

ALLEGATO 18

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

STUDIO DI SETTORE SM36U

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:

- 51.47.3 - Commercio all'ingrosso di libri.

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 SM36).

Il numero dei questionari inviati è stato pari a 659. I questionari restituiti sono stati 464, pari al 70,4% 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 161 questionari, pari al 34,7% 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 sui ricavi relative ai prodotti merceologici venduti (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 303.

IDENTIFICAZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

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

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

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

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 quattro gruppi omogenei di imprese.

DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

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

- dimensione (numero di addetti, superfici, dotazione di beni strumentali);
- prodotti merceologici venduti;
- tipologia di vendita.

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

CLUSTER 1 - IMPRESE DI PICCOLA DIMENSIONE CHE TRATTANO PREVALENTEMENTE EDITORIA VARIA

NUMEROSITÀ: 100

Il presente cluster è formato da imprese di piccole dimensioni che prevalentemente commercializzano editoria varia, questa merceologia contribuisce mediamente per il 52% alla formazione dei ricavi.

In questo cluster confluiscono anche le percentuali più alte di soggetti che trattano l'editoria in lingua straniera (il 21% dei soggetti, per il 43% dei ricavi), l'editoria remainder (il 13% dei soggetti, per il 68% dei ricavi) e coloro che hanno indicato la voce residuale "altro" (il 37% dei soggetti, per il 58% dei ricavi).

La tipologia di vendita prevalente è quella dell'ingrosso sul territorio, dalla quale derivano mediamente il 73% dei ricavi, seguita dall'ingrosso con vendita al banco.

Ricadono in questo cluster imprese di piccole dimensioni con una buona percentuale di ricavi proveniente dall'intermediazione e vendita c/terzi e/o c/deposito (indicati dal 14% dei soggetti).

La tipologia della clientela è diversificata: da librerie, edicole ed università proviene una consistente parte dei ricavi, ma la voce "altri" è quella che contribuisce maggiormente alla formazione degli stessi (indicata dal 57% delle imprese, per il 64% dei ricavi).

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.

A questo cluster appartengono soggetti che si discostano da quelli degli altri anche per quote consistenti di ricavi derivanti da mostre mercato, bancarelle e librerie remainder.

Per quanto riguarda le fonti di approvvigionamento il numero delle case editrici fornitrici sono poco superiori alla media del settore. Sebbene il 56% degli acquisti provenga da case editrici italiane tale percentuale è inferiore alla media degli altri cluster. Significative infatti sono le forniture da case editrici straniere, da stockisti e da altri operatori (compilate rispettivamente dal 17%, 19% e 21% delle imprese, per il 52%, 49% e 48% del valore totale della merce trattata).

La forma giuridica prevalente è quella societaria; le ditte individuali sono solo il 35%.

Le imprese di questo gruppo sono di piccole dimensioni: il numero di addetti è mediamente due e le superfici indicate sono nettamente inferiori alla media del settore.

In particolare le superfici dei locali destinati a deposito/magazzino sono state dichiarate dall'82% dei soggetti e sono mediamente pari a circa 119 mq, quelle per la vendita e l'esposizione della merce sono state dichiarate dal 19% dei soggetti e sono mediamente pari a circa 43 mq, quelle per uffici sono state dichiarate dal 71% dei soggetti e sono mediamente pari a circa 31 mq.

La dotazione di beni strumentali, coerentemente con le dimensioni della struttura, è nettamente inferiore alla media degli altri cluster.

CLUSTER 2 - IMPRESE CON VENDITA AL DETTAGLIO CON APPOSITA LICENZA

NUMEROSITÀ: 33

A questo cluster appartiene la quasi totalità di soggetti che svolge anche attività di vendita al dettaglio con apposita licenza, dalla quale proviene il 33% dei ricavi. Pressoché tutti i soggetti di questo cluster hanno dichiarato di svolgere attività di vendita al dettaglio, alla quale dedicano mediamente due o tre addetti, superfici di locali per vendita ed esposizione al dettaglio pari a circa 59 mq e scaffalature pari a circa 60 metri lineari.

Il presente cluster è formato da commercianti all'ingrosso di libri che prevalentemente commercializzano editoria scolastica, questa merceologia contribuisce mediamente per il 60% alla formazione dei ricavi, seguita dalla voce editoria varia per il 13% dei ricavi e dall'editoria parascolastica per l'11%.

La tipologia di clientela prevalente è costituita dalle librerie (41% dei ricavi). Si rileva anche che il 69% di soggetti ha come clientela le scuole dalle quali trae il 15% dei ricavi. La voce "altri" è, in percentuale, più compilata rispetto agli altri cluster, si può dunque ipotizzare che tale voce ricomprenda i "privati" quali clienti per la vendita al dettaglio.

Per quanto riguarda le fonti di approvvigionamento l'81% degli acquisti è costituito da case editrici italiane.

Si può ragionevolmente affermare che i soggetti appartenenti a questo cluster siano di medie dimensioni: infatti essi hanno le superfici destinate a deposito e magazzino, carico e scarico e locali destinati ad ufficio, in linea con la media del settore.

Una parte consistente di tali soggetti (81%) possiede locali destinati alla vendita ed esposizione, elemento in linea con le caratteristiche tipiche della vendita al dettaglio. In relazione a quest'ultima, si sottolinea che, la totalità dei soggetti di questo cluster ha compilato la voce relativa alle scaffalature dei locali destinati alla vendita al dettaglio con apposita licenza, e la quasi totalità, le altre voci di tale sezione.

CLUSTER 3 - IMPRESE DI GRANDE DIMENSIONE

NUMEROSITÀ: 41

Il cluster si caratterizza per la presenza di commercianti all'ingrosso di libri dotati di una struttura organizzativa di notevoli dimensioni, che prevalentemente commercializzano editoria scolastica ed editoria varia.

Queste merceologie contribuiscono mediamente ciascuna per il 36% alla formazione dei ricavi.

In queste imprese operano mediamente otto addetti tra i quali cinque sono dipendenti a tempo pieno (di questi, due sono addetti al magazzino). Anche i locali destinati allo svolgimento dell'attività sono di grandi dimensioni: le superfici destinate a deposito/magazzino sono circa 500 mq e quelle per la vendita e l'esposizione della merce sono state dichiarate dal 66% dei soggetti e per 145 mq. I locali destinati ad ufficio, sempre presenti, hanno in media una superficie di 114 mq. Tutte le superfici indicate sono più del doppio rispetto alle medie del settore. La notevole dimensione di tali imprese è sottolineata anche dal dato relativo ai titoli, circa 15.000 (contro una media

del settore di circa 4.000), di questi, i nuovi ingressi nell'anno sono, per coloro che li hanno indicati, in media più di 1.500.

La tipologia di vendita, nettamente prevalente, è quella dell'ingrosso con vendita sul territorio, per la quale il 58% dei soggetti ha dichiarato in media quattro o cinque agenti/rappresentanti. Da questa tipologia di vendita sono conseguiti mediamente il 54% dei ricavi, segue l'ingrosso con vendita al banco da cui derivano il 38% dei ricavi.

Il 71% degli appartenenti a questo cluster ha dichiarato spese di pubblicità propaganda e rappresentanza pari a circa 34 milioni di lire.

La tipologia di clientela prevalente è data dalle librerie che contribuiscono mediamente per il 60% alla formazione dei ricavi, seguita dalla voce cartolerie indicata dal 66% delle imprese per il 26% dei ricavi.

Per quanto riguarda le fonti di approvvigionamento il numero delle case editrici fornitrici sono pari a 95, oltre il doppio della media del settore. In media l'80% degli acquisti è fornito da case editrici italiane, segue l'acquisto da distributori indipendenti.

La forma giuridica prevalente è quella societaria; oltre la metà dei soggetti sono società a responsabilità limitata.

Tra i beni strumentali si rilevano in media 442 metri lineari di scaffalature per l'ingrosso, inoltre il 76% dei soggetti ha mediamente dichiarato due muletti/carrelli elevatori, l'88% dei soggetti sei computer collegati in rete e il 49% il magazzino computerizzato.

Questo cluster si caratterizza anche per una maggiore presenza di servizi complementari alla clientela, quali: la consegna al destinatario (71%), il diritto di resa (85%), la tredicesima copia omaggio (54%) e le ordinazioni e le informazioni per via telematica (20%).

CLUSTER 4 - IMPRESE DI MEDIA-PICCOLA DIMENSIONE CHE TRATTANO PREVALENTEMENTE EDITORIA SCOLASTICA

NUMEROSITÀ: 107

Il presente cluster è formato da commercianti all'ingrosso che prevalentemente commercializzano editoria scolastica. Questa merceologia contribuisce mediamente per il 68% alla formazione dei ricavi, seguita dalla voce editoria parascolastica per il 17%, valori nettamente superiori alla media del settore.

Coerentemente con le dimensioni della struttura e con la tipologia di prodotto offerto, il numero di titoli gestiti e il numero di nuovi ingressi nell'anno sono nettamente inferiori a quelli degli altri tre cluster analizzati.

La tipologia di vendita prevalente è quella dell'ingrosso con vendita al banco dalla quale provengono mediamente il 59% dei ricavi, seguita dall'ingrosso con vendita sul territorio dalla quale ne derivano il 21%.

La tipologia di clientela prevalente è data dalle librerie dalle quali proviene il 59% dei ricavi. Contribuiscono notevolmente anche le cartolerie con una incidenza percentuale del 36% indicate dal 56% delle imprese e le scuole con un'incidenza percentuale del 17% indicate dal 64% delle imprese.

Dai dati relativi alle voci "Acquisti da case editrici italiane" (90%) e dal limitato numero di case editrici fornitrici (18) si ipotizza, sia una piccola dimensione delle imprese sia un rapporto quasi esclusivo con le case fornitrici. Infatti ben il 45% ha indicato come modalità organizzativa di essere Concessionario/Esclusivista di un produttore.

La forma giuridica prevalente è quella societaria, per lo più società di persone.

La medio-piccola dimensione delle imprese è confermata dal limitato numero di addetti, mediamente tre, e dalle superfici e beni strumentali che risultano essenziali.

In particolare, le superfici dei locali destinati a deposito/magazzino sono state dichiarate dal 94% dei soggetti e sono mediamente 182 mq, quelle per la vendita e l'esposizione della merce sono state dichiarate dal 52% dei soggetti e sono mediamente 51 mq, quelle per uffici sono state dichiarate dal 78% dei soggetti e sono mediamente 34 mq.

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;
- **rotazione del magazzino** = (costo del venduto /giacenza media ⁶).

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

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

- dal 2° ventile, per il cluster 1;
- non sono stati effettuati tagli per i cluster 2,3,4;

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

- dal 1° al 18° ventile, per il cluster 1;
- dal 2° ventile, per i cluster 2, 3;
- dal 3° al 19° ventile, per il cluster 4.

Per la **rotazione del magazzino** sono stati scelti i seguenti intervalli:

- dal 2° ventile, per i cluster 1,2;
- dal 1° al 19° ventile, per il cluster 3;

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 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 dipendenti a tempo pieno + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero (società) 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

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

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

- dal 2° al 19° ventile, per il cluster 4.

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 18.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 18.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 18.A

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

SM36U

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4
Costo del venduto	-	-	1,1716	-
Quadrato del "Costo del venduto"	-	-	-1,4753	-
Costo del venduto "Quota fino a 150 milioni"	1,3282	-	-	-
Costo del venduto "Quota eccedente 150 milioni"	1,0391	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 200 milioni"	-	-	-	1,2518
Costo del venduto "Quota eccedente 200 milioni"	-	-	-	1,0646
Costo del venduto "Quota fino a 900 milioni"	-	1,1866	-	-
Costo del venduto "Quota eccedente 900 milioni"	-	1,0553	-	-
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	1,3866	0,8921	0,6821	0,8227
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	1,2328	0,7915	1,0639	1,4858

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

ALLEGATO 18.B

VARIABILI DELL'ANALISI DISCRIMINANTE

Quadro A:

- Numero delle giornate retribuite per i dipendenti a tempo pieno
- Numero delle giornate retribuite per i dipendenti a tempo parziale
- Numero delle giornate retribuite per gli apprendisti
- Numero delle giornate retribuite per gli assunti con contratto di formazione e lavoro o a termine e lavoratori a domicilio

Quadro B:

- Mq locali destinati ad uffici
- Mq locali destinati esclusivamente alle operazioni di carico e scarico delle merci
- Vendita al dettaglio con apposita licenza: Mq locali adibiti alla vendita al dettaglio e all'esposizione interna della merce
- Vendita al dettaglio con apposita licenza: Mq locali destinati a deposito/magazzino (se specificamente per il dettaglio)
- Vendita al dettaglio con apposita licenza: Scaffalature (in metri lineari)
- Vendita al dettaglio con apposita licenza: Numero di punti cassa
- Vendita al dettaglio con apposita licenza: Numero di punti cassa - di cui attrezzati con lettore codici a barre
- Vendita al dettaglio con apposita licenza: Numero di addetti alla vendita al dettaglio non dipendenti

Quadro G:

- Tipologia di vendita: Ingrosso con vendita sul territorio (tramite venditori e/o via fax, modem, ecc.)
- Tipologia di vendita: Vendita al dettaglio con apposita licenza
- Prodotti merceologici venduti: Editoria scolastica – Percentuale sui ricavi
- Prodotti merceologici venduti: Editoria parascolastica – Percentuale sui ricavi
- Servizi offerti: Servizio telematico per ordinazioni
- Servizi offerti: Servizio telematico per informazioni (stampe novità, giacenze e disponibilità, ecc.)

Quadro H:

- Modalità di acquisto: Direttamente da case editrici italiane
- Modalità organizzativa: Concessionario/esclusivista di un produttore
- Costi e spese specifici: Spese di pubblicità, propaganda e rappresentanza

Quadro I:

- Beni strumentali: Metri lineari di scaffalature (per l'ingrosso)
- Beni strumentali: Muletti / carrelli elevatori - Numero
- Beni strumentali: Computer collegati in rete - Numero