

ALLEGATO 1

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

STUDIO DI SETTORE SM23U

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

CRITERI PER LA COSTRUZIONE DELLO STUDIO DI SETTORE

Di seguito vengono esposti i criteri seguiti per la costruzione dello studio di settore.

Oggetto dello studio sono le attività economiche:

- 51.46.1 – Commercio all'ingrosso di medicinali;
- 51.46.2 – Commercio all'ingrosso di articoli medicali ed ortopedici.

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 SM23).

Il numero dei questionari inviati è stato pari a 3.199. I questionari restituiti sono stati 1.964, pari al 61,4% degli inviati.

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

| | Numero questionari inviati | Numero questionari restituiti | % sul totale questionari inviati |
|---------------------------------------------------------------------|----------------------------|-------------------------------|----------------------------------|
| 51.46.1 – Commercio all'ingrosso di medicinali | 584 | 356 | 60,9% |
| 51.46.2 – Commercio all'ingrosso di articoli medicali ed ortopedici | 2.615 | 1.608 | 61,5% |
| TOTALE | 3.199 | 1.964 | 61,4% |

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

Tali analisi hanno comportato, ai fini della definizione dello studio, lo scarto di 637 questionari, pari al 32,4% dei questionari rientrati.

I principali motivi di scarto sono stati:

- ricavi dichiarati maggiori di 10 miliardi di lire;
- quadro M del questionario (elementi contabili) non compilato;
- presenza di attività secondarie con un'incidenza sui ricavi complessivi superiore al 20%;
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia di vendita (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative ai ricavi conseguiti con la vendita dei prodotti trattati (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia della clientela (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative alle modalità di acquisto (quadro H del questionario);
- incongruenze fra i dati strutturali e i dati contabili contenuti nel questionario.

A seguito degli scarti effettuati, il numero dei questionari oggetto delle successive analisi è risultato pari a 1.327.

IDENTIFICAZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

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

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

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

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

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

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

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

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

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

DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

L'analisi ha evidenziato le principali caratteristiche del comparto del commercio all'ingrosso di medicinali, di articoli medicali ed ortopedici.

I cluster risultanti dallo studio si differenziano in funzione di alcuni fattori fondamentali che hanno contribuito a determinare i modelli di business prevalenti:

- prodotti offerti;
- dimensione della struttura organizzativa;
- clientela.

Il primo fattore consente di rilevare le specializzazioni basate sull'assortimento, in particolare sono stati individuati i grossisti specializzati in strumenti ed attrezzature medicali ed elettromedicali (cluster 5 e 6), in presidi medico chirurgici (cluster 1 e 4), in prodotti di ortopedia (cluster 8), in medicinali ad uso veterinario (cluster 3), in

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.

materiale di consumo dentale (cluster 2 e 10) e in medicinali, prodotti omeopatici, di erboristeria e cosmetici (cluster 7).

Il fattore dimensionale ha contribuito a differenziare ulteriormente, per alcune specializzazioni evidenziate in precedenza, le realtà maggiormente strutturate (cluster 4, 5 e 2) da quelle che si avvalgono di strutture più snelle.

Anche la tipologia di clientela costituisce un fattore discriminante ed è emersa soprattutto in riferimento alle diverse specializzazioni assortimentali. E' stato così possibile suddividere grossisti che servono principalmente strutture sanitarie pubbliche e private (cluster 1, 4, 5 e 6) da grossisti rivolti a farmacie (cluster 7), a dettagli di ortopedia (cluster 8), a medici dentisti (cluster 2 e 10) ed a utilizzatori finali come i privati e le aziende zootecniche (cluster 3).

CLUSTER 1 - COMMERCIANTI ALL'INGROSSO DI PICCOLE DIMENSIONI SPECIALIZZATI IN PRESIDIO MEDICO CHIRURGICI

NUMEROSITÀ: 252

Questo cluster è caratterizzato dalla presenza di imprese di piccole dimensioni che ottengono la maggior parte dei ricavi dalla vendita di presidi medico chirurgici (64%). In assortimento sono presenti anche strumenti ed attrezzature medicali ed elettromedicali (20%) per completare l'offerta.

La clientela è costituita quasi esclusivamente da strutture sanitarie pubbliche (69% dei ricavi) e da strutture sanitarie private (18%).

L'area di mercato prevalente è pluri-regionale (57% dei casi).

Gli acquisti vengono effettuati direttamente da imprese produttrici (51%) e da importatori o concessionari di marche (29%).

La forma giuridica adottata dalla maggior parte delle imprese è quella societaria: il 64% dei soggetti sono società di capitali, il 25% società di persone.

I soggetti appartenenti a questo cluster sono dotati di piccole strutture: gli spazi dedicati al magazzino sono di 38 mq e quelli dedicati agli uffici di 44 mq. Sono presenti in media 2 addetti, di cui un dipendente; inoltre il 53% dei soggetti si avvale dell'attività di due agenti/rappresentanti.

CLUSTER 2 - COMMERCIANTI ALL'INGROSSO DI GRANDI DIMENSIONI OPERANTI NEL COMPARTO "DENTALE"

NUMEROSITÀ: 83

Le imprese appartenenti a questo cluster operano sul mercato in qualità di grossisti di prodotti dentali (98% dei ricavi) e sono caratterizzate anche dalla presenza di una struttura organizzativa di grandi dimensioni.

I prodotti commercializzati sono materiali di consumo dentale (47% dei ricavi) e strumenti ed attrezzature (42%) presumibilmente odontoiatriche in relazione al mercato di riferimento costituito principalmente da medici specialisti e dentisti (64% dei ricavi) e da laboratori odontotecnici (23%).

Per completare l'offerta la maggior parte dei soggetti effettua anche il servizio di installazione dei prodotti (84%), di consegna a domicilio (84%) e di assistenza tecnica (81%).

La maggior parte delle aziende opera in un'area di mercato pluri-regionale (54%).

Gli acquisti sono ripartiti tra imprese produttrici (49%) e importatori o concessionari di marche (32%).

Le imprese in esame sono in prevalenza società di capitali (60%) e società di persone (27%) ed impiegano mediamente 6 addetti, di cui 4 dipendenti. Si rileva inoltre la presenza in media di 3 agenti/rappresentanti.

Rispetto alle altre imprese che operano nel comparto dentale, i soggetti appartenenti a questo cluster sono dotati di una struttura piuttosto articolata: l'attività viene svolta in ampi locali che consistono in 142 mq di magazzino, 80 mq di uffici, 75 mq di spazi per la vendita e l'esposizione della merce e 11 mq di laboratorio.

CLUSTER 3 - GROSSISTI DI "VETERINARIA"

NUMEROSITÀ: 54

I soggetti appartenenti a questo cluster si contraddistinguono per la specializzazione dell'assortimento offerto rappresentato da prodotti del comparto veterinario (98% dei ricavi), in particolare da specialità medicinali ad uso veterinario (75%).

La clientela primaria è rappresentata, come è possibile desumere dal tipo di specializzazione, da aziende zootecniche e privati (53% dei ricavi), da farmacie (15%) e da altri grossisti (15%).

L'area di mercato è pluri-regionale (46%).

Nel cluster si rileva una forte concentrazione di soggetti (67%) che affiancano alla vendita all'ingrosso anche quella al dettaglio.

Gli acquisti vengono effettuati per la maggior parte da imprese produttrici (75%).

Si tratta in prevalenza di società di capitali (56%) e di persone (28%) che, per lo svolgimento dell'attività, si avvalgono della collaborazione di 4 addetti, di cui 2 dipendenti.

Gli spazi destinati all'attività si articolano mediamente in: magazzino (163 mq), locali per la vendita all'ingrosso e l'esposizione della merce (51 mq) ed uffici (32 mq). Si rileva inoltre, coerentemente alla tipologia di vendita, la presenza di locali destinati alla vendita al dettaglio (23 mq).

CLUSTER 4 - COMMERCianti ALL'INGROSSO DI GRANDI DIMENSIONI SPECIALIZZATI IN PRESIDi MEDICO CHIRURGICI

NUMEROSITÀ: 103

Dall'analisi dei dati delle imprese che fanno parte del cluster emerge la grande dimensione della struttura e la specializzazione dell'assortimento. I ricavi derivano per la maggior parte dalla vendita di presidi medico chirurgici (68%) e in minima parte anche da strumenti ed attrezzature medicali ed elettromedicali (15%).

Coerentemente al tipo di specializzazione la clientela è costituita quasi esclusivamente da strutture sanitarie pubbliche (70% dei ricavi) e da strutture sanitarie private (15%).

L'area di mercato, in prevalenza pluri-regionale (48% dei casi) e nazionale (46%), è presidiata mediamente da 6 agenti/rappresentanti.

Gli acquisti vengono effettuati direttamente da imprese produttrici (64%) e da importatori o concessionari di marche (27%).

I soggetti appartenenti a questo cluster sono dotati di una struttura articolata. La forma giuridica adottata dalla quasi totalità delle imprese è rappresentata da società di capitali (90%). Numeroso è il personale dipendente, pari a 4 unità, per un totale di 6 addetti.

Gli spazi destinati allo svolgimento dell'attività sono ampi e consistono mediamente in 290 mq di magazzino e 167 mq di uffici.

CLUSTER 5 - COMMERCianti ALL'INGROSSO DI GRANDI DIMENSIONI SPECIALIZZATI IN STRUMENTI ED ATTREZZATURE MEDICALI ED ELETTROMEDICALI

NUMEROSITÀ: 91

Fanno parte di questo cluster imprese di grande dimensione che operano in qualità di grossisti specializzati. I ricavi vengono realizzati per il 57% con strumenti ed attrezzature medicali ed elettromedicali, per il 24% con altri prodotti e per il 12% con presidi medico chirurgici.

La tipologia di prodotti trattati porta necessariamente le imprese ad occuparsi anche di servizi collaterali, quali l'assistenza tecnica (91% dei soggetti), l'installazione dei prodotti (87%), la consegna a domicilio (81%) ed il noleggio degli strumenti (52%).

Il mercato di riferimento è costituito quasi esclusivamente da ospedali, cliniche ed altre strutture sanitarie pubbliche (51% dei ricavi) e private (19%).

L'area di mercato, seguita mediamente da 5 agenti/rappresentanti, è in prevalenza nazionale (47% dei casi) e pluri-regionale (46%). Si rileva inoltre una consistente concentrazione di soggetti che operano anche in un mercato internazionale (25%).

Gli acquisti vengono effettuati per la maggior parte direttamente da imprese produttrici (69%).

I soggetti appartenenti a questo cluster si contraddistinguono anche per il fatto di disporre di strutture per l'esercizio dell'attività più ampie rispetto ai restanti raggruppamenti: 310 mq di magazzino, 194 mq di uffici, 48 mq di laboratorio e 27 mq per l'esposizione.

Anche in termini di personale si attestano su valori superiori alla media, prevedendo 8 addetti (di cui 7 dipendenti); la forma giuridica è rappresentata prevalentemente da società di capitali (82% dei soggetti).

CLUSTER 6 - COMMERCianti ALL'INGROSSO DI PICCOLE DIMENSIONI SPECIALIZZATI IN STRUMENTI ED ATTREZZATURE MEDICALI ED ELETTROMEDICALI

NUMEROSITÀ: 239

I soggetti appartenenti a questo cluster si contraddistinguono per il fatto di commercializzare apparecchi video, hi-fi (29%) apparecchiature telefoniche (22%) e materiale telefonico/radiotelevisivo (37%).

La modalità di vendita adottata è sul territorio tramite venditori e/o via fax, modem, ecc. (65%) e in misura minore al banco (21%).

Il canale di vendita principale è il dettaglio (43% dei ricavi), seguito dagli utilizzatori professionali (24%).

Gli acquisti vengono effettuati in Italia sia presso aziende produttrici (53%) che presso altri distributori (47%).

Le dimensioni dei locali destinati all'esercizio dell'attività sono piuttosto contenute: è previsto un deposito di 85 mq, spazi per la vendita/esposizione di 19 mq ed uffici per 31 mq.

Le imprese del cluster sono in prevalenza società di capitali (42%) e di persone (32%) e, in misura inferiore, ditte individuali (26%); per lo svolgimento dell'attività si avvalgono in media di 2 addetti (di cui un dipendente).

CLUSTER 7 - GROSSISTI DI SPECIALITÀ MEDICINALI E DI PRODOTTI PER LA PERSONA

NUMEROSITÀ: 117

I soggetti appartenenti a questo cluster si contraddistinguono per la specializzazione dell'assortimento offerto, rappresentato da prodotti del comparto di "umana" (80% dei ricavi). In particolare i ricavi derivano principalmente dalla vendita di specialità medicinali ad uso umano (29%), prodotti di erboristeria e cosmetici (18%), integratori alimentari (14%), medicinali *Over The Counter* (9%) e prodotti omeopatici (9%).

I prodotti sono rivolti prevalentemente alle farmacie, dalle quali proviene circa il 47% dei ricavi; tuttavia tra la clientela non mancano i grossisti (38%).

L'area di mercato, seguita nel 51% dei casi da una rete di vendita costituita mediamente da 4 agenti/rappresentanti, è pluri-regionale (40%) e nazionale (32%).

Gli acquisti nella maggior parte dei casi vengono effettuati direttamente da aziende produttrici (73%).

Le imprese del cluster sono in prevalenza società di capitali (56%) e di persone (30%) e, per lo svolgimento dell'attività, si avvalgono della collaborazione di 3 addetti, di cui 2 dipendenti.

Le superfici complessive comprendono spazi dedicati al magazzino (196 mq), alla vendita all'ingrosso e all'esposizione della merce (30 mq) ed agli uffici (53 mq).

CLUSTER 8 - GROSSISTI SPECIALIZZATI IN PRODOTTI ORTOPEDICI

NUMEROSITÀ: 79

Le imprese appartenenti a questo cluster operano sul mercato in qualità di grossisti di ortopedia (74% dei ricavi) e sono dunque caratterizzate dal tipo di offerta: i prodotti per protesi ed ortesi rappresentano il 36% dei ricavi, gli strumenti e le attrezzature medicali ed elettromedicali il 18% e gli ausili per disabili il 17%.

Il loro mercato di riferimento è ampio e comprende strutture sanitarie pubbliche (32%), seguite da dettaglianti di articoli sanitari ed ortopedici (25%) e in misura inferiore da strutture sanitarie private (10%) ed altri commercianti al dettaglio (10%).

L'area di mercato è pluri-regionale (43%) e nazionale (34%).

Gli acquisti nella maggior parte dei casi vengono effettuati direttamente da imprese produttrici (67%).

L'attività viene svolta prevalentemente in forma societaria: il 58% sono società di capitali e il 28% società di persone. Gli addetti sono in media 3, di cui un dipendente.

Gli spazi destinati all'attività si articolano mediamente in: magazzino (61 mq), locali per la vendita all'ingrosso e l'esposizione della merce (36 mq) ed uffici (44 mq).

CLUSTER 9 - GROSSISTI DESPECIALIZZATI

NUMEROSITÀ: 146

I soggetti appartenenti a questo cluster si contraddistinguono per la modalità di vendita sul territorio effettuata prevalentemente tramite fax, modem, ecc. (89% dei ricavi in media).

L'assortimento offerto è principalmente costituito da materiale elettrico (49%) e apparecchi per illuminazione (16%).

Il loro mercato di riferimento è ampio e comprende artigiani ed installatori (34%), seguiti da dettaglianti (28%) e in misura inferiore da altri grossisti (16%) e enti (14%).

Gli acquisti vengono effettuati in gran parte presso aziende produttrici (67%) in Italia.

Dal punto di vista delle strutture fisiche si attestano al di sotto della media del settore con 105 mq di deposito e 28 mq di uffici (irrilevanti gli altri spazi). All'interno di questo cluster sono rappresentate in uguale misura le società di capitali (34%), le società di persone (33%) e le ditte individuali (33%). Tali imprese per lo svolgimento dell'attività si avvalgono in media di 2 addetti (di cui un dipendente).

CLUSTER 10 - COMMERCianti ALL'INGROSSO DI PICCOLE DIMENSIONI OPERANTI NEL COMPARTO "DENTALE"

NUMEROSITÀ: 139

Le imprese appartenenti a questo cluster operano sul mercato in qualità di grossisti di prodotti dentali (98% dei ricavi) e si contraddistinguono per le piccole dimensioni della struttura organizzativa. In particolare commercializzano quasi esclusivamente materiali di consumo dentale (71% dei ricavi).

Il mercato di riferimento principale è costituito da medici specialisti e dentisti (55% dei ricavi) e da laboratori odontotecnici (29%).

L'area di mercato è in prevalenza pluri-regionale (37%) e provinciale (29%).

Gli acquisti sono ripartiti tra imprese produttrici (43%) ed imprese all'ingrosso (33%).

Rispetto agli altri operatori che operano nel settore, i soggetti appartenenti a questo cluster sono dotati di una struttura esigua: gli spazi messi a disposizione per svolgere l'attività consistono mediamente in 31 mq di magazzino e 22 mq di uffici.

All'interno di questo cluster sono rappresentate in uguale misura le ditte individuali (36%), le società di persone (32%) e le società di capitali (31%). Tali imprese per lo svolgimento dell'attività si avvalgono in media di 2 addetti, di cui un dipendente.

DEFINIZIONE DELLA FUNZIONE DI RICAVO

Una volta suddivise le imprese in gruppi omogenei è necessario determinare, per ciascun gruppo omogeneo, la funzione matematica che meglio si adatta all'andamento dei ricavi delle imprese appartenenti al gruppo in esame. Per determinare tale funzione si è ricorso alla Regressione Multipla³.

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

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

In particolare sono state escluse le imprese che presentano:

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

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.

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

- **valore aggiunto per addetto** = (ricavi - costo del venduto⁴ - spese per acquisti di servizi - costo per la produzione di servizi)/(numero addetti⁵ * 1.000)
- **margine operativo lordo sulle vendite** = (ricavi - costo del venduto - spese per acquisti di servizi - costo per la produzione di servizi - spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa)*100/ricavi;
- **rotazione del magazzino** = (costo del venduto / giacenza media⁶).

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 **valore aggiunto per addetto** sono stati scelti i seguenti intervalli:

- dal 1° al 19° ventile, per i cluster 3, 4, 5;
- dal 2° al 19° ventile, per il cluster 1, 6, 7, 8, 10;
- dal 2° al 20° ventile, per i cluster 2, 9.

Per il **margine operativo lordo sulle vendite** sono stati scelti i seguenti intervalli:

- dal 2° al 19° ventile, per il cluster 1, 3, 5, 7, 8;
- dal 2° al 20° ventile, per i cluster 2, 4;
- dal 3° al 19° ventile, per i cluster 6, 9, 10.

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

- dal 1° al 19° ventile, per il cluster 4;
- dal 1° al 20° ventile, per il cluster 3, 8;
- dal 2° al 19° ventile, per i cluster 1;
- dal 2° al 20° ventile, per il cluster 2, 5, 6, 7, 9, 10.

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

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

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

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

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

⁵ Le frequenze relative ai dipendenti sono state normalizzate all'anno in base alle giornate retribuite.

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

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

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

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

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

Nell'allegato 1.B vengono riportate le variabili strutturali risultate significative nell'Analisi Discriminante.

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

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

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

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

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

ALLEGATO 1.A

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

SM23U

| VARIABILI | CLUSTER 1 | CLUSTER 2 | CLUSTER 3 | CLUSTER 4 | CLUSTER 5 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Costo del venduto "Quota fino a 180 milioni" | - | - | - | - | - |
| Costo del venduto "Quota eccedente 180 milioni" | - | - | - | - | - |
| Costo del venduto "Quota fino a 280 milioni" | - | - | - | - | - |
| Costo del venduto "Quota eccedente 280 milioni" | - | - | - | - | - |
| Costo del venduto "Quota fino a 450 milioni" | 1,4022 | - | - | - | - |
| Costo del venduto "Quota eccedente 450 milioni" | 1,1981 | - | - | - | - |
| Costo del venduto "Quota fino a 800 milioni" | - | 1,2534 | - | - | - |
| Costo del venduto "Quota eccedente 800 milioni" | - | 1,1716 | - | - | - |
| Costo del venduto "Quota fino a 1 miliardo e 600 milioni" | - | - | 1,1000 | - | 1,2659 |
| Costo del venduto "Quota eccedente 1 miliardo e 600 milioni" | - | - | 1,0685 | - | 1,1470 |
| Costo del venduto "Quota fino a 3 miliardi " | - | - | - | 1,3434 | - |
| Costo del venduto "Quota eccedente 3 miliardi " | - | - | - | 1,1058 | - |
| Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi | 1,0176 | 0,7252 | 0,8447 | 0,9074 | 1,3134 |
| Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente | 1,2576 | 1,1124 | 1,2203 | 1,2664 | 1,3318 |
| Valore dei beni strumentali | 0,1559 | - | - | - | - |
| Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente e Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero) | - | - | - | - | - |

- Le variabili contabili vanno espresse in migliaia di lire.

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICA VO

SM23U

| VARIABILI | CLUSTER 6 | CLUSTER 7 | CLUSTER 8 | CLUSTER 9 | CLUSTER 10 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|-----------|-----------|-------------|
| Costo del venduto "Quota fino a 180 milioni" | - | - | - | - | 1,2864 |
| Costo del venduto "Quota eccedente 180 milioni" | - | - | - | - | 1,0834 |
| Costo del venduto "Quota fino a 280 milioni" | - | - | 1,3590 | 1,4282 | - |
| Costo del venduto "Quota eccedente 280 milioni" | - | - | 1,1813 | 1,1071 | - |
| Costo del venduto "Quota fino a 450 milioni" | 1,3494 | - | - | - | - |
| Costo del venduto "Quota eccedente 450 milioni" | 1,1336 | - | - | - | - |
| Costo del venduto "Quota fino a 800 milioni" | - | 1,1107 | - | - | - |
| Costo del venduto "Quota eccedente 800 milioni" | - | 1,0090 | - | - | - |
| Costo del venduto "Quota fino a 1 miliardo e 600 milioni" | - | - | - | - | - |
| Costo del venduto "Quota eccedente 1 miliardo e 600 milioni" | - | - | - | - | - |
| Costo del venduto "Quota fino a 3 miliardi " | - | - | - | - | - |
| Costo del venduto "Quota eccedente 3 miliardi " | - | - | - | - | - |
| Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi | 1,2321 | 1,3348 | 1,3954 | 1,4009 | 1,1828 |
| Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente | 1,0995 | 1,1417 | 1,3870 | 1,1256 | 1,2294 |
| Valore dei beni strumentali | - | 0,1654 | - | - | 0,1176 |
| Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente e Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero) | 30.028,0406 | 42.004,2544 | - | - | 28.001,6284 |

- Le variabili contabili vanno espresse in migliaia di lire.

ALLEGATO 1.B

VARIABILI DELL'ANALISI DICRIMINANTE

QUADRO A:

- Numero delle giornate retribuite per i dipendenti a tempo pieno
- Numero delle giornate retribuite per i dipendenti a tempo parziale
- Numero delle giornate retribuite per gli apprendisti
- Numero delle giornate retribuite per gli assunti con contratto di formazione e lavoro o a termine e lavoratori a domicilio
- Numero di collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa
- Numero dei collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale
- Numero di associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa
- Numero di soci con occupazione prevalente nell'impresa
- Numero di amministratori non soci

QUADRO B:

- Mq locali destinati a deposito/ magazzino
- Mq locali per la vendita all'ingrosso e l'esposizione della merce
- Mq locali destinati a laboratorio
- Mq locali destinati ad uffici

QUADRO D:

- Automezzi con massa complessiva a pieno carico: fino a 3,5 t
- Automezzi con massa complessiva a pieno carico: compresa tra 3,5 t e 12 t
- Automezzi con massa complessiva a pieno carico: superiore a 12 t
- Spese per servizi integrativi o sostitutivi dei mezzi propri

QUADRO G:

- Tipologia di vendita: Vendita al dettaglio
- Prodotti trattati: Specialità medicinali ad uso umano
- Prodotti trattati: Specialità medicinali ad uso veterinario
- Prodotti trattati: O.T.C. (over the counter)
- Prodotti trattati: Presidi medico chirurgici (ad uso umano e/o veterinario)
- Prodotti trattati: Prodotti omeopatici
- Prodotti trattati: Prodotti di erboristeria
- Prodotti trattati: Integratori alimentari
- Prodotti trattati: Strumenti e attrezzature medicali
- Prodotti trattati: Strumenti e attrezzature medicali elettronici/computerizzati
- Prodotti trattati: Ausili per disabili (carrozzine, stampelle, ecc.)
- Prodotti trattati: Materiali di consumo dentale
- Prodotti trattati: Prodotti per l'incontinenza
- Prodotti trattati: Prodotti per protesi e ortesi
- Prodotti trattati: Prodotti cosmetici
- Servizi offerti: Installazione dei prodotti
- Servizi offerti: Assistenza tecnica
- Tipologia di settore: Grossista di umana
- Tipologia di settore: Ortopedia
- Tipologia di settore: Dentale

- Tipologia di settore: Grossista di veterinaria
- Tipologia della clientela: Farmacie
- Tipologia della clientela: Sanitarie/ortopediche
- Tipologia della clientela: Medici specialisti/medici veterinari/dentisti
- Tipologia della clientela: Ospedali/cliniche/laboratori/ambulatori ecc. pubblici
- Tipologia della clientela: Ospedali/cliniche/laboratori/ambulatori ecc. privati
- Tipologia della clientela: Laboratori odontotecnici
- Tipologia della clientela: Grossisti
- Tipologia della clientela: Utilizzatori finali (es.: privati ed aziende zootecniche)
- Tipologia della clientela: Commercianti al dettaglio

QUADRO H:

- Addetti all'attività di vendita: Addetti alle vendite - non dipendenti – numero
- Addetti all'attività di vendita: Addetti alle vendite - dipendenti - numero giornate retribuite
- Addetti all'attività di vendita: Venditori diretti - dipendenti - numero giornate retribuite
- Addetti all'attività di vendita: Agenti/rappresentanti – numero
- Addetti all'attività di vendita: Informatori scientifici - non dipendenti – numero
- Costi e spese specifici: Costi sostenuti per provvigioni di vendita e rimborsi spese corrisposti

QUADRO I:

- Beni strumentali: Scaffali (in metri lineari) - metri lineari
- Beni strumentali: Frigoriferi - numero