

ALLEGATO 6

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

STUDIO DI SETTORE SM18B

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 sono le attività economiche:

- 51.23.1 - Commercio all'ingrosso di pollame, conigli, cacciagione, selvaggina e altri volatili vivi;
- 51.23.2 - Commercio all'ingrosso di altri animali vivi.

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

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

Al fine di conoscere le informazioni relative alle strutture produttive in oggetto si è progettato ed inviato ai contribuenti interessati un questionario per rilevare tali informazioni (il codice del questionario relativo allo studio in oggetto è SM18).

Il numero dei questionari inviati è stato pari a 2.591. I questionari restituiti sono stati 1.365, pari al 52,7% degli inviati.

La seguente tabella riporta i dati analitici per ogni codice di attività:

	Numero questionari inviati	Numero questionari restituiti	% sul totale questionari inviati
51.23.1 – Commercio all'ingrosso di pollame, conigli, cacciagione, selvaggina e altri volatili	485	250	51,5%
51.23.2 – Commercio all'ingrosso di altri animali vivi	2.106	1.115	52,9%
TOTALE	2.591	1.365	52,7%

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 380 questionari, pari al 27,8% dei questionari rientrati.

I principali motivi di scarto sono stati:

- ricavi dichiarati maggiori di 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 tipologia di vendita (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative ai ricavi conseguiti con la vendita dei prodotti merceologici (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia della clientela (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative alle modalità d'acquisto (quadro H del questionario);
- incongruenze fra i dati strutturali e i dati contabili contenuti nel questionario.

A seguito degli scarti effettuati, il numero dei questionari oggetto delle successive analisi è risultato pari a 985.

IDENTIFICAZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

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

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

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

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

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

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

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

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

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

DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

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

- Specializzazione per tipologia di prodotto;
- Struttura organizzativa;
- Modalità d'acquisto.

Il primo elemento ha consentito di distinguere le aziende specializzate nella commercializzazione di una o più tipologie di animale. In particolare sono state classificate le imprese che distribuiscono prevalentemente: pollame, conigli, cacciagione e animali selvatici da allevamento (cluster 1, 2), bovini (cluster 3, 4, 5), ovini e caprini (cluster 6), equini (cluster 7), suini (cluster 8).

Il secondo elemento, la dimensione della struttura organizzativa, ha consentito di ripartire, per alcune specializzazioni evidenziate in precedenza, le realtà maggiormente strutturate (cluster 2, 5), e quelle meno

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

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

strutturate (cluster 1, 3). Si va quindi da imprese che dispongono di ampi spazi destinati a stallaggio, deposito, recinti bestiame, gabbie, voliere e ad ufficio, ad aziende più contenute per dimensioni e struttura organizzativa.

Il terzo elemento, ovvero la modalità d'acquisto, ha consentito l'individuazione di un gruppo di imprese con acquisti prevalenti dall'estero (cluster 4).

Sono stati individuati complessivamente 8 cluster di seguito illustrati.

Specializzazione di prodotto	Dimensione della struttura organizzativa	Modalità di acquisto
Pollame, conigli, cacciagione (1), (2)	Aziende di grandi dimensioni (2), (5)	Estero (4)
Bovini (3), (4), (5)	Aziende di piccole dimensioni (1), (3)	
Ovini caprini (6)		
Equini (7)		
Suini (8)		

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

CLUSTER 1 - GROSSISTI DI POLLAME, CONIGLI, CACCIAGIONE E ANIMALI SELVATICI DA ALLEVAMENTO, CON UNA STRUTTURA ORGANIZZATIVA DI DIMENSIONI CONTENUTE

NUMEROSITÀ: 146

I soggetti appartenenti a questo cluster, caratterizzati da una struttura organizzativa di dimensioni contenute, distribuiscono all'ingrosso prevalentemente pollame, conigli, cacciagione e animali selvatici da allevamento (mediamente 84% dei ricavi).

Le imprese del gruppo sono prevalentemente società (53%) e hanno mediamente 3 addetti impiegati nello svolgimento dell'attività.

La struttura organizzativa è composta da spazi destinati a: deposito (50 mq) e vendita (20 mq). Oltre il 60% delle imprese dispone inoltre di piccoli spazi destinati ad ufficio. Per la movimentazione degli animali e dei prodotti da essi derivati (carne e uova), le imprese del modello utilizzano mezzi propri, costituiti prevalentemente da autocarri (in media 2 per impresa).

La fonte principale di approvvigionamento è costituita dalle imprese produttrici italiane (in media circa il 50% degli acquisti), anche se rilevante resta il ricorso ad altri grossisti del settore (30%).

La clientela è costituita prevalentemente da dettaglianti (55% dei ricavi) e completata da consumatori privati, grande distribuzione e altri grossisti.

L'offerta (la cui composizione è funzione delle specifiche scelte distributive di ciascuna impresa) è composta principalmente da pollame conigli, cacciagione e animali selvatici da allevamento e, per la maggior parte delle imprese del modello, viene completata anche dall'offerta di uova (in media il 10% dei ricavi).

CLUSTER 2 - GROSSISTI DI POLLAME, CONIGLI, CACCIAGIONE E ANIMALI SELVATICI DA ALLEVAMENTO CON UNA STRUTTURA ORGANIZZATIVA DI RILEVANTI DIMENSIONI

NUMEROSITÀ: 42

Il cluster si caratterizza per la presenza di imprese dotate di una struttura organizzativa di notevoli dimensioni, che commercializzano prevalentemente pollame, conigli, cacciagione, selvaggina e animali selvatici da allevamento.

Le imprese del modello sono nella maggior parte dei casi società e risultano impiegati nell'attività mediamente 5 addetti (di cui 3 dipendenti).

La struttura organizzativa è composta da spazi destinati a: deposito (che in media raggiungono i 210 mq), recinti bestiame, gabbie, voliere (100 mq), operazioni di carico/scarico degli animali (240 mq) e ufficio (40 mq). La movimentazione dei prodotti è effettuata prevalentemente con l'ausilio di autocarri, in media 3 per impresa.

L'approvvigionamento dei prodotti avviene, per la parte più rilevante, direttamente presso produttori in Italia (mediamente il 62% degli acquisti), mentre residuale può essere considerato il canale dell'ingrosso.

La clientela è costituita principalmente da dettaglianti (56% dei ricavi) ed in misura minore da altri grossisti, punti vendita appartenenti alla grande distribuzione/distribuzione organizzata e da consumatori privati.

La distribuzione dei prodotti avviene principalmente attraverso la vendita sul territorio, anche se, la presenza di una consistente struttura organizzativa, rende possibile forme più tradizionali di vendita all'ingrosso (vendita al banco).

CLUSTER 3 - GROSSISTI DI BOVINI CON UNA STRUTTURA ORGANIZZATIVA DI DIMENSIONI CONTENUTE

NUMEROSITÀ: 387

Il cluster si caratterizza per la presenza di imprese, di dimensioni contenute, che commercializzano prevalentemente bovini (in media 92% dei ricavi).

Si tratta di imprese – in prevalenza ditte individuali (73% dei soggetti) - che nella maggior parte dei casi non dispongono di personale dipendente.

Strutturalmente i soggetti del cluster utilizzano locali destinati allo stallaggio (il 55% delle imprese dispone di superfici mediamente di 95 mq) e denotano la quasi assenza di spazi destinati a recinti bestiame, alla vendita, ad ufficio e modeste dimensioni delle superfici per il deposito della merce. Le imprese del modello sfruttano per il trasporto degli animali mezzi di trasporto propri, costituiti essenzialmente da un autocarro .

Il canale di approvvigionamento maggiormente utilizzato è costituito da agricoltori (in grado di soddisfare circa il 60% del fabbisogno delle imprese del modello) e per la restante parte da produttori in Italia, grossisti e importatori.

La clientela, servita prevalentemente attraverso la vendita sul territorio (81% dei ricavi in media), è suddivisa tra grossisti, mattatoi, dettaglianti, allevatori e agricoltori.

CLUSTER 4 - GROSSISTI DI BOVINI CON ACQUISTI PREVALENTI ALL'ESTERO

NUMEROSITÀ: 99

Il cluster si caratterizza per la presenza di imprese che commercializzano prevalentemente bovini (in media il 74% dei ricavi) e la cui principale fonte di approvvigionamento è costituita dal canale estero (per il 78% degli acquisti).

Si tratta di imprese – in prevalenza società (66%) - che nella maggior parte dei casi non dispongono di personale dipendente.

Coerentemente con l'attività svolta, la struttura organizzativa denota l'assenza, nella maggior parte delle imprese, di spazi destinati a recinti bestiame, stalle, deposito e vendita, e la presenza di uffici di dimensioni contenute. Data la provenienza estera degli animali commercializzati, le imprese, per il trasporto degli stessi, possono utilizzare alternativamente mezzi propri (circa 1/3 delle imprese dispone di 1-2 autocarri), o di imprese terze (circa il 40% delle imprese sostiene in media 80 milioni di lire di spese l'anno per servizi integrativi o sostitutivi di mezzi propri).

La clientela, servita prevalentemente attraverso la vendita sul territorio (75% dei ricavi), è suddivisa tra dettaglianti, grossisti, allevatori, agricoltori e mattatoi.

CLUSTER 5 - GROSSISTI DI BOVINI CON UNA STRUTTURA ORGANIZZATIVA DI NOTEVOLI DIMENSIONI

NUMEROSITÀ: 129

Il cluster si caratterizza per la presenza di imprese, con struttura organizzativa di notevoli dimensioni, che commerciano prevalentemente bovini (in media circa il 90% dei ricavi).

Il modello è formato prevalentemente da ditte individuali (55%) e risultano occupati mediamente 2 addetti.

La struttura organizzativa è costituita da spazi destinati allo stallaggio (in media di 450 mq), a recinto animali (500 mq) e ad ufficio. Per la movimentazione degli animali quasi tutte le imprese del modello si avvalgono di mezzi propri, costituiti essenzialmente da autocarri (1-2).

Le fonti di approvvigionamento possono essere diverse anche se principalmente le imprese si rivolgono ad agricoltori (35% in media degli acquisti) e a grossisti (20%).

La clientela è omogeneamente suddivisa tra dettaglianti, allevatori, grossisti, agricoltori e mattatoi.

La distribuzione dei prodotti avviene principalmente attraverso la vendita sul territorio, anche se, la presenza di una consistente struttura organizzativa, rende possibile forme più tradizionali di vendita all'ingrosso (vendita al banco).

CLUSTER 6 - GROSSISTI DI OVINI E CAPRINI

NUMEROSITÀ: 48

I soggetti appartenenti a questo cluster distribuiscono all'ingrosso prevalentemente ovini e caprini (92% dei ricavi in media).

Si tratta di imprese – in prevalenza ditte individuali (65% dei soggetti) - che nella maggior parte dei casi non dispongono di personale dipendente.

La struttura organizzativa è composta essenzialmente da locali destinati allo stallaggio degli animali (ne dispone circa il 60% delle imprese con una superficie media di circa 220 mq), mentre risultano assenti, nella maggior parte delle imprese, gli spazi destinati a deposito, recinti, vendita e ufficio. Circa l'80% delle imprese dispone di mezzi di trasporto propri per la movimentazione degli animali, costituiti prevalentemente da autocarri (1-2).

Le fonti di approvvigionamento risultano articolate e costituite da agricoltori, produttori in Italia, estero, grossisti o importatori.

La clientela è omogeneamente suddivisa tra dettaglianti, mattatoi, grossisti, allevatori e agricoltori.

La distribuzione dei prodotti avviene principalmente attraverso la vendita sul territorio, anche se, la struttura organizzativa delle imprese del modello rende possibile forme più tradizionali di vendita all'ingrosso (vendita al banco).

CLUSTER 7 - GROSSISTI DI EQUINI

NUMEROSITÀ: 53

Il cluster si caratterizza per la presenza di imprese, mediamente strutturate, che distribuiscono prevalentemente equini (95% dei ricavi in media).

Le imprese del cluster sono equamente distribuite tra ditte individuali e società, e nella quasi totalità dei casi non si avvalgono di personale dipendente.

La struttura organizzativa è composta essenzialmente da spazi destinati allo stallaggio degli animali (che in media raggiungono i 160 mq). La metà circa delle imprese del modello dispone inoltre di: aree destinate a recinti bestiame (1.800 mq), aree riservate a deposito (120 mq) e locali adibiti ad ufficio (15 mq).

Il 60% delle imprese dispone di mezzi propri per la movimentazione degli animali (1-2 autocarri) mentre circa il 40% delle imprese si avvale, per il trasporto, anche del servizio offerto da imprese terze, per il quale mediamente vengono spesi circa 100 milioni di lire l'anno.

L'acquisto degli animali avviene attraverso fonti differenti. Prevalentemente le imprese del settore si approvvigionano all'estero per il 35% degli acquisti, anche se rilevante risulta la quota di acquisti effettuata presso produttori italiani, agricoltori, importatori e grossisti.

La clientela è articolata ed è costituita da dettaglianti, allevatori, grossisti e privati.

CLUSTER 8 - GROSSISTI DI SUINI

NUMEROSITÀ: 70

Il cluster si caratterizza per la presenza di imprese che commercializzano principalmente suini (in media 95% dei ricavi).

Si tratta di imprese – in prevalenza ditte individuali (57% dei soggetti) - che nella maggior parte dei casi non dispongono di personale dipendente.

La struttura organizzativa è composta essenzialmente da locali destinati allo stallaggio degli animali (in media di 130 mq) e da uffici (10 mq), risultando assenti, nella maggior parte delle imprese, gli spazi adibiti a deposito, recinti e vendita. Per il trasporto degli animali, le imprese del modello dispongono di 1-2 autocarri.

L'approvvigionamento degli animali avviene prevalentemente presso produttori in Italia (60% degli acquisti) e agricoltori (28%).

La clientela, servita principalmente attraverso la vendita sul territorio, è costituita prevalentemente da mattatoi (29% dei ricavi), anche se rilevante è la quota dei ricavi derivante dalle altre tipologie di clienti tipiche del settore: dettaglianti, agricoltori, grossisti, industrie di trasformazione alimentare e allevatori.

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 Multipla³.

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

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

- **produttività per addetto** = ricavi/(numero addetti ⁴ * 1.000)
- **ricarico** = ricavi/costo del venduto ⁵;
- **durata delle scorte** = (giacenza media ⁶ /costo del venduto) * 365.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

- fino al 19° ventile, per i cluster 1, 2, 4, 5, 7 e 8;
- fino al 18° ventile, per il cluster 3;
- non sono stati effettuati tagli per il cluster 6.

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

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

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

Nell’allegato 6.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 Discriminante⁷;
- la stima del ricavo di riferimento.

Nell’allegato 6.B vengono riportate le variabili strutturali risultate significative nell’Analisi Discriminante.

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

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

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

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

⁷ 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 6.A

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

SM18B

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4
Costo del venduto	-	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 150 milioni"	1,1530	-	-	-
Costo del venduto "Quota eccedente 150 milioni"	1,0737	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 250 milioni"	-	-	1,1415	1,1321
Costo del venduto "Quota eccedente 250 milioni"	-	-	1,0682	1,0567
Costo del venduto "Quota fino a 300 milioni"	-	1,1012	-	-
Costo del venduto "Quota eccedente 300 milioni"	-	1,0290	-	-
Quadrato del costo del venduto	-	-	-	-
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	0,7804	0,8999	0,5331	1,1020
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	0,6427	1,0137	0,6477	1,1079
Valore dei beni strumentali	0,2075	0,2600	0,1974	-
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente e Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	-	-	11.595,1803	-

- Le variabili contabili vanno espresse in migliaia di lire.
- Le variabili elevate al quadrato sono divise per 10⁸.

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAPO

SM18B

VARIABILI	CLUSTER 5	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8
Costo del venduto	1,0794	1,0805	1,0968	1,0671
Costo del venduto "Quota fino a 150 milioni"	-	-	-	-
Costo del venduto "Quota eccedente 150 milioni"	-	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 250 milioni"	-	-	-	-
Costo del venduto "Quota eccedente 250 milioni"	-	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 300 milioni"	-	-	-	-
Costo del venduto "Quota eccedente 300 milioni"	-	-	-	-
Quadrato del costo del venduto	-0,3453	-	-	-0,7946
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	0,7945	1,2217	0,6740	0,8212
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	0,6173	0,9827	1,3823	0,8212
Valore dei beni strumentali	0,1524	-	0,2483	0,2601
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente e Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	-	-	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in migliaia di lire.
- Le variabili elevate al quadrato sono divise per 10⁸.

ALLEGATO 6.B

VARIABILI DELL'ANALISI DICRIMINANTE

QUADRO B:

- Mq locali destinati allo stallaggio
- Mq aree destinate a deposito
- Mq aree destinate a recinti bestiame, gabbie e voliere
- Mq locali destinati alla vendita
- Mq locali destinati ad uffici
- Mq dei piazzali dedicati alle operazioni di carico e scarico

QUADRO G:

- Tipologia di vendita: Ingrosso con vendita al banco
- Prodotti merceologici venduti: Ovini
- Prodotti merceologici venduti: Equini
- Prodotti merceologici venduti: Suini
- Prodotti merceologici venduti: Bovini
- Prodotti merceologici venduti: Caprini
- Prodotti merceologici venduti: Pollame (polli, tacchini, oche etc.)
- Prodotti merceologici venduti: Conigli
- Prodotti merceologici venduti: Cacciagione e animali selvatici da allevamento (quaglie, piccioni, lepri, cinghiali, etc.)
- Prodotti merceologici venduti: Uova

QUADRO H:

- Modalità di acquisto: Da produttori in Italia
- Modalità di acquisto: Dall'Estero
- Modalità di acquisto: Da Agricoltori