

ALLEGATO 5

Nota Tecnica e Metodologica

SM21A

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

1. 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 ISTAT:

- 51.31.0 - Commercio all'ingrosso di frutta e ortaggi (freschi e surgelati).

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 SM21).

Il numero dei questionari inviati è stato pari a 11.446. I questionari restituiti sono stati 5.815, pari al 50,8% degli inviati.

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

Tale analisi ha comportato, ai fini della definizione dello studio, lo scarto di 2.446 questionari, pari al 42,1% dei questionari rientrati.

I principali motivi di scarto sono stati:

- presenza di attività secondarie con un'incidenza sul fatturato complessivo superiore al 20%;
- quadro B del questionario (unità locali) non compilato;
- compilazione di più quadri B corrispondenti ad unità locali dislocate in comuni differenti;
- quadro G del questionario (elementi specifici dell'attività) non compilato;
- quadro H del questionario (modalità organizzativa e di acquisto) non compilato;
- quadro M del questionario (elementi contabili) non compilato;
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia di vendita (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative ai prodotti commercializzati (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia di clientela (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative all'area di mercato (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative alle modalità d'acquisto (quadro H del questionario);
- ricavi dichiarati maggiori di 10 miliardi di lire;
- 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 3.369.

1.1 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 una *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.

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.

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 i 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 e servizi venduti, alle varie modalità di acquisto, etc.; tale caratterizzazione è possibile solo utilizzando le informazioni relative alle strutture operative e a tutti quegli elementi specifici che caratterizzano le diverse realtà economiche e produttive di un'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 *quattordici* gruppi omogenei di imprese. I principali aspetti strutturali delle imprese considerati nell'analisi sono:

- localizzazione all'interno o all'esterno dei mercati generali;
- struttura organizzativa;
- modalità d'acquisto;
- modalità di vendita;
- specializzazione per tipologia di prodotto;

- stagionalità.

1.2 DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

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

Cluster 1 - Grossisti che operano fuori dai mercati generali, poco strutturati, con acquisti prevalenti all'ingrosso

Numerosità: 309

I soggetti appartenenti a questo cluster, caratterizzati da dimensioni abbastanza ridotte, svolgono l'attività di vendita di prodotti ortofrutticoli freschi fuori dai mercati generali, sfruttando come fonte principale di approvvigionamento il canale dell'ingrosso. La forma giuridica è articolata: il 51% delle imprese opera come ditta individuale, mentre il restante 49% adotta lo schema societario (32% società di persone, 17% società di capitali) con una media di 1-2 soci con occupazione prevalente nell'attività.

Il personale dipendente, laddove presente (42% delle imprese), non raggiunge la media di 2 addetti.

La struttura è di piccole dimensioni: gli spazi destinati a magazzino/deposito della merce sono mediamente di 114 mq, mentre quelli per l'esposizione e la vendita, presenti solo nel 40% delle imprese appartenenti al cluster, sono di circa 74 mq. La portata complessiva dei mezzi di trasporto utilizzati, costituiti prevalentemente da autocarri, è mediamente di 94 quintali.

Il canale di approvvigionamento è principalmente costituito da imprese all'ingrosso (88% degli acquisti in media), in grado di fornire prodotti già pronti (trasformati, confezionati) per essere distribuiti (il 91% delle imprese di

questo modello non destina alcuno spazio per la trasformazione ed il confezionamento dei prodotti).

La clientela, servita in un'area di mercato essenzialmente regionale (92% dei ricavi in media), è costituita prevalentemente da dettaglianti (in media 58% dei ricavi). Le imprese appartenenti a questo cluster offrono, nel 46% circa dei casi, il servizio di consegna.

Cluster 2 - Stagionali

Numerosità: 179

I soggetti appartenenti a questo cluster commerciano all'ingrosso prodotti ortofrutticoli freschi per un periodo limitato di tempo durante l'arco dell'anno. Quasi per la totalità degli appartenenti al cluster, infatti, il numero di giorni di apertura all'anno non supera i sei mesi. La figura giuridica più diffusa è quella della ditta individuale (67% dei soggetti) ma è frequente anche la scelta di operare in forma societaria (33% delle imprese). La maggior parte delle imprese, il 54%, non fa uso di personale dipendente.

Per lo svolgimento della propria attività le imprese si servono prevalentemente di magazzini (l'80% circa degli appartenenti al cluster fa uso di spazi destinati a magazzini/depositi che mediamente raggiungono i 211 mq), non avendo, nella maggior parte dei casi (91%), alcuno spazio destinato alla vendita/esposizione della merce. I mezzi di trasporto impiegati hanno portata complessiva in media di 70 quintali.

L'acquisto dei prodotti ortofrutticoli avviene alla produzione (in media 81% degli acquisti) ed in via residuale all'ingrosso (12%). Una parte delle imprese (circa il 40% dei soggetti) prima della distribuzione alla propria clientela, provvede alla trasformazione e al confezionamento dei prodotti (gli spazi che mediamente sono adibiti a tale attività risultano essere di circa 177 mq).

La clientela servita è composta da punti vendita della grande distribuzione e della distribuzione organizzata (35% in media dei ricavi), da altri soggetti economici del settore (24%), che si ipotizzano essere altre aziende all'ingrosso e, in via residuale, da dettaglianti, comunità, società, enti pubblici e privati.

Le modalità di vendita risultano omogeneamente articolate in libero servizio, vendita al banco e tentata vendita.

L'area di mercato di maggiore interesse risulta estesa all'intero territorio nazionale (56% in media dei ricavi).

Cluster 3 - Grossisti che operano all'interno dei mercati generali con acquisti prevalenti alla produzione

Numerosità: 323

Il cluster si caratterizza per la presenza di imprese che operano all'interno dei mercati generali e hanno quale principale canale di approvvigionamento le imprese produttrici. L'analisi della distribuzione per natura giuridica segnala una notevole diffusione della forma societaria (70% dei soggetti) e in particolare delle società di persone (49%); il numero dei soci con occupazione prevalente nell'impresa è in media di 2 unità.

Il personale dipendente, presente circa nel 60% delle imprese, raggiunge mediamente le 2 unità.

La struttura organizzativa è composta principalmente da spazi destinati all'esposizione e alla vendita dei prodotti che coprono in media una superficie di 63 mq. Sensibilmente più ridotti, rispetto alla media del settore, risultano essere gli spazi adibiti a magazzino/deposito che raggiungono in media circa 62 mq. Metà delle imprese di questo modello organizzativo utilizza mezzi di trasporto propri per la movimentazione della merce, che hanno portata complessiva media pari a 90 quintali.

L'acquisto dei prodotti ortofrutticoli avviene fundamentalmente alla produzione (76% in media degli acquisti) ed in via residuale all'ingrosso (10%) e da gruppi d'acquisto, unioni volontarie, consorzi e cooperative (10%). Coerentemente alla localizzazione all'interno dei mercati generali, nonostante gli acquisti siano effettuati presso imprese produttrici, la quasi totalità degli appartenenti al cluster (95%) non destina alcuno spazio per le operazioni di trasformazione e confezionamento dei prodotti.

I dettaglianti (61% dei ricavi in media) rappresentano il principale canale di sbocco per la merce delle imprese del settore, anche se è opportuno segnalare che la clientela servita è composta anche da punti vendita della grande distribuzione e della distribuzione organizzata (15%) e da altri soggetti economici del settore (11%), che si ipotizza possano essere altre aziende all'ingrosso.

Coerentemente con la struttura organizzativa delle imprese, la modalità di vendita prevalente è rappresentata dalla vendita al banco (in media 83% dei ricavi).

L'attività viene svolta all'interno di un'area di mercato essenzialmente regionale (82% dei ricavi in media).

Cluster 4 - Grossisti con presenza di dettaglio

Numerosità: 180

I soggetti appartenenti a questo cluster affiancano all'attività distributiva all'ingrosso, il commercio al dettaglio di prodotti ortofrutticoli. La forma giuridica risulta articolata: il 56% circa delle imprese adotta lo schema societario, mentre il restante 44% opera come ditta individuale.

Il personale dipendente, cui ricorre circa la metà delle imprese del cluster, è costituito mediamente da 2 addetti.

La struttura organizzativa è composta da: spazi destinati al deposito/magazzino della merce di circa 150 mq, aree destinate all'esposizione/vendita dei prodotti mediamente di 57 mq ed uffici, di dimensioni ridotte, che non raggiungono i 10 mq. Le imprese del modello dispongono inoltre di spazi destinati alla vendita al dettaglio la cui superficie è mediamente di circa 55 mq. ed in cui è attivo in media 1 punto cassa. La quasi totalità delle imprese (90%) utilizza mezzi di trasporto propri per la movimentazione della merce che hanno una portata complessiva di circa 100 quintali.

L'acquisto della merce avviene principalmente all'ingrosso (in media 71% degli acquisti) ed in misura sensibilmente minore, direttamente alla produzione (17%) oppure presso gruppi d'acquisto, unioni volontarie, consorzi e cooperative (9%).

In ragione della distribuzione diretta al consumatore finale, il canale di vendita maggiormente rappresentativo è costituito dai privati (39% dei ricavi in media), pur restando significativi due canali tipici del commercio all'ingrosso: dettaglianti (in media 31% dei ricavi), pubblici esercizi (13%).

Coerentemente con la struttura organizzativa delle imprese, si rilevano come modalità di vendita prevalenti la vendita al banco (mediamente il 38% dei ricavi) ed il dettaglio (36%).

Con riferimento all'area di mercato, l'attività viene svolta essenzialmente in ambito regionale (in media 93% dei ricavi).

Cluster 5 - Grossisti che operano secondo lo schema della tentata vendita con acquisti prevalenti all'ingrosso

Numerosità: 247

Il cluster si caratterizza per la presenza di imprese, di dimensioni contenute, che operano secondo lo schema della tentata vendita ed il cui canale principale di approvvigionamento è costituito da altre imprese all'ingrosso. La figura giuridica più diffusa è quella della ditta individuale (79%). Il personale dipendente è presente in un numero molto limitato di imprese (circa il 15%), in cui raggiunge mediamente le 2 unità.

Strutturalmente i soggetti del cluster denotano la quasi assenza di spazi destinati alla vendita (ne sono sprovviste più del 90% delle imprese), e le modeste dimensioni delle superfici per il deposito della merce (mediamente di circa 79 mq). Le imprese del modello sfruttano per lo svolgimento della propria attività mezzi di trasporto, costituiti essenzialmente da autocarri (1-2), la cui portata complessiva è di circa 70 quintali.

Il canale di approvvigionamento principale è rappresentato dall'ingrosso (82% in media degli acquisti).

La clientela, servita in un'area di mercato essenzialmente regionale (il 91% dei ricavi in media), è costituita prevalentemente da dettaglianti (50% dei ricavi) e pubblici esercizi (13%).

La modalità di vendita caratterizzante le imprese del cluster (97% dei ricavi in media) è la tentata vendita.

Cluster 6 - Grossisti di prodotti ortofrutticoli congelati e surgelati

Numerosità: 113

I soggetti appartenenti a questo cluster svolgono quasi esclusivamente (99%) l'attività di vendita all'ingrosso di prodotti ortofrutticoli congelati e surgelati. La struttura giuridica è articolata: si tratta prevalentemente di società (57% dei soggetti), anche se considerevole è la percentuale di ditte individuali (43%). Nell'attività si rileva la presenza di personale dipendente nel 50% delle imprese in cui la media di addetti raggiunge le 3 unità.

La struttura organizzativa è composta principalmente da spazi destinati a magazzino/deposito della merce (in media 251 mq). Meno della metà delle imprese (46%) fa uso di spazi per la vendita che raggiungono i 100 mq medi di superficie. I mezzi di trasporto impiegati, prevalentemente autocarri, hanno portata complessiva, in media, di 85 quintali. Per la conservazione dei prodotti, le imprese si servono di celle frigorifere (1-2).

Eterogenee risultano essere le fonti di approvvigionamento dei prodotti: imprese produttrici (in media 44% degli acquisti), cui seguono ingrosso (38%) ed in misura minore gruppi d'acquisto, unioni volontarie, consorzi e cooperative (14%).

La clientela prevalente è composta da dettaglianti (in media 44% dei ricavi); in minor misura vengono approvvigionati anche punti vendita appartenenti alla grande distribuzione e alla distribuzione organizzata.

Le modalità di vendita risultano articolate principalmente in vendita al banco (mediamente 45% dei ricavi) e libero servizio (21%).

Più di due terzi dei ricavi delle imprese appartenenti al cluster (in media 72%) deriva dall'agire su un'area di mercato essenzialmente regionale.

Cluster 7 - Grossisti che operano fuori dai mercati generali, molto strutturati e con acquisti prevalenti all'ingrosso

Numerosità: 203

I soggetti appartenenti a questo cluster, caratterizzati da dimensioni strutturali consistenti, svolgono l'attività di vendita all'ingrosso fuori dai mercati generali, sfruttando come fonte principale di approvvigionamento il canale dell'ingrosso. L'analisi della distribuzione per natura giuridica segnala una notevole diffusione della forma societaria (82% dei soggetti) e in particolare delle società di persone (56%); il numero dei soci con occupazione prevalente nell'impresa è in media di 3 unità.

Il personale impiegato nell'attività è composto mediamente di 4 addetti di cui uno con funzioni di commesso/magazziniere.

La struttura organizzativa è di dimensioni considerevoli: gli spazi destinati a magazzino/deposito della merce sono mediamente di 552 mq, mentre quelli per l'esposizione e la vendita, raggiungono i 177 mq. La portata complessiva dei mezzi di trasporto utilizzati, costituiti prevalentemente da autocarri (4 in media), è di circa 300 quintali.

Il canale di approvvigionamento principale è costituito da imprese all'ingrosso (mediamente 57% degli acquisti), in grado di fornire prodotti (trasformati, confezionati) già pronti per essere distribuiti.

La clientela, servita in un'area di mercato essenzialmente regionale (l'84% dei ricavi in media), è costituita prevalentemente da dettaglianti (mediamente 60% dei ricavi) ed in misura minore da comunità, società, enti pubblici, enti privati e pubblici esercizi (complessivamente 14%). Le imprese offrono, nel 70% circa dei casi, il servizio di consegna.

Cluster 8 - Grossisti che operano fuori dai mercati generali, molto strutturati e con acquisti prevalenti alla produzione

Numerosità: 165

Il cluster si caratterizza per la presenza di imprese con una struttura organizzativa di notevoli dimensioni che svolgono l'attività di vendita all'ingrosso di prodotti ortofrutticoli freschi fuori dai mercati generali e che utilizzano come principale canale di approvvigionamento le imprese produttrici. La forma giuridica maggiormente utilizzata è quella societaria (70% dei soggetti), con 2 soci con occupazione prevalente nell'attività. Il personale dipendente è costituito in media da 5 addetti.

La struttura organizzativa è composta da ampi spazi destinati a: magazzino/deposito della merce (che in media raggiungono i 566 mq), trasformazione e confezionamento dei prodotti (di circa 373 mq) e ufficio (la cui superficie media è di 24 mq). Coerentemente con l'attività svolta circa il 90% delle imprese non utilizza spazi destinati all'esposizione ed alla vendita. La portata complessiva media dei mezzi di trasporto utilizzati, costituiti prevalentemente da autocarri (circa 2), è di 231 quintali.

L'approvvigionamento dei prodotti avviene, per la parte più rilevante, direttamente alla produzione (mediamente il 70% degli acquisti), mentre residuale può essere considerato il canale dell'ingrosso, utilizzato essenzialmente per il completamento dell'assortimento. Solitamente i prodotti acquistati necessitano di una fase di trasformazione e confezionamento prima di potere essere immessi sul mercato (il 60% circa delle imprese del settore possiede macchine confezionatrici).

La clientela, servita in un'area di mercato prevalentemente nazionale (65% dei ricavi), è costituita da punti vendita appartenenti alla grande distribuzione/distribuzione organizzata (mediamente 53% dei ricavi) ed in

misura minore da altri soggetti economici del settore (che si ipotizzano essere altre aziende all'ingrosso).

Cluster 9 - Grossisti con collegamento diretto con la clientela

Numerosità: 162

Il cluster si caratterizza per la presenza di imprese che si sono organizzate in modo tale da garantire un collegamento diretto con la propria clientela (tramite modem, fax, telefono etc.), alla quale offrono generalmente un servizio di consegna giornaliera della merce. L'analisi della distribuzione per natura giuridica segnala una preminente diffusione della forma societaria (64% dei soggetti) e in particolare delle società di persone (38%). Il numero dei soci con occupazione prevalente nell'impresa è in media di 2 unità.

Il personale dipendente, presente nel 60% delle imprese, raggiunge le 3 unità.

La struttura organizzativa è composta principalmente da spazi destinati al deposito dei prodotti, in media di circa 169 mq, e da uffici, la cui superficie raggiunge mediamente i 22 mq. Non essendo effettuata solitamente vendita in sede dei prodotti, gli spazi adibiti ad esposizione/vendita risultano molto ridotti (meno del 20% degli appartenenti al cluster risulta disporre). I mezzi utilizzati per il trasporto della merce, solitamente autocarri (1-2), hanno portata complessiva pari a 75 quintali.

L'acquisto dei prodotti ortofrutticoli avviene all'ingrosso (mediamente 47% degli acquisti), alla produzione (35%) ed in via residuale da gruppi d'acquisto, unioni volontarie, consorzi, cooperative (10%) e da importatori/concessionari di marche estere (7%).

La clientela è sufficientemente articolata: la parte più rilevante è costituita da punti vendita della grande distribuzione e della distribuzione organizzata (36% in media dei ricavi); si segnalano però anche dettaglianti (18%),

comunità, società, enti pubblici e privati (12%), clientela estera (12%) e pubblici esercizi (7%).

Coerentemente con la struttura organizzativa delle imprese, la modalità di vendita prevalente è rappresentata dalla vendita on line (mediamente 92% dei ricavi).

Sebbene l'area principale di svolgimento dell'attività risulti essere quella regionale (in media 52% dei ricavi), è opportuno segnalare l'estensione della zona di competenza a tutto il territorio nazionale (35%) e, in misura limitata, anche all'estero (13%).

Cluster 10 - Grossisti a libero servizio

Numerosità: 239

I soggetti appartenenti a questo cluster svolgono l'attività di vendita all'ingrosso di prodotti ortofrutticoli adottando la modalità del libero servizio. La struttura giuridica è abbastanza articolata: si tratta di ditte individuali (57% dei soggetti) e società (43%), con 2 soci con occupazione prevalente.

Dato il basso livello di servizio che caratterizza il modello, il 60% circa delle imprese non fa uso di personale dipendente. Il restante 40% impiega mediamente 2 addetti.

La struttura organizzativa è composta principalmente da spazi destinati a deposito/magazzino dei prodotti, in media di circa 151 mq, che si ipotizza possano essere sfruttati direttamente dai clienti per la scelta e il prelievo della merce. Molto ridotti risultano essere gli spazi destinati ad ufficio (si rilevano nel 53% dei soggetti con in media 14 mq circa) e alla vendita/esposizione della merce (il 14% degli appartenenti al cluster ne fa uso).

L'acquisto dei prodotti ortofrutticoli avviene per la parte più rilevante presso imprese produttrici (mediamente il 74% degli acquisti), ed in via residuale da gruppi d'acquisto, unioni volontarie, consorzi e cooperative (11%) e all'ingrosso (9%).

La clientela, servita in un'area di mercato prevalentemente regionale (59% in media dei ricavi) è sufficientemente articolata tra dettaglianti, grande distribuzione/distribuzione organizzata e soggetti rientranti nella categoria del catering, ovvero comunità, società, enti pubblici, enti privati e pubblici esercizi.

Coerentemente con la struttura organizzativa delle imprese, la modalità di vendita prevalente è rappresentata dal libero servizio/cash and carry (mediamente 97% dei ricavi).

Cluster 11 - Grossisti che operano fuori dai mercati generali, poco strutturati e con acquisti prevalenti alla produzione

Numerosità: 277

Il cluster si caratterizza per la presenza di imprese, con una struttura organizzativa di ridotte dimensioni, che svolgono l'attività di vendita all'ingrosso di prodotti ortofrutticoli freschi fuori dai mercati generali, e che utilizzano come principale canale di approvvigionamento la produzione. La figura giuridica più diffusa è quella della ditta individuale (60% dei soggetti). Il personale dipendente è presente nel 40% delle imprese del modello e raggiunge mediamente le 2 unità.

La struttura organizzativa è composta essenzialmente da spazi destinati a magazzino/deposito della merce (che in media raggiungono 146 mq) e da piccoli uffici (la cui superficie media non raggiunge gli 8 mq). La maggior parte delle imprese (86%) non destina locali all'esposizione ed alla vendita

della merce. La portata complessiva dei mezzi di trasporto è in media di 75 quintali.

L'approvvigionamento dei prodotti avviene, per la parte più rilevante, direttamente alla produzione (mediamente il 68% degli acquisti), e per la parte restante all'ingrosso (14%) e presso gruppi d'acquisto, unioni volontarie, consorzi e cooperative (12%).

La tipologia di clientela principale è costituita dai punti vendita appartenenti alla grande distribuzione/distribuzione organizzata (in media 39% dei ricavi) ma un ruolo di notevole interesse è ricoperto da altri soggetti economici del settore (28%), che si ipotizzano essere altre operatori all'ingrosso.

L'area di mercato cui si estende l'attività dei grossisti di questo modello è prevalentemente regionale (mediamente il 54% dei ricavi).

Cluster 12 - Grossisti che operano secondo lo schema della tentata vendita con acquisti prevalenti alla produzione

Numerosità: 319

Il cluster si caratterizza per la presenza di imprese, la cui struttura organizzativa è di dimensioni molto ridotte, che operano secondo lo schema della tentata vendita ed il cui canale principale di approvvigionamento è costituito da imprese produttrici. La figura giuridica più diffusa è quella della ditta individuale (71%). La maggior parte delle imprese, il 69%, non fa uso di personale dipendente. Per il restante 31% il numero di dipendenti mediamente impiegato è di 2 unità.

La struttura organizzativa è di dimensioni particolarmente ridotte: spazi per l'esposizione e la vendita quasi del tutto assenti (ne sono sprovvisti l'87% delle imprese) e magazzini per il deposito della merce le cui superfici sono mediamente di 70 mq. Le imprese del modello sfruttano per lo svolgimento

della propria attività mezzi di trasporto la cui portata complessiva è di circa 70 quintali.

Gli acquisti vengono effettuati prevalentemente alla produzione (in media l'82% degli acquisti) e soltanto in via residuale da gruppi d'acquisto, unioni volontarie, consorzi, cooperative e all'ingrosso.

La clientela è pressoché omogeneamente suddivisa tra dettaglianti e grande distribuzione/distribuzione organizzata.

La modalità di vendita caratterizzante le imprese del cluster (mediamente il 98% dei ricavi) è la tentata vendita.

In media due terzi dei ricavi delle imprese appartenenti al cluster (66%) deriva dall'agire su un'area di mercato essenzialmente regionale.

Cluster 13 - Grossisti molto strutturati che operano prevalentemente all'interno dei mercati generali

Numerosità: 156

Il cluster si caratterizza per la presenza di imprese che, connotate da una struttura organizzativa di notevoli dimensioni, commerciano all'ingrosso prodotti ortofrutticoli freschi prevalentemente all'interno dei mercati generali. L'analisi della distribuzione per natura giuridica segnala una rilevante diffusione della forma societaria (92% dei soggetti) e in particolare di società a responsabilità limitata (43%); il numero dei soci con occupazione prevalente nell'impresa è in media di 2 unità.

Il personale dipendente raggiunge mediamente le 6 unità di cui 1-2 con funzioni di commesso/magazziniere.

La struttura organizzativa è caratterizzata da: ampi spazi destinati all'esposizione ed alla vendita dei prodotti (circa 190 mq), magazzini la cui

superficie media è di 313 mq ed uffici che raggiungono i 42 mq. Mediamente vengono utilizzati mezzi di trasporto (prevalentemente si tratta di autocarri), la cui portata complessiva è circa di 120 quintali.

L'acquisto dei prodotti, suddiviso pressoché omogeneamente tra ingrosso (in media 39% degli acquisti) e produzione (36%), è effettuato anche da gruppi d'acquisto, unioni volontarie, consorzi, cooperative (16%) e da importatori/concessionari di marche estere (8%).

La clientela è principalmente composta da dettaglianti (mediamente 55% dei ricavi) e in misura minore da punti vendita della grande distribuzione e della distribuzione organizzata (21%).

Coerentemente con la struttura organizzativa delle imprese, la modalità di vendita prevalente è rappresentata dalla vendita al banco (62% dei ricavi in media).

L'attività viene svolta all'interno di un'area di mercato essenzialmente regionale (mediamente l'80% dei ricavi).

Cluster 14 - Grossisti che operano all'interno dei mercati generali con acquisti prevalenti all'ingrosso

Numerosità: 449

Il cluster si caratterizza per la presenza di imprese che operano prevalentemente all'interno dei mercati generali e che sfruttano per la fase dell'approvvigionamento principalmente il canale dell'ingrosso. Le imprese adottano, nella maggior parte dei casi, lo schema societario (71%) e in particolare quello proprio delle società di persone (53%); il numero dei soci con occupazione prevalente nell'impresa è in media di 2 unità.

Due terzi degli appartenenti al cluster fa uso di personale dipendente composto in media da 2 addetti.

La struttura organizzativa è formata prevalentemente da spazi destinati all'esposizione e alla vendita dei prodotti (circa di 60 mq). Coerentemente con le caratteristiche derivanti dalla localizzazione all'interno dei mercati generali, più ridotti, rispetto alla media del settore risultano essere gli spazi adibiti a magazzino/deposito che raggiungono i 68 mq in media. Circa la metà delle imprese di questo modello utilizza mezzi di trasporto propri per la movimentazione della merce con una portata complessiva media di circa 80 quintali.

L'acquisto dei prodotti ortofrutticoli avviene fondamentalmente all'ingrosso (74% degli acquisti in media) ed in via residuale alla produzione e da gruppi d'acquisto, unioni volontarie, consorzi e cooperative.

Il principale canale di sbocco servito dalle imprese del modello, all'interno di un'area di mercato essenzialmente regionale (mediamente il 92% dei ricavi deriva dall'agire in tale ambito), è rappresentato dai dettaglianti (in media 73% dei ricavi).

Funzionalmente alla struttura organizzativa delle imprese, la modalità di vendita prevalente è rappresentata dalla vendita al banco (88% in media dei ricavi).

1.3 *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*³.

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 addetti⁴*1.000)

dove:

- numero addetti = 1 + numero dipendenti a tempo pieno + numero (ditte individuali) 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 +

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 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 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

- ricarico = ricavi/costo del venduto;

dove:

- costo del venduto = Esistenze iniziali + acquisti di merci e materie prime – rimanenze finali

- durata delle scorte = (giacenza media /costo del venduto)*365.

dove:

- giacenza media = (esistenze iniziali + rimanenze finali) / 2

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:

- dall'estremo superiore del 4° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 1;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 2;
- dall'estremo superiore del 4° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 3;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 4;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 5;
- dall'estremo superiore del 2° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 6;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 7;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 8;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 9;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 10;
- dall'estremo superiore del 4° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 11;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 12;

- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 13;
- dall'estremo superiore del 4° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 14.

Per il ricarica sono stati scelti i seguenti intervalli:

- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 1;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 2;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 3;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 4;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 5;
- dall'estremo superiore del 2° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 6;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 7;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 8;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 9;
- dall'estremo superiore del 4° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 10;

- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 11;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 12;
- dall'estremo superiore del 1° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 13;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 14.

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

- fino all'estremo superiore del 17° ventile, per il cluster 1;
- fino all'estremo superiore del 17° ventile, per il cluster 2;
- fino all'estremo superiore del 18° ventile, per il cluster 3;
- fino all'estremo superiore del 17° ventile, per il cluster 4;
- fino all'estremo superiore del 17° ventile, per il cluster 5;
- fino all'estremo superiore del 18° ventile, per il cluster 6;
- fino all'estremo superiore del 17° ventile, per il cluster 7;
- fino all'estremo superiore del 15° ventile, per il cluster 8;
- fino all'estremo superiore del 18° ventile, per il cluster 9;
- fino all'estremo superiore del 17° ventile, per il cluster 10;
- fino all'estremo superiore del 16° ventile, per il cluster 11;
- fino all'estremo superiore del 17° ventile, per il cluster 12;
- fino all'estremo superiore del 18° ventile, per il cluster 13;
- fino all'estremo superiore del 18° ventile, per il cluster 14.

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.

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 territoriale specifico per il settore del commercio a livello provinciale⁵ che ha avuto come obiettivo la suddivisione del territorio nazionale in aree omogenee in rapporto al:

- grado di modernizzazione del commercio;
- grado di copertura dei servizi di prossimità;
- 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 “costo del venduto”. Tali variabili hanno prodotto,

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

ove la differenze territoriali non fossero state colte completamente nella Cluster Analysis, valori correttivi da applicare, nella stima del ricavo di riferimento, al coefficiente della variabile “costo del venduto”.

Nell'allegato 5.A vengono riportate le variabili ed i rispettivi coefficienti delle “funzioni di ricavo”.

2. APPLICAZIONE DEGLI STUDI DI SETTORE ALL'UNIVERSO DEI CONTRIBUENTI

Per la determinazione del ricavo della singola impresa sono previste due fasi:

- l'Analisi Discriminante⁶;
- 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 concentra 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

⁶ 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.

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.

ALLEGATO 5.A

Variabili e coefficienti delle funzioni di ricavo

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5
Costo del venduto	1,0497	1,0521	1,0540	1,0927	1,0764
Logaritmo in base 10 del costo del venduto	5.417,2026	2.036,1159	2.980,9856	3.404,4697	2.815,2335
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	0,7000	1,0564	0,7698	0,5349	0,8165
Valore dei beni strumentali	0,1790	0,2492	0,2310	0,1252	0,2922
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	0,8236	0,7358	0,6060	0,7154	0,5272
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	12.748,2805	-	19.579,7178	22.915,4899	-
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	17.354,5002	-	19.318,7411	23.345,3807	-

CORRETTIVI TERRITORIALI DA APPLICARE AL COEFFICIENTE DEL COSTO DEL VENDUTO

GRUPPO DELLA TERRITORIALITA' DEL COMMERCIO A LIVELLO PROVINCIALE	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5
1) Aree con livelli di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale	-	-	-0,0100	-0,0348	-0,0288
2) Aree con elevata dotazione di servizi commerciali specialmente tradizionali; livello di benessere medio	-	-	-	-	-
3) Aree ad alto livello di benessere, con un tessuto produttivo industriale e una rete commerciale prevalentemente tradizionale	-	-	-	-	-
4) Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale	-	-	-0,0100	-0,0348	-0,0288
5) Aree con benessere molto elevato, in aree urbane e metropolitane fortemente terziarizzate e sviluppate, con una rete distributiva molto evoluta	-	-	-	-	-
6) Aree di medio-piccole dimensioni con una marcata presenza di grandi superfici commerciali, con alto livello di benessere e un sistema economico-produttivo evoluto	-0,0199	-	-	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in migliaia di lire.

- Il logaritmo in base 10 è calcolato per i soli valori maggiori di zero della variabile cui si riferisce.

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

VARIABILI	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8	CLUSTER 9	CLUSTER 10
Costo del venduto	1,0458	1,0466	1,0698	1,0274	1,0030
Logaritmo in base 10 del costo del venduto	2.678,2989	6.779,3943	12.401,1649	4.221,2484	7.017,2631
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	1,0439	0,9417	0,9380	0,9664	0,9466
Valore dei beni strumentali	0,2125	0,1695	0,1154	0,2654	0,1741
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	0,6597	0,8450	1,0346	1,0343	1,1255
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	22.939,8375	-	-	27.878,7499	20.017,8048
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	23.505,5094	-	-	29.634,9084	20.144,3359

CORRETTIVI TERRITORIALI DA APPLICARE AL COEFFICIENTE DEL COSTO DEL VENDUTO

GRUPPO DELLA TERRITORIALITA' DEL COMMERCIO A LIVELLO PROVINCIALE	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8	CLUSTER 9	CLUSTER 10
1) Aree con livelli di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale	-	-	-	-	-
2) Aree con elevata dotazione di servizi commerciali specialmente tradizionali; livello di benessere medio	-	-	-	-	-
3) Aree ad alto livello di benessere, con un tessuto produttivo industriale e una rete commerciale prevalentemente tradizionale	-	-	-	-	-
4) Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale	-	-	-	-	-
5) Aree con benessere molto elevato, in aree urbane e metropolitane fortemente terziarizzate e sviluppate, con una rete distributiva molto evoluta	-	0,0148	-	0,0421	-
6) Aree di medio-piccole dimensioni con una marcata presenza di grandi superfici commerciali, con alto livello di benessere e un sistema economico-produttivo evoluto	-	-	-	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in migliaia di lire.
- Il logaritmo in base 10 è calcolato per i soli valori maggiori di zero della variabile cui si riferisce.

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

VARIABILI	CLUSTER 11	CLUSTER 12	CLUSTER 13	CLUSTER 14
Costo del venduto	1,0382	1,0454	1,0172	1,0351
Logaritmo in base 10 del costo del venduto	2.647,3295	3.728,4229	-	-
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	1,2082	0,8758	1,1268	0,8908
Valore dei beni strumentali	0,1769	0,2579	0,2437	0,2121
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	0,6844	0,9551	1,1192	0,9241
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	22.099,7449	14.821,2006	-	18.478,8092
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	21.303,2394	15.776,5529	26.825,1184	18.071,3204

CORRETTIVI TERRITORIALI DA APPLICARE AL COEFFICIENTE DEL COSTO DEL VENDUTO

GRUPPO DELLA TERRITORIALITA' DEL COMMERCIO A LIVELLO PROVINCIALE	CLUSTER 11	CLUSTER 12	CLUSTER 13	CLUSTER 14
1) Aree con livelli di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale	-	-0,0215	-	-
2) Aree con elevata dotazione di servizi commerciali specialmente tradizionali; livello di benessere medio	-	-	-	-
3) Aree ad alto livello di benessere, con un tessuto produttivo industriale e una rete commerciale prevalentemente tradizionale	-	-	-	-
4) Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale	-	-0,0215	-	-
5) Aree con benessere molto elevato, in aree urbane e metropolitane fortemente terziarizzate e sviluppate, con una rete distributiva molto evoluta	0,0159	-	-	0,0080
6) Aree di medio-piccole dimensioni con una marcata presenza di grandi superfici commerciali, con alto livello di benessere e un sistema economico-produttivo evoluto	-	-	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in migliaia di lire.

- Il logaritmo in base 10 è calcolato per i soli valori maggiori di zero della variabile cui si riferisce.

ALLEGATO 5.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 contratti di formazione e lavoro o a termine
- Numero dei collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale
- Numero dei soci con occupazione prevalente nell'impresa

Quadro B:

- Mq locali destinati a deposito/magazzino
- Mq locali per la vendita e l'esposizione della merce
- Mq locali destinati alla trasformazione e confezionamento di prodotti
- Mq locali destinati ad uffici
- Localizzazione: autonoma
- Localizzazione: in mercati generali
- Numero giorni di apertura nell'anno
- Apertura stagionale: inferiore a sei mesi

Quadro D:

- Autoveicoli per trasporto promiscuo (Portata in q.li)
- Autocarri (Portata in q.li)
- Motoveicoli per trasporto promiscuo (Portata in q.li)

- Motocarri (Portata in q.li)

Quadro G:

- Tipologia di vendita: Ingrosso a libero servizio (cash & carry)
- Tipologia di vendita: Ingrosso con vendita al banco
- Tipologia di vendita: Ingrosso con vendita "on line"
- Tipologia di vendita: Tentata vendita giornaliera
- Tipologia di vendita: Dettaglio
- Prodotti commercializzati: Congelati e surgelati - Frutta e ortaggi
- Tipologia di clientela: Dettaglianti
- Tipologia di clientela: Grande distribuzione e distribuzione organizzata
- Tipologia di clientela: Privati
- Altri dati: Licenza per vendita al dettaglio
- Altri dati: Mq locali per la vendita al dettaglio
- Area di mercato: Nazionale
- Area di mercato: Estero

Quadro H:

- Modalità d'acquisto: Imprese produttrici nazionali
- Modalità d'acquisto: Da imprese all'ingrosso
- Addetti all'attività di vendita: Agenti/Rappresentanti monomandatari (numero)
- Addetti all'attività di vendita: Agenti/Rappresentanti plurimandatari (numero)

- Addetti all'attività di vendita: Procacciatori d'affari ed altri intermediari (numero)
- Addetti all'attività di vendita: Altri (numero)
- Costi e spese specifici: Costi e spese per deposito e custodia presso terzi

Quadro I:

- Macchine confezionatrici (numero)
- Celle frigorifere (capacità in m³)
- Celle refrigeranti (capacità in m³)