area di svolgimento dell'attività è sostanzialmente ripartita tra comune (34%), provincia (27%) e regione (19%). Gli studi sono localizzati principalmente nella provincia di Milano, nelle aree del nord-est ad elevata concentrazione di imprese del mobile e in alcune zone del centro in corrispondenza dei distretti mobiliari (Pesaro, Forlì, Pisa, ecc.).

CLUSTER 7 – STUDI DI GRANDI DIMENSIONI SPECIALIZZATI NEL DESIGN E STYLING DI CAPI DI ABBIGLIAMENTO

NUMEROSITÀ: 125

La specializzazione nel design e styling di capi di abbigliamento, da cui deriva il 91% dei ricavi/compensi, caratterizza il cluster in oggetto, costituito in prevalenza da società (51% dei casi), in cui operano mediamente 2 soci.

La superficie destinata all'esercizio dell'attività è di 100 mq circa a cui si aggiunge, nel 28% dei casi, un laboratorio di 66 mq per la produzione di prototipi/modelli.

La dotazione di beni strumentali è costituita da due computer, una stampante a colori ed uno scanner.

La clientela è rappresentata quasi interamente da società di capitali (86% dei ricavi/compensi); dai primi tre clienti deriva il 65% dei ricavi/compensi.

L'area di svolgimento dell'attività si ripartisce tra ambito regionale (comune, provincia e regione) ed extra-regionale: la percentuale di ricavi/compensi relativi all'attività svolta fuori regione (14% nord-ovest, 14% nord-est, 9% centro e 5% al sud) è superiore alla media del settore.

La localizzazione degli studi è quasi interamente al nord (Milano, Modena, Torino e Treviso) e al centro (Firenze).

CLUSTER 8 – STUDI SPECIALIZZATI NEL DESIGN E STYLING DI TESSUTI

NUMEROSITÀ: 115

Il cluster si caratterizza per la specializzazione nel design e styling di tessuti, da cui deriva il 96% dei ricavi/compensi.

La superficie adibita a studio è di 46 mq, mentre il 19% degli studi dispone anche di un laboratorio per la produzione di prototipi/modelli di 40 mq circa. La dotazione di beni strumentali comprende un computer e una stampante a colori.

Gli studi appartenenti al cluster sono ditte individuali (70% dei casi), in cui opera il solo titolare, e società (30%), in cui sono presenti mediamente 2 soci.

La clientela si compone di società di capitali (69% dei ricavi/compensi), imprenditori individuali (24%) e persone fisiche (4%).

L'area di svolgimento dell'attività è costituita in prevalenza dal comune (26% dei ricavi/compensi) e dalla provincia (34%). Una parte dell'attività è svolta all'estero (7%). La localizzazione prevalente degli studi è nelle province del nord-ovest ad elevata concentrazione di industrie tessili (Como, Varese, Milano, Biella).

DEFINIZIONE DELLA FUNZIONE DI RICAVO/COMPENSO

Una volta suddivisi i soggetti in gruppi omogenei è necessario determinare, per ciascun gruppo omogeneo e distintamente per ricavi da attività di impresa e per compensi da attività di lavoro autonomo, la funzione matematica che meglio si adatta all'andamento del ricavo/compenso dei soggetti appartenenti al gruppo in esame. Per determinare tale funzione si è ricorso alla Regressione Multipla³.

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.

La stima della “funzione di ricavo/compenso” è stata effettuata individuando la relazione tra il ricavo/compenso (variabile dipendente) e alcuni dati contabili e strutturali dei contribuenti (variabili indipendenti).

E' opportuno rilevare che prima di definire il modello di regressione si è proceduto ad effettuare un'analisi sui dati dei soggetti per verificare le condizioni di “normalità economica” nell'esercizio dell'attività e per scartare le situazioni anomale; ciò si è reso necessario al fine di evitare possibili distorsioni nella determinazione della “funzione di ricavo/compenso”.

In particolare sono state escluse le imprese che presentano:

- (costo del venduto⁴ + costo per la produzione di servizi) dichiarato negativo;

e tutti i soggetti che presentano:

- costi e spese dichiarati nel quadro M superiori ai ricavi/compensi dichiarati.

Successivamente è stato utilizzato un indicatore economico-contabile specifico dell'attività in esame, differenziato per imprese e professionisti:

Imprese:

- **valore aggiunto orario per addetto** = (ricavi - costo del venduto - costo per la produzione di servizi - spese per acquisti di servizi)/(numero addetti⁵ * 312 * 8).

Professionisti:

- **resa oraria per addetto** = (compensi derivanti dall'attività professionale o artistica – spese per collaboratori coordinati e continuativi – compensi corrisposti a terzi per prestazioni direttamente afferenti all'attività professionale o artistica)/(numero addetti⁶ * 40 * 45).

⁴ Costo del venduto = Esistenze iniziali + acquisti di merci e materie prime – rimanenze finali.

⁵ 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 dipendenti a tempo parziale + numero (ditte individuali) assunti con contratto di formazione e lavoro o a termine + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa o nello studio + 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 dipendenti a tempo parziale + numero assunti (società) con contratto di formazione e lavoro o a termine + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa o nello studio + numero associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa + numero soci con occupazione prevalente nell'impresa + numero amministratori non soci

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

numero addetti = 1 * Fattore Correttivo Individuale + numero dirigenti + numero quadri + numero impiegati + numero (professionista dipendenti a tempo parziale + numero assunti con contratto di formazione e lavoro o a termine

che opera in

forma individuale)

dove:
Fattore Correttivo Individuale = $P_ORE * P_SETT$ in cui:

P_ORE è pari a: (minor valore tra 40 e “Numero ore settimanali dedicate all'attività”)/40

P_SETT è pari a: (minor valore tra 45 e “Numero settimane di lavoro nell'anno”)/45

numero addetti = Numero dirigenti + numero quadri + numero impiegati + numero dipendenti a tempo parziale + numero assunti (associazioni/ società) con contratto di formazione e lavoro o a termine + Numero soci o associati che prestano attività nello studio

*Fattore Correttivo Associazioni

dove:

Fattore Correttivo Associazioni = $P_ORE * P_SETT$ in cui:

P_ORE è pari a (minor valore tra 40 e Numero ore settimanali dedicate all'attività / Numero soci o associati che prestano attività nello studio)/40

P_SETT è pari a (minor valore tra 45 e Numero settimane di lavoro nell'anno/ Numero soci o associati che prestano attività nello studio)/45

Per ogni gruppo omogeneo è stata calcolata la distribuzione ventile dell'indicatore precedentemente definito per l'attività di impresa e per l'attività di lavoro autonomo. Sono stati quindi selezionati i soggetti che presentavano valori dell'indicatore all'interno di un determinato intervallo, per costituire il campione di riferimento.

Per il *valore aggiunto orario* (imprese) sono stati scelti i seguenti intervalli:

- dal 3° al 19° ventile, per il cluster 1, 2, 3, 5, 6, 8;
- dal 3° ventile, per il cluster 4;
- dal 2° al 19° ventile, per il cluster 7;

Per la *resa oraria* (professionisti) sono stati scelti i seguenti intervalli:

- dal 3° al 19° ventile, per il cluster 1, 2, 3, 5, 6, 8;
- dal 3° ventile, per il cluster 4;
- fino 19° ventile, per il cluster 7;

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

Per la determinazione della “funzione di ricavo/compenso” 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/compenso” 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.

Nell'allegato 4.A.1 vengono riportate le variabili ed i rispettivi coefficienti della “funzione di ricavo”. Nell'allegato 4.A.2 vengono riportate le variabili ed i rispettivi coefficienti della “funzione di compenso”.

APPLICAZIONE DEGLI STUDI DI SETTORE ALL'UNIVERSO DEI CONTRIBUENTI

Per la determinazione del ricavo/compenso del singolo soggetto sono previste due fasi:

- l'Analisi Discriminante⁷;
- la stima del ricavo/compenso di riferimento.

Nell'allegato 4.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 soggetto viene determinato il ricavo/compenso di riferimento puntuale ed il relativo intervallo di confidenza.

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

⁷ L'Analisi Discriminante è una tecnica che consente di associare ogni soggetto ad uno dei gruppi omogenei individuati per la sua attività, attraverso la definizione di una probabilità di appartenenza a ciascuno dei gruppi stessi.

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.

ALLEGATO 4.A.1

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO: ATTIVITÀ DI IMPRESA

SG93U

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8
Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	1,7149	1,3765	1,2286	1,1444	1,1570	1,2922	1,2140	1,5517
Radice quadrata del Valore dei beni strumentali	-	-	-	236,2643	218,5505	235,2907	-	-
Valore dei beni strumentali elevato a 0.6	80,0853	77,5068	-	-	-	-	-	67,6328
Valore dei beni strumentali elevato a 0.7	-	-	-	-	-	-	18,5860	-
Valore dei beni strumentali elevato a 0.8	-	-	7,8596	-	-	-	-	-
Soci e associati con occupazione prevalente nell'impresa	19.432,2115	23.571,7381	32.024,9194	-	-	-	-	-
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale	-	17.555,9521	-	-	-	-	-	-
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti attività dell'impresa	1,3950	1,9622	1,2286	1,1444	1,3649	1,2922	2,4055	1,1113
Spese di pubblicità, propaganda, partecipazione a fiere e mostre	-	-	0,6033	-	-	-	-	-
Costi per la realizzazione di prototipi/modelli	-	-	0,5493	-	-	-	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

ALLEGATO 4.A.2

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI COMPENSO: ATTIVITÀ DI LAVORO AUTONOMO

SG93U

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8
Radice quadrata del Valore dei beni strumentali	264,4975	171,6225	175,3886	203,9212	159,1613	149,3867	255,1771	107,5649
Spese per prestazioni di lavoro dipendente + Spese per collaboratori coordinati e continuativi + Compensi corrisposti a terzi per prestazioni direttamente afferenti all'attività professionale o artistica	2,0709	1,4807	1,3508	1,7581	1,8925	1,9677	1,8499	2,4137
Consumi	1,1041	2,7083	2,0100	1,2235	3,1279	1,9677	1,9190	2,4137
Altre spese	1,1041	1,8668	2,0100	1,2235	2,0376	1,9677	1,9190	2,4137

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

ALLEGATO 4.B

VARIABILI DELL'ANALISI DISCRIMINANTE

QUADRO A:

- Numero delle giornate retribuite per i dirigenti
- Numero delle giornate retribuite per i quadri
- Numero delle giornate retribuite per gli impiegati
- Numero di impiegati
- Numero delle giornate retribuite per i dipendenti a tempo parziale
- Numero delle giornate retribuite per assunti con contratto di formazione e lavoro o a termine
- Numero di collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa o nello studio
- Numero di collaboratori coordinati e continuativi diversi di quelli di cui al rigo A6
- % di lavoro complessivamente prestato da soci o associati che prestano attività nello studio o associazione
- Numero di collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'impresa coniugale
- Numero di familiari diversi da quelli di cui al rigo A9 che prestano attività nell'impresa
- Numero associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa
- Numero di associati in partecipazione diversi da quelli di cui al rigo A11
- Numero di soci con occupazione prevalente nell'impresa
- Numero di soci diversi da quelli di cui al rigo A13
- Numero di amministratori non soci

QUADRO B:

- Unità locali destinate all'esercizio dell'attività: Canone di locazione
- Unità locali destinate all'esercizio dell'attività: Mq complessivi destinati all'esercizio dell'attività
- Unità locali destinate all'esercizio dell'attività: - di cui destinati a laboratorio per la produzione di prototipi/modelli
- Unità locali destinate all'esercizio dell'attività: Uso promiscuo dell'abitazione

QUADRO F:

- Modalità di espletamento dell'attività: tessuti - percentuale sui ricavi/compensi
- Modalità di espletamento dell'attività: capi di abbigliamento - percentuale sui ricavi/compensi
- Modalità di espletamento dell'attività: calzature - percentuale sui ricavi/compensi
- Modalità di espletamento dell'attività: mobili - percentuale sui ricavi/compensi
- Modalità di espletamento dell'attività: interni (interior design) - percentuale sui ricavi/compensi

QUADRO G:

- Elementi contabili specifici: Acquisti ed abbonamenti giornali/riviste/pubblicazioni/banche dati
- Elementi contabili specifici: Spese di pubblicità, propaganda, partecipazione a fiere e mostre
- Elementi contabili specifici: Spese di rappresentanza
- Elementi contabili specifici: Spese per viaggi e trasferte
- Elementi contabili specifici: Spese per manutenzione apparecchiature tecniche
- Elementi contabili specifici: Spese per manutenzione e aggiornamento software
- Altri elementi specifici: Presenza su internet con un proprio sito