

ALLEGATO 1

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

STUDIO DI SETTORE SM41U

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:

- 51.64.1 – Commercio all'ingrosso di macchine per scrivere e da calcolo;
- 51.64.2 – Commercio all'ingrosso di attrezzature per l'ufficio (esclusi i mobili).

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 SM41).

Il numero dei questionari inviati è stato pari a 4.665. I questionari restituiti sono stati 3.152, pari al 67,6% degli inviati.

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

	Numero questionari inviati	Numero questionari restituiti	% sul totale questionari inviati
51.64.1 Commercio all'ingrosso di macchine per scrivere e da calcolo	1.789	1.296	72,4%
51.64.2 Commercio all'ingrosso di attrezzature per l'ufficio (esclusi i mobili)	2.876	1.856	64,5%
TOTALE	4.665	3.152	67,6%

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 912 questionari, pari al 28,9% dei questionari rientrati.

I principali motivi di scarto sono stati:

- ricavi dichiarati maggiori di 5.164.569 euro (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 alla tipologia dell'offerta (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia della clientela (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative alla 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 2.240.

IDENTIFICAZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

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

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

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

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

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

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

Le variabili prese in esame nell'Analisi in Componenti Principali sono quelle presenti in tutti i quadri di cui si compone il questionario ad eccezione del quadro M che contiene gli stessi dati contabili presenti nella dichiarazione dei redditi. Tale scelta nasce dall'esigenza di caratterizzare le imprese in base ai possibili modelli organizzativi, alle diverse tipologie di prodotti venduti, alle varie modalità di acquisto, ecc.; 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 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 sei gruppi omogenei di imprese.

DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

L'analisi ha evidenziato le principali caratteristiche del comparto del commercio all'ingrosso di macchine e attrezzature per ufficio.

I fattori che hanno contribuito maggiormente a determinare i modelli di business prevalenti sono:

- modalità di vendita;
- tipologia di prodotto;
- dimensione della struttura organizzativa.

La modalità di vendita ha permesso di classificare i cluster in ingrosso con vendita sul territorio (cluster 1, 2, 3 e 4), ingrosso con vendita al dettaglio (cluster 6) e ingrosso con vendita al banco (cluster 5).

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.

Il fattore legato alla tipologia di prodotto assume in questo studio una valenza particolare: le caratteristiche dell'offerta del comparto dell'ingrosso possono, infatti, essere ricondotte più che a una vera e propria specializzazione ad una focalizzazione dell'assortimento in un ambito prevalente. In base a questa distinzione è stato possibile suddividere le imprese in: aziende con assortimento focalizzato nel comparto dei prodotti per l'informatica (cluster 3, 4, 5, e 6), aziende con focalizzazione dell'assortimento sul comparto delle macchine per ufficio (cluster 1) ed aziende con focalizzazione dell'assortimento sul comparto delle fotocopiatrici (cluster 2).

Il fattore dimensionale ha permesso di distinguere tra le imprese con una struttura organizzativa di dimensioni contenute (cluster 1, 4 e 5) e quelli di più grandi dimensioni (cluster 2, 3 e 6).

DESCRIZIONE ECONOMICA DEI CLUSTER

CLUSTER 1 - INGROSSO DI PICCOLE DIMENSIONI CON FOCALIZZAZIONE DELL'ASSORTIMENTO SUL COMPARTO CALCOLATRICI E REGISTRATORI DI CASSA

NUMEROSITÀ: 211

Appartengono al cluster in esame imprese organizzate in prevalenza in forma di società (di persone nel 34% dei casi e di capitali nel 36%) con in media 2 addetti, di cui 1 dipendente.

Questo cluster comprende i punti vendita che si caratterizzano per le dimensioni ridotte e la focalizzazione dell'assortimento sulle macchine da ufficio.

La dimensione della struttura organizzativa è, rispetto a quella di altri cluster, più contenuta: 25 mq circa è la superficie dedicata alla vendita ed esposizione della merce, 34 mq quella dei locali dedicati al magazzino, 27 mq ad uffici e 18 mq ad assistenza tecnica/ laboratorio.

Le modalità di gestione sono tradizionali: si tratta, infatti, di esercizi commerciali indipendenti che presentano in prevalenza una tipologia di vendita al banco (28 %) e di vendita sul territorio (62% dei ricavi).

Le modalità d'acquisto adottate dagli appartenenti al cluster sono sia da imprese produttrici in Italia (59% degli acquisti) che da importatori/concessionari di marche estere (16%). Nel 37% dei casi è presente una concessione di esclusiva da parte del produttore.

L'assortimento, come già ricordato, è focalizzato sul comparto delle calcolatrici e dei registratori di cassa (49% dei ricavi). E' inoltre presente un servizio di assistenza tecnica dal quale deriva il 23% dei ricavi. La maggior parte dei soggetti appartenenti al cluster effettua inoltre la permuta e il ritiro dell'usato e la consegna al destinatario. Nel 49% dei casi viene offerto anche un servizio di assemblaggio ed installazione.

Coerentemente con la tipologia di prodotto venduta, la clientela è rappresentata principalmente da commercianti al dettaglio (71% dei ricavi).

L'area di mercato prevalente è quella provinciale (46% dei casi).

La dotazione di beni strumentali comprende 1 autovettura, 1 automezzo con massa complessiva a pieno carico fino a 3.5 t, 16 m lineari di scaffali e 2 computer.

CLUSTER 2 - ESERCIZI COMMERCIALI ALL'INGROSSO DI MEDIE DIMENSIONI CON ASSORTIMENTO FOCALIZZATO SUL COMPARTO DELLE FOTOCOPIATRICI

NUMEROSITÀ: 462

Il cluster in oggetto è costituito da imprese organizzate prevalentemente sotto forma di società (di persone nel 35% dei casi e di capitali nel 44%), con in media 3-4 addetti.

Le imprese appartenenti al cluster in esame si caratterizzano per l'assortimento focalizzato sul comparto delle fotocopiatrici (37% dei ricavi). Altri prodotti significativi in termini di percentuali sui ricavi sono: hardware (11% circa dei ricavi), materiale chimico di consumo (10%), arredo (5%). Il 16% dei ricavi, inoltre, deriva da servizi di assistenza tecnica, mentre il 59% degli appartenenti al cluster ricavano l'8% dei ricavi dal noleggio. Vengono anche forniti servizi di permuta e ritiro dell'usato, assemblaggio ed installazione e consegna al destinatario.

Le dimensioni della struttura organizzativa sono leggermente superiori alla media del settore. Le superfici dedicate all'attività si articolano in locali destinati a deposito e magazzino (78 mq), locali destinati alla vendita ed all'esposizione della merce (32 mq), locali destinati ad ufficio (49 mq) e locali destinati ad assistenza tecnica e laboratorio (27 mq).

La tipologia di vendita prevalente è quella sul territorio (68% dei ricavi).

Le modalità d'acquisto adottate dagli appartenenti al cluster sono sia da importatori/concessionari di marche estere (41%) che da imprese produttrici in Italia (26% degli acquisti), nonché, per il 24% degli acquisti, da altri grossisti.

Nel 34% dei casi il rapporto con le aziende fornitrici è regolato da contratti di concessione esclusiva.

La tipologia di clientela è rappresentata da imprenditori individuali (49% dei ricavi), enti pubblici e privati (20%) e da esercenti arti e professioni (14%).

L'area di mercato prevalente è quella provinciale (49% dei casi).

La dotazione di beni strumentali comprende mediamente 1-2 autovetture, 2 automezzi con massa complessiva a pieno carico fino a 3.5 t, 24 m lineari di scaffali e 3 computer.

CLUSTER 3 - ESERCIZI COMMERCIALI ALL'INGROSSO DI GRANDI DIMENSIONI CON FOCALIZZAZIONE DELL'ASSORTIMENTO NEL COMPARTO INFORMATICO

NUMEROSITÀ: 127

Le imprese del cluster in esame sono in prevalenza società di capitali (87% dei soggetti) che impiegano mediamente 11 addetti, di cui 10 dipendenti.

La struttura organizzativa, di dimensioni nettamente superiori alla media del settore, è ampia ed articolata: oltre ai locali dedicati al magazzino (161 mq), a quelli destinati alla vendita ed esposizione della merce (50 mq), a quelli destinati ad assistenza tecnica e laboratorio (66 mq), sono presenti anche locali destinati ad ufficio con una superficie media di 177 mq che risulta essere quella più estesa riscontrata tra i cluster.

La tipologia di vendita è sul territorio (80% dei ricavi) ed è anche presente una rete di vendita costituita da 3 agenti che presidiano un ampio territorio (le aree di mercato prevalenti sono, nel 36% dei casi fino a tre regioni, ed oltre tre regioni nel 35%).

L'approvvigionamento avviene in gran parte da importatori/concessionari di marche estere (34% degli acquisti). Altre quote consistenti degli acquisti vengono effettuate da imprese produttrici italiane (30%) e da altri grossisti per il 23%.

Nel 32% dei casi il rapporto con le aziende fornitrici è regolato da contratti di concessione esclusiva.

Il mix dell'assortimento offerto è costituito per il 30% da hardware, per il 12% da fotocopiatrici, riproduttori e fax, per il 6% da materiale chimico di consumo. Anche in questo caso l'assortimento è esteso ad altre merceologie e servizi dai quali deriva il 52% dei ricavi.

I principali servizi offerti sono l'assistenza tecnica e la consulenza informatica dai quali derivano rispettivamente il 15% ed il 5% dei ricavi. Nella maggior parte dei casi sono presenti anche servizi di permuta e ritiro dell'usato, assemblaggio ed installazione e consegna al destinatario.

La tipologia di clientela è rappresentata da imprenditori individuali (56% dei ricavi) e da enti pubblici e privati (15%).

La dotazione di beni strumentali comprende mediamente 3 autovetture, 4 automezzi con massa complessiva a pieno carico fino a 3.5 t, 66 m lineari di scaffali e 12 computer.

CLUSTER 4 - ESERCIZI COMMERCIALI ALL'INGROSSO DI PICCOLE DIMENSIONI SPECIALIZZATI NEL COMPARTO DEI PRODOTTI INFORMATICI

NUMEROSITÀ: 397

La natura giuridica prevalente tra le imprese del cluster è la società (di capitali per il 61% dei soggetti e di persone per il 25%). Le imprese in questione hanno in media 3 o 4 addetti, di cui 3 dipendenti.

La struttura organizzativa è di dimensioni ridotte e privilegia i locali destinati ad ufficio (78 mq) rispetto a quelli destinati al magazzino (27 mq), mentre i locali adibiti specificamente all'attività di vendita sono presenti solo nel 25% dei casi.

La modalità di vendita prevalente è sul territorio (68% dei ricavi).

Gli acquisti sono ripartiti tra altri grossisti (37%), imprese produttrici italiane (28% degli acquisti) e importatori o concessionari di marche estere (26%).

L'assortimento è tra i più specializzati ed è composto principalmente da hardware (39% dei ricavi), programmi di gestione trasmissione dati (15%) ed altro software (9%). Sono presenti inoltre un servizio di assistenza tecnica dal quale deriva il 12% dei ricavi ed un servizio di consulenza informatica e formazione che apporta il 12% dei ricavi. La maggior parte dei soggetti appartenenti al cluster effettua inoltre un servizio di assemblaggio ed installazione e di consegna al destinatario. Nel 28% dei casi si effettua anche la permuta e il ritiro dell'usato.

La tipologia di clientela è rappresentata da imprenditori individuali, società commerciali e non (56% dei ricavi), esercenti arti e professioni (12%) e da enti pubblici e privati, scuole e comunità (12%).

L'area di mercato è ampia (nel 47% dei casi si estende fino a tre regioni).

La dotazione di beni strumentali è costituita mediamente da 1-2 autovetture, 1 automezzo con massa complessiva a pieno carico fino a 3.5 t, 16 m lineari di scaffali e 6 computer.

CLUSTER 5 - ESERCIZI COMMERCIALI ALL'INGROSSO CON VENDITA AL BANCO DI PICCOLE DIMENSIONI CON ASSORTIMENTO FOCALIZZATO SUL COMPARTO DEI PRODOTTI INFORMATICI

NUMEROSITÀ: 788

E' questo il cluster che presenta la maggiore numerosità.

Per quanto riguarda la natura giuridica, le imprese appartenenti al gruppo si ripartiscono tra ditte individuali (35% dei soggetti), società di persone (34%) e società di capitali (28%). Il numero medio di addetti è pari ad 1.

La superficie dei locali destinati a magazzino risulta inferiore alla media del settore ed è di circa 31 mq; sono presenti locali dedicati ad uffici (24 mq) e anche locali adibiti specificamente all'attività di vendita (19 mq).

La modalità di vendita principale è al banco (47% dei ricavi).

Gli acquisti sono ripartiti prevalentemente tra altri grossisti (49% degli acquisti) ed importatori o concessionari di marche estere (21%).

L'assortimento è tra i più specializzati ed è composto soprattutto da hardware (43% dei ricavi). E' inoltre presente un servizio di assistenza tecnica dal quale deriva il 10% dei ricavi. La maggior parte dei soggetti appartenenti al cluster effettua un servizio di assemblaggio ed installazione e la consegna al destinatario.

La tipologia di clientela è rappresentata da imprenditori individuali, società commerciali e non (48% dei ricavi), enti pubblici e privati, scuole e comunità (18%) ed esercenti arti e professioni (13% dei ricavi).

L'area di mercato è limitata (nel 50% dei casi provinciale).

La dotazione di beni strumentali comprende 1 autovettura, 1 automezzo con massa complessiva a pieno carico fino a 3.5 t (indicato solo nel 40% dei casi), 13 m lineari di scaffali e 2 computer.

CLUSTER 6 - ESERCIZI COMMERCIALI ALL'INGROSSO CON ASSORTIMENTO FOCALIZZATO SUL COMPARTO DEI PRODOTTI PER L'INFORMATICA CON VENDITA AL DETTAGLIO

NUMEROSITÀ: 236

Le imprese appartenenti al cluster in esame sono prevalentemente società (di capitali nel 54% dei casi e di persone nel 33%) ed impiegano in media 5 addetti, di cui 4 dipendenti.

Si tratta di esercizi che si contraddistinguono per l'aver affiancato all'attività di commercio all'ingrosso quella di commercio al dettaglio con apposita licenza. Per il 92% dei soggetti appartenenti al cluster, infatti, il 21% dei ricavi derivano dalla vendita al dettaglio.

La struttura organizzativa per la vendita all'ingrosso è costituita da magazzini (85 mq circa), locali adibiti alla vendita ed esposizione della merce (76 mq in media) e uffici (56 mq), mentre per quella al dettaglio sono presenti 72 mq circa di locali destinati alla vendita ed esposizione della merce, 9 metri lineari di vetrine e nel 25% dei casi è presente un magazzino dedicato (31 mq).

La tipologia di vendita è sia al banco (33% dei ricavi) che sul territorio (32%), oltre che al dettaglio con licenza (19%).

Gli acquisti sono effettuati prevalentemente presso ditte produttrici italiane (32% degli acquisti), importatori o concessionari di marche estere (30%) ed altri grossisti (30%). Nel 31% dei casi il rapporto con le aziende fornitrici è regolato da contratti di concessione esclusiva.

L'assortimento dei prodotti è costituito principalmente da hardware (38% dei ricavi) e fotocopiatrici (12%). E' inoltre presente un servizio di assistenza tecnica dal quale deriva l' 11% dei ricavi. La maggior parte dei soggetti appartenenti al cluster effettua inoltre la permuta e il ritiro dell'usato, la consegna al destinatario, ed un servizio di assemblaggio ed installazione.

La tipologia di clientela è rappresentata da imprenditori individuali, società commerciali e non (44% dei ricavi), enti pubblici e privati, scuole e comunità (16%), consumatori privati (13% dei ricavi), ed esercenti arti e professioni (11%).

L'area di mercato è per il 51% dei casi provinciale.

La dotazione di beni strumentali comprende 2 autovetture, 3 automezzi con massa complessiva a pieno carico fino a 3.5 t, 47 m lineari di scaffali e 5 computer.

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 venduto⁴ dichiarato negativo;
- costi e spese dichiarati nel quadro M superiori ai ricavi dichiarati.

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

- **rotazione del magazzino** = costo del venduto / giacenza media⁵;
- **marginale operativo lordo sulle vendite** = margine operativo lordo⁶ * 100 / ricavi;
- **valore aggiunto per addetto** = valore aggiunto⁷ / (numero addetti⁸ * 1000).

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 Costo del venduto = Esistenze iniziali + Acquisti di merci e materie prime - Rimanenze finali.

⁵ Giacenza media = (Esistenze iniziali + Rimanenze finali) / 2.

⁶ Margine operativo lordo = (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).

⁷ Valore aggiunto = (Ricavi - Costo del venduto - Spese per acquisti di servizi - Costo per la produzione di servizi).

⁸ Le frequenze relative ai dipendenti sono normalizzate all'anno in base alle giornate retribuite.

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

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

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

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

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

- dal 3° al 19° ventile, per tutti i cluster .

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

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

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

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

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

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

APPLICAZIONE DEGLI STUDI DI SETTORE ALL'UNIVERSO DEI CONTRIBUENTI

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

- l'Analisi Discriminante⁹;
- 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.

⁹ 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

SM41U

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3
Costo del venduto	1,0352	1,1337	1,0512
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	0,9661	0,9800	1,1813
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	1,3941	1,1842	1,1184
Radice quadrata del valore dei beni strumentali	64,3500	88,6443	150,2309
Associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa (numero)	9.623,0617	7.236,8974	2.2808,4847
Soci con occupazione prevalente nell'impresa (numero)	9.623,0617	7.236,8974	2.2808,4847
Collaboratore dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	9.623,0617	7.236,8974	-
Costo del venduto "Quota fino a 135.000 euro"	0,2446	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 150.000 euro"	-	0,1262	-
Costo del venduto "Quota fino a 263.000 euro"	-	-	-
Costo del venduto relativo alla tipologia dell'offerta "Noleggio"	-	0,1745	-
Costo del venduto relativo alla tipologia dell'offerta "Assistenza tecnica"	-	-	0,2869
Costo del venduto relativo alla tipologia dell'offerta "Consulenza informatica e formazione"	-	-	0,3467
Costo del venduto relativo alla tipologia dell'offerta "Altro software diverso da programmi gestionali e trasmissione dati"	-	-	-
Costo del venduto relativo alla tipologia dell'offerta "Arredo (scrivanie, armadietti, cassettiere, etc.)"	-	-	-
Costo del venduto relativo alla tipologia della clientela "Privati"	-	0,0748	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

SM41U

VARIABILI	CLUSTER 4	CLUSTER 5	CLUSTER 6
Costo del venduto	1,1174	1,0941	1,0552
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	0,9795	1,0459	0,8660
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	1,2800	1,1190	1,2253
Radice quadrata del valore dei beni strumentali	84,2577	109,0953	153,8377
Associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa (numero)	-	1.1219,3945	1.4347,5296
Soci con occupazione prevalente nell'impresa (numero)	-	1.1219,3945	1.4347,5296-
Collaboratore dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	-	1.1219,3945	1.4347,5296-
Costo del venduto "Quota fino a 135.000 euro"	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 150.000 euro"	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 263.000 euro"	0,1138	-	-
Costo del venduto relativo alla tipologia dell'offerta "Noleggio"	-	-	-
Costo del venduto relativo alla tipologia dell'offerta "Assistenza tecnica"	0,1475	0,2095	-
Costo del venduto "Quota relativa alla consulenza informatica e formazione"	-	-	-
Costo del venduto relativo alla tipologia dell'offerta "Altro software diverso da programmi gestionali e trasmissione dati"	-	-	0,4032
Costo del venduto relativo alla tipologia dell'offerta "Arredo (scrivanie, armadietti, cassettiere, etc.)"	-	-	0,3781
Costo del venduto relativo alla tipologia della clientela "Privati"	-	-	-

– Le variabili contabili vanno espresse in euro.

ALLEGATO 1.B

VARIABILI DELL'ANALISI DISCRIMINANTE

QUADRO A:

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

QUADRO B:

- Mq locali destinati a deposito/ magazzino
- Mq locali per la vendita e l'esposizione della merce
- Mq locali adibiti alla vendita al dettaglio e all'esposizione interna della merce
- Scaffalature (in metri lineari)
- Esposizione fronte strada (in metri lineari)
- Mq locali destinati a deposito/ magazzino se specificamente per il dettaglio

QUADRO G:

- Tipologia di vendita: Ingrosso con vendita al banco - % sui ricavi
- Tipologia di vendita: Ingrosso con vendita sul territorio (tramite venditori) - % sui ricavi
- Tipologia di vendita: Dettaglio - % sui ricavi
- Tipologia di vendita: Programmi gestionali e trasmissione dati - % sui ricavi
- Tipologia di vendita: Altro software diverso dal rigo precedente - % sui ricavi
- Tipologia di vendita: Calcolatrici, registratori di cassa - % sui ricavi
- Tipologia di vendita: Fotocopiatrici, fotoriproduttori, fax - % sui ricavi
- Tipologia di vendita: Consulenza informatica e formazione - % sui ricavi
- Tipologia di vendita: Assistenza tecnica - % sui ricavi
- Tipologia di vendita: Noleggio - % sui ricavi
- Tipologia clientela: Commercianti al dettaglio - % sui ricavi

QUADRO H:

- Modalità organizzativa: Concessionario/esclusivista di un produttore
- Addetti all'attività di vendita: Agenti/rappresentanti – Non dipendenti – numero
- Costi e spese specifici: Costi sostenuti per provvigioni di vendita e rimborsi spese
- Costi e spese specifici: Spese per servizi diretti alla propria clientela e affidati a terzi
- Costi e spese specifici: Spese per i collaboratori coordinati e continuativi