

**ALLEGATO 5**

**Nota Tecnica e Metodologica**

**SM21F**

## **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 sono le attività economiche rispondenti ai codici ISTAT:

- 51.32.3 - Commercio all'ingrosso di prodotti di salumeria;
- 51.33.2 - Commercio all'ingrosso di oli e grassi alimentari;
- 51.36.1 - Commercio all'ingrosso di zucchero;
- 51.36.2 - Commercio all'ingrosso di cioccolato e dolci;
- 51.37.2 - Commercio all'ingrosso di tè, cacao, droghe e spezie;
- 51.38.1 - Commercio all'ingrosso non specializzato di prodotti surgelati;
- 51.38.2 - Commercio all'ingrosso non specializzato di prodotti alimentari, bevande e tabacco;
- 51.39.3 - Commercio all'ingrosso di conserve alimentari e prodotti affini;
- 51.39.A - Commercio all'ingrosso di farine, lieviti, pane, paste alimentari ed altri prodotti da cereali;
- 51.39.B - Commercio all'ingrosso di altri prodotti alimentari.

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 11.360, di cui 1.320 relativi al codice 51.32.3, 732 relativi al codice 51.33.2, 116 relativi al codice 51.36.1, 1.985 relativi al codice 51.36.2, 115 relativi al codice 51.37.2, 354 relativi al codice 51.38.1, 1.674 relativi al codice 51.38.2, 589 relativi al codice 51.39.3, 861 relativi al codice 51.39.A e 3.614 relativi al codice 51.39.B. I questionari restituiti sono stati 6.122 (rispettivamente 739, 330, 59, 1099, 61, 234, 755, 323, 534 e 1.988 per i vari codici), pari al 53,9% 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 1.817 questionari, pari al 29,7% 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 4.305.

### ***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*<sup>1</sup>;
- un procedimento di *Cluster Analysis*<sup>2</sup>.

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

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

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

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

Le variabili prese in esame nell'Analisi in Componenti Principali sono quelle presenti in tutti i quadri di cui si compone il questionario ad eccezione del quadro M che contiene i dati contabili presenti nella dichiarazione dei redditi.

---

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

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

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 *tredici* gruppi omogenei di imprese. I principali aspetti strutturali delle imprese considerati nell'analisi sono:

- Specializzazione per tipologia di prodotto;
- Modalità di vendita;
- Struttura organizzativa.

## **1.2 DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI**

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

### **Cluster 1 - Grossisti che commercializzano oli e grassi alimentari**

**Numerosità: 153**

I soggetti appartenenti a questo cluster risultano specializzati nella commercializzazione di oli di oliva, altri oli vegetali e grassi alimentari (circa

il 90% dei ricavi). La forma giuridica è articolata: il 52% adotta lo schema societario (33% società di persone, 19% società di capitali) con una media di un socio con occupazione prevalente nell'attività, mentre il restante 48% delle imprese opera come ditta individuale.

Il personale dipendente è presente quasi in un terzo delle imprese in cui raggiunge mediamente le 2 unità.

La struttura è composta da spazi destinati a magazzino/deposito della merce (mediamente di 140 mq) e da uffici di dimensioni contenute (in media di circa 12 mq). La portata complessiva dei mezzi di trasporto utilizzati, costituiti prevalentemente da autocarri, è mediamente di 70 quintali.

L'acquisto dei prodotti avviene prevalentemente alla produzione (in media 61% degli acquisti) e per la restante parte presso altre imprese all'ingrosso (31%). Una parte delle imprese, prima della distribuzione alla propria clientela, provvede alla trasformazione e al confezionamento dei prodotti (circa il 40% dei soggetti dispone di spazi adibiti a tale attività che risultano essere di circa 100 mq).

La clientela, servita per il 76% dei ricavi in ambito regionale e per il 21% in ambito nazionale, è costituita da dettaglianti, pubblici esercizi, punti vendita della grande distribuzione e della distribuzione organizzata, comunità, società, enti pubblici e privati e altri soggetti economici del settore, che si ipotizza possano essere costituiti da altre imprese all'ingrosso.

## **Cluster 2 - Grossisti di prodotti congelati e surgelati con struttura organizzativa di ridotte dimensioni**

**Numerosità: 246**

Le imprese appartenenti al cluster, caratterizzate da strutture di ridotte dimensioni, distribuiscono essenzialmente prodotti congelati e surgelati (95%

dei ricavi in media). L'analisi della distribuzione per natura giuridica evidenzia una prevalente diffusione di ditte individuali (56% dei soggetti), anche se considerevole è la percentuale di società (44%). Nell'attività si rileva la presenza di personale dipendente solo nel 20% delle imprese (in cui risulta impiegato in media un addetto).

La struttura organizzativa è molto limitata: solo nel 45% circa delle imprese si rilevano spazi destinati a magazzino/deposito della merce (in media di 95 mq) e ad ufficio (mediamente di 18 mq). Per lo svolgimento dell'attività vengono utilizzati mezzi di trasporto coibentati (1-2) che hanno portata complessiva, in media, di 50 quintali. Circa il 50% delle imprese utilizza, per la conservazione dei prodotti, una o due celle frigorifere.

Il canale maggiormente utilizzato per l'approvvigionamento dei prodotti è costituito da imprese produttrici (in media 68% degli acquisti) che, nel 45% dei casi, garantiscono alle imprese del modello una concessione o un'esclusiva sui prodotti da distribuire.

La clientela, servita in un'area di mercato regionale (mediamente 97% dei ricavi) è composta prevalentemente da pubblici esercizi (in media 63% dei ricavi).

Coerentemente con la struttura organizzativa descritta, la modalità di commercializzazione utilizzata è la tentata vendita (in media 83% dei ricavi).

### **Cluster 3 - Grossisti a libero servizio**

#### **Numerosità: 327**

Il cluster si caratterizza per la presenza di imprese, con un'ampia offerta di prodotti alimentari, organizzate secondo la modalità di vendita del libero servizio/cash&carry (96% dei ricavi in media). L'analisi della distribuzione per natura giuridica evidenzia una prevalente diffusione della forma societaria

(66% dei soggetti); il numero dei soci con occupazione prevalente nell'attività è in media di 1-2 unità.

Il personale dipendente è presente circa nella metà delle imprese e raggiunge i due addetti.

La struttura organizzativa è composta principalmente da spazi destinati a deposito/magazzino dei prodotti, in media di circa 210 mq (in cui si ipotizza che la clientela possa scegliere e prelevare direttamente la merce) e da uffici che risultano essere in media di 19 mq.

I prodotti commercializzati, il cui acquisto avviene principalmente alla produzione (in media 70% degli acquisti) sono: cioccolato, dolci, farine, lieviti, paste alimentari, prodotti alimentari in scatola, conserve alimentari, zucchero, bevande, oli, tè, cacao, droghe e spezie. Il mix e l'ampiezza della gamma variano in funzione delle scelte distributive di ciascuna impresa del modello.

I dettaglianti (49% dei ricavi) ed i pubblici esercizi (22%) costituiscono la principale tipologia di clientela che si approvvigiona presso queste strutture.

#### **Cluster 4 - Grossisti con struttura organizzativa di notevoli dimensioni e ampia gamma di prodotti offerti**

##### **Numerosità: 307**

Il cluster si caratterizza per la presenza di imprese con una struttura organizzativa di dimensioni considerevoli ed un'ampia gamma di prodotti offerti.

La forma giuridica maggiormente utilizzata è quella societaria (92% dei soggetti) e in particolare delle società di capitale (circa il 51%); il numero dei

soci con occupazione prevalente nell'impresa è in media di 1-2 unità. Il personale dipendente è costituito in media da 4 addetti.

La struttura organizzativa è composta da ampi spazi destinati a magazzino/deposito della merce (che in media raggiungono i 620 mq) e da uffici (la cui superficie media è di 75 mq). I mezzi di trasporto, utilizzati per la movimentazione dei prodotti, sono costituiti in media da 3-4 autocarri, la cui portata complessiva è circa di 90 quintali.

La fonte principale di approvvigionamento è costituita da imprese produttrici nazionali (mediamente l'80% degli acquisti) che, nel 50% dei casi, garantiscono alle imprese del modello una concessione o un'esclusiva sui prodotti da distribuire.

L'offerta (la cui composizione è funzione delle specifiche scelte distributive di ciascuna impresa) è formata da prodotti quali cioccolato, dolci, farine, lieviti, paste alimentari, prodotti alimentari in scatola, conserve alimentari, zucchero, bevande, oli, tè, cacao, droghe e spezie.

La clientela, servita in un'area di mercato prevalentemente regionale (85% dei ricavi), è costituita principalmente da dettaglianti (45% in media dei ricavi) ed in misura minore da pubblici esercizi (26%) e da punti vendita appartenenti alla grande distribuzione/distribuzione organizzata (mediamente 15% dei ricavi).

Per la distribuzione dei prodotti le imprese del modello si avvalgono di una rete di vendita composta in media da 5 unità legate all'azienda da contratti di intermediazione (agenti/rappresentanti mono/pluri mandatar). La modalità di vendita adottata è articolata tra tentata vendita, vendita al banco, provvigioni per intermediazione di vendita, vendita on line e libero servizio.

## **Cluster 5 - Grossisti con ampia gamma di prodotti offerti, che operano prevalentemente attraverso la vendita al banco**

### **Numerosità: 312**

Il cluster si caratterizza per la presenza di imprese, con un'ampia gamma di prodotti offerti, che operano prevalentemente attraverso la vendita al banco (97% dei ricavi in media). La figura giuridica più diffusa è quella societaria (68% dei soggetti), con in media un socio con attività prevalente nell'impresa. Il personale dipendente è presente nel 50% delle imprese e raggiunge mediamente le 2 unità.

La struttura organizzativa è composta da magazzini/depositi (mediamente di circa 200 mq) e da uffici (in media di 20 mq). Due terzi delle imprese del modello dispone inoltre di mezzi di trasporto, la cui portata complessiva è di circa 55 quintali.

I prodotti commercializzati vengono acquistati principalmente alla produzione (in media 63% degli acquisti). L'offerta è formata da cioccolato, dolci, farine, lieviti, paste alimentari, prodotti alimentari in scatola, conserve alimentari, zucchero, bevande, oli, tè, cacao, droghe e spezie. Il mix e l'ampiezza della gamma variano in funzione delle scelte distributive di ciascuna impresa del modello.

La clientela, servita in un'area di mercato essenzialmente regionale (l'86% dei ricavi in media), è costituita prevalentemente da dettaglianti (45% dei ricavi) e in misura minore da pubblici esercizi e da altri soggetti economici del settore.

## **Cluster 6 - Grossisti con ampia gamma di prodotti offerti, che operano prevalentemente in tentata vendita**

### **Numerosità: 860**

Il cluster si caratterizza per la presenza di imprese, con un'ampia gamma di prodotti offerti, che operano prevalentemente in tentata vendita (84% dei ricavi in media). L'analisi della distribuzione per natura giuridica evidenzia una prevalente diffusione di ditte individuali (65% dei soggetti), anche se rilevante resta la quota di società (35%). Nell'attività si rileva la presenza di personale dipendente solo nel 20% delle imprese in cui mediamente è impiegato un addetto.

La struttura organizzativa è di dimensioni particolarmente ridotte: circa due terzi delle imprese dispone di spazi per il magazzino e il deposito della merce (in media di 120 mq) e meno della metà di uffici (in media di circa 20 mq). Le imprese del modello utilizzano per lo svolgimento della propria attività mezzi di trasporto (1-2 autocarri per impresa) la cui portata complessiva è di circa 30 quintali.

L'offerta (la cui composizione è funzione delle specifiche scelte distributive di ciascuna impresa) è formata da farine, lieviti, paste alimentari, prodotti alimentari in scatola, conserve alimentari, cioccolato, dolci, zucchero, bevande, oli, tè, cacao, droghe e spezie. La fonte di approvvigionamento maggiormente utilizzata è costituita dalle imprese produttrici nazionali, che incidono circa per il 70% sul totale degli acquisti.

La clientela prevalente è composta da dettaglianti (in media 52% dei ricavi) e in minor misura anche da pubblici esercizi (30%).

## **Cluster 7 - Grossisti che commercializzano prevalentemente prodotti freschi**

### **Numerosità: 226**

Il cluster si caratterizza per la presenza di imprese che commercializzano prevalentemente prodotti freschi (in media circa il 75% dei ricavi). La forma giuridica risulta articolata: ditte individuali (44% dei soggetti), società di persone (34%), società di capitali (22%). I soci con occupazione prevalente nell'attività, presenti circa nel 45% delle realtà, sono in media 2. Il personale dipendente, utilizzato da un terzo delle imprese, raggiunge le 3 unità.

La struttura organizzativa è composta da spazi destinati a magazzino/deposito della merce, mediamente di 135 mq e da uffici la cui superficie è di circa 15 mq. La portata complessiva dei mezzi di trasporto utilizzati, costituiti prevalentemente da autocarri (2 in media), è di circa 55 quintali.

Il canale di approvvigionamento principale è costituito da imprese produttrici (mediamente 65% degli acquisti), mentre residuale può essere considerato il ricorso ad altre imprese all'ingrosso.

La clientela, servita in un'area di mercato essenzialmente regionale (90% dei ricavi in media), è costituita prevalentemente da dettaglianti (mediamente 53% dei ricavi) ed in misura minore da comunità, società, enti pubblici, enti privati e pubblici esercizi (complessivamente 25%).

La modalità di vendita prevalente è la tentata vendita (in media il 71% dei ricavi).

## **Cluster 8 - Grossisti di prodotti di salumeria con struttura organizzativa di ridotte dimensioni**

### **Numerosità: 267**

Il cluster si caratterizza per la presenza di imprese, poco strutturate, che commercializzano prevalentemente prodotti di salumeria (84% dei ricavi). L'analisi della distribuzione per natura giuridica evidenzia una maggiore diffusione di ditte individuali (56% dei soggetti), pur essendo significativo il numero di imprese che sceglie forme societarie (44%). Il personale dipendente è presente solo in un numero limitato di imprese (21%) ed è composto mediamente da un addetto.

La struttura organizzativa, di dimensioni abbastanza ridotte, è composta essenzialmente da spazi destinati a deposito magazzino della merce (mediamente di circa 70 mq). La metà delle imprese del cluster dispone inoltre di piccoli uffici, la cui superficie risulta essere mediamente di circa 15 mq. La portata complessiva media dei mezzi di trasporto, utilizzati da due terzi delle imprese, è di circa 31 quintali.

L'approvvigionamento dei prodotti avviene direttamente alla produzione (mediamente il 73% degli acquisti) e in misura minore presso altre imprese all'ingrosso.

La clientela, servita in un'area di mercato prevalentemente regionale (90% dei ricavi), è costituita da dettaglianti (mediamente 58% dei ricavi) e pubblici esercizi (20%).

La modalità di vendita prevalente utilizzata dalle imprese è la tentata vendita (61% dei ricavi).

## **Cluster 9 - Grossisti di prodotti congelati e surgelati con struttura organizzativa di rilevanti dimensioni**

### **Numerosità: 159**

Il cluster si caratterizza per la presenza di imprese, con una struttura organizzativa di rilevanti dimensioni, che commercializzano prevalentemente prodotti congelati e surgelati (87% dei ricavi in media). L'analisi della distribuzione per natura giuridica evidenzia una prevalente diffusione di forme societarie (79% dei soggetti) con in media 2 soci con occupazione prevalente nell'attività. Il personale dipendente è formato in media da 2-3 addetti per impresa.

La struttura organizzativa è di dimensioni considerevoli ed è formata da ampi spazi destinati a magazzino/deposito (la cui superficie media è di 400 mq) e ad ufficio (mediamente di circa 45 mq). Per la conservazione della merce vengono utilizzate celle frigorifere (in media 1-2). La portata dei mezzi di trasporto utilizzati, prevalentemente autocarri (4-5), è di circa 150 quintali.

L'approvvigionamento dei prodotti avviene, per la parte più rilevante, direttamente presso imprese produttrici (in media 83% degli acquisti), che nel 57% dei casi garantiscono al grossista una concessione/diritto di esclusiva sulla merce da commercializzare.

La clientela, servita in un'area di mercato essenzialmente regionale (mediamente 95% dei ricavi) è composta prevalentemente da pubblici esercizi (in media 61% dei ricavi).

Per la distribuzione dei prodotti le imprese del modello si avvalgono di una rete di vendita composta in media da 3 unità legate prevalentemente all'azienda da contratti di intermediazione (agenti/rappresentanti mono/pluri

mandatari). La modalità di vendita maggiormente utilizzata è la tentata vendita (72% in media dei ricavi).

### **Cluster 10 - Grossisti con presenza di dettaglio**

#### **Numerosità: 382**

I soggetti appartenenti a questo cluster ricavano una quota rilevante del proprio fatturato dal commercio al dettaglio. L'analisi della natura giuridica delle imprese evidenzia una equidistribuzione tra ditte individuali e società (in cui mediamente si rilevano 1-2 soci con attività prevalente nell'impresa). Il personale dipendente è presente nel 37% delle realtà e raggiunge mediamente 1-2 unità.

La struttura organizzativa è composta da spazi destinati a deposito/magazzino dei prodotti, in media di circa 140 mq, e da uffici di dimensioni limitate, la cui superficie media è di 10 mq. Le imprese dispongono inoltre di spazi destinati alla vendita al dettaglio la cui superficie è mediamente di circa 30 mq ed in cui è attivo in media un punto cassa. I mezzi di trasporto impiegati per la movimentazione della merce sono costituiti prevalentemente da autocarri (1-2), la cui portata complessiva è in media di 35 quintali.

L'offerta (la cui composizione è funzione delle specifiche scelte distributive di ciascuna impresa) è formata da farine, lieviti, paste alimentari, prodotti alimentari in scatola, conserve alimentari, cioccolato, dolci, zucchero, bevande, oli, tè, cacao, droghe e spezie. L'approvvigionamento dei prodotti avviene alla produzione per la parte più rilevante (60% in media degli acquisti) e in via residuale presso altre imprese all'ingrosso.

In ragione della distribuzione diretta al consumatore finale, una quota rilevante del fatturato (in media il 25%) viene ricavato dalla vendita alla

clientela privata, pur restando i dettaglianti (in media 43% dei ricavi) il primo canale di sbocco per i prodotti delle imprese del modello.

Coerentemente con la struttura organizzativa delle imprese, si rilevano come modalità di vendita prevalenti il dettaglio, la tentata vendita e la vendita al banco.

### **Cluster 11 - Grossisti di cioccolato e dolci che operano in tentata vendita**

#### **Numerosità: 520**

Il cluster si caratterizza per la presenza di imprese, con una struttura organizzativa di dimensioni particolarmente ridotte, che commercializzano cioccolato e dolci (88% dei ricavi in media) adottando principalmente la modalità della tentata vendita (circa l'80% dei ricavi). La figura giuridica più diffusa è quella della ditta individuale (70% dei soggetti). Il personale dipendente è presente solo nel 18% delle imprese del modello ed è composto in media da un addetto.

La struttura organizzativa è composta essenzialmente da spazi destinati a magazzino/deposito della merce (che in media raggiungono 100 mq) e da uffici contenuti (la cui superficie media è di circa 10 mq). Le imprese del modello utilizzano per lo svolgimento della propria attività, mezzi di trasporto (in media 1-2 veicoli commerciali leggeri per impresa) la cui portata complessiva è di circa 25 quintali.

L'approvvigionamento dei prodotti avviene, per due terzi del totale, direttamente alla produzione, e per la parte restante presso altre imprese all'ingrosso.

La principale tipologia di clientela è costituita dai punti vendita al dettaglio (52% in media dei ricavi) e da pubblici esercizi (38%).

L'area di mercato cui si estende l'attività dei grossisti di questo modello è prevalentemente regionale (mediamente il 95% dei ricavi).

**Cluster 12 - Grossisti che operano attraverso la vendita al banco e che commercializzano prevalentemente prodotti di salumeria**

**Numerosità: 136**

Il cluster si caratterizza per la presenza di imprese, mediamente strutturate, che distribuiscono prevalentemente prodotti di salumeria (circa il 70% in media dei ricavi) attraverso la vendita al banco (95% dei ricavi in media). La forma giuridica maggiormente utilizzata è quella societaria (65% dei soggetti); il numero dei soci con occupazione prevalente nell'impresa è in media di 1-2 unità. La metà delle imprese del modello utilizza personale dipendente, composto in media da 2 addetti.

La struttura organizzativa è composta da spazi per il deposito/magazzino della merce la cui superficie è mediamente di circa 140 mq e da piccoli uffici (in media di 15 mq). I mezzi di trasporto impiegati hanno portata complessiva di circa 30 quintali.

Gli acquisti vengono effettuati prevalentemente alla produzione (in media il 75% degli acquisti).

La clientela è suddivisa tra dettaglianti (48% dei ricavi in media), pubblici esercizi (21%), grande distribuzione/distribuzione organizzata, comunità, società ed enti pubblici e privati.

Circa il 90% dei ricavi delle imprese appartenenti al cluster deriva dall'agire su un'area di mercato essenzialmente regionale.

### **Cluster 13 - Grossisti di cioccolato e dolci che operano attraverso la vendita al banco**

#### **Numerosità: 112**

Il cluster si caratterizza per la presenza di imprese che distribuiscono prevalentemente cioccolato e dolci (circa l'80% in media dei ricavi) attraverso la vendita al banco (92% dei ricavi in media).

L'analisi della distribuzione per natura giuridica segnala una rilevante diffusione della forma societaria (62% dei soggetti); il numero dei soci con occupazione prevalente nell'impresa è in media di 2 unità.

Il personale dipendente è presente nel 50% delle imprese del modello e raggiunge mediamente le 2 unità.

La struttura organizzativa è caratterizzata da ampi spazi destinati a magazzino/deposito della merce la cui superficie media è di 250 mq ed uffici che raggiungono i 20 mq. I mezzi di trasporto utilizzati (prevalentemente si tratta di autocarri), hanno portata complessiva di circa 35 quintali.

L'acquisto dei prodotti è effettuato per circa due terzi del totale presso imprese produttrici e in via residuale presso altre imprese all'ingrosso.

La clientela, per la parte più rilevante, è omogeneamente suddivisa tra dettaglianti (41% in media dei ricavi) e pubblici esercizi (39%).

L'attività viene svolta all'interno di un'area di mercato essenzialmente regionale (mediamente il 90% 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*<sup>3</sup>.

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

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

In particolare sono state escluse le imprese che presentano:

- costo del venduto 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<sup>4</sup>\*1.000)

dove:

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

---

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

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

+ numero assunti con contratto di formazione e lavoro o a termine e lavoranti a domicilio + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa + numero collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale + numero associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa

- numero addetti = Numero 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 2° ventile all'estremo superiore del 18° 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 3° 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 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 2° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 13.

Per il ricarica sono stati scelti i seguenti intervalli:

- dall'estremo superiore del 2° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 1;
- dall'estremo superiore del 4° 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 18° ventile, per il cluster 4;
- dall'estremo superiore del 4° ventile all'estremo superiore del 18° ventile, per il cluster 5;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 6;
- dall'estremo superiore del 4° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 7;
- dall'estremo superiore del 4° 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 2° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 13.

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

- fino all'estremo superiore del 17° ventile, per il cluster 13.

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 provinciale<sup>5</sup> 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

---

<sup>5</sup> I criteri e le conclusioni dello studio sono riportati nell'apposito Decreto Ministeriale.

interazione con la variabile “costo del venduto”. Tali variabili hanno prodotto, 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 Discriminante<sup>6</sup>;
- la stima del ricavo di riferimento.

Nell'allegato 5.B vengono riportate le variabili strutturali risultate significative nell'Analisi Discriminante.

Non si è proceduto nel modo standard di operare dell'Analisi Discriminante in cui si attribuisce univocamente un contribuente al gruppo di massima probabilità; infatti, a parte il caso in cui la distribuzione di probabilità si 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

---

<sup>6</sup> L'Analisi Discriminante è una tecnica che consente di associare ogni impresa ad uno dei gruppi omogenei individuati per la sua attività, attraverso la definizione di una probabilità di appartenenza a ciascuno dei gruppi stessi.

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**

<b>VARIABILI</b>	<b>CLUSTER 1</b>	<b>CLUSTER 2</b>	<b>CLUSTER 3</b>	<b>CLUSTER 4</b>	<b>CLUSTER 5</b>
Costo del venduto	1,0287	1,0986	1,0294	1,0652	1,0968
Logaritmo in base 10 del costo del venduto	3.537,4898	3.465,1926	5.745,3627	8.092,7584	3.211,5107
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	1,4501	0,7803	1,0374	0,9334	1,1253
Valore dei beni strumentali	0,2317	0,1589	0,2393	0,1257	0,2312
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	0,7126	0,8541	1,1114	1,1701	0,5878
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	28.302,3069	22.518,4664	24.869,1266	29.739,9421	19.093,9763
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	28.302,3069	22.518,4664	24.869,1266	29.739,9421	19.093,9763

**CORRETTIVI TERRITORIALI DA APPLICARE AL COEFFICIENTE DEL COSTO DEL VENDUTO**

<b>GRUPPO DELLA TERRITORIALITA' DEL COMMERCIO A LIVELLO PROVINCIALE</b>	<b>CLUSTER 1</b>	<b>CLUSTER 2</b>	<b>CLUSTER 3</b>	<b>CLUSTER 4</b>	<b>CLUSTER 5</b>
1) Aree con livelli di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale	-	-0,0283	-	-0,0220	-0,0287
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	-	-0,0283	-	-0,0220	-0,0287
5) Aree con benessere molto elevato, in aree urbane e metropolitane fortemente terziarizzate e sviluppate, con una rete distributiva molto evoluta	-	-	0,0257	-	-
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**

<b>VARIABILI</b>	<b>CLUSTER 6</b>	<b>CLUSTER 7</b>	<b>CLUSTER 8</b>	<b>CLUSTER 9</b>	<b>CLUSTER 10</b>
Costo del venduto	1,1430	1,0728	1,0905	1,0807	1,0688
Logaritmo in base 10 del costo del venduto	3.158,2719	2.778,1352	2.782,4627	7.548,8918	2.827,6961
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	0,7727	1,1859	0,6272	0,7564	1,1650
Valore dei beni strumentali	0,1380	0,1894	0,1776	0,2433	0,1547
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	0,7225	0,4910	0,3854	0,8713	0,7542
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	10.441,0417	24.796,1244	13.170,6482	39.628,9494	25.396,3890
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	10.441,0417	24.796,1244	13.170,6482	39.628,9494	25.396,3890

**CORRETTIVI TERRITORIALI DA APPLICARE AL COEFFICIENTE DEL COSTO DEL VENDUTO**

<b>GRUPPO DELLA TERRITORIALITA' DEL COMMERCIO A LIVELLO PROVINCIALE</b>	<b>CLUSTER 6</b>	<b>CLUSTER 7</b>	<b>CLUSTER 8</b>	<b>CLUSTER 9</b>	<b>CLUSTER 10</b>
1) Aree con livelli di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale	-0,0302	-	-0,0182	-	-
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	-0,0302	-	-0,0182	-	-
5) Aree con benessere molto elevato, in aree urbane e metropolitane fortemente terziarizzate e sviluppate, con una rete distributiva molto evoluta	-	0,0135	-	0,0309	0,0169
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**

<b>VARIABILI</b>	<b>CLUSTER 11</b>	<b>CLUSTER 12</b>	<b>CLUSTER 13</b>
Costo del venduto	1,0760	1,0387	1,0607
Logaritmo in base 10 del costo del venduto	3.122,7521	4.422,0425	4.671,4384
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	0,8975	1,0847	1,0689
Valore dei beni strumentali	0,2323	0,1688	0,0859
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	0,7181	0,6758	1,0027
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	10.839,5951	29.348,3907	21.126,0039
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	10.839,5951	29.348,3907	21.126,0039

**CORRETTIVI TERRITORIALI DA APPLICARE AL COEFFICIENTE DEL COSTO DEL VENDUTO**

<b>GRUPPO DELLA TERRITORIALITA' DEL COMMERCIO A LIVELLO PROVINCIALE</b>	<b>CLUSTER 11</b>	<b>CLUSTER 12</b>	<b>CLUSTER 13</b>
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	0,0218	-	-
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	0,0243	0,0259	-
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 coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa
- 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

**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: Tentata vendita giornaliera
- Tipologia di vendita: Dettaglio
- Prodotti commercializzati: Prodotti di salumeria
- Prodotti commercializzati: Oli di oliva, altri oli vegetali, grassi alimentari
- Prodotti commercializzati: Freschi - Frutta e ortaggi
- Prodotti commercializzati: Freschi - Carni
- Prodotti commercializzati: Freschi - Pesce
- Prodotti commercializzati: Freschi - Prodotti lattiero-caseari e uova
- Prodotti commercializzati: Freschi - Altri prodotti
- Prodotti commercializzati: Congelati e surgelati - Frutta e ortaggi
- Prodotti commercializzati: Congelati e surgelati - Carni
- Prodotti commercializzati: Congelati e surgelati - Pesce
- Prodotti commercializzati: Congelati e surgelati - Altri prodotti surgelati e congelati
- Prodotti commercializzati: Cioccolato e dolci
- Tipologia di clientela: Privati
- Altri dati: Numero accessi refrigerati (senza interruzione della catena del freddo)
- Altri dati: Licenza per vendita al dettaglio

- Altri dati: Capacità di stoccaggio espresse in quintali (sia in silos che in postura)

**Quadro H:**

- Modalità d'acquisto: Imprese produttrici nazionali
- 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 per provvigioni di vendita e rimborsi spese corrisposti
- Costi e spese specifici: Costi e spese per deposito e custodia presso terzi

**Quadro I:**

- Macchine confezionatrici (numero)
- Celle frigorifere (capacità in m<sup>3</sup>)
- Celle refrigeranti (capacità in m<sup>3</sup>)