

ALLEGATO 6

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

STUDIO DI SETTORE SM83U

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

CRITERI PER LA COSTRUZIONE DELLO STUDIO DI SETTORE

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

Oggetto dello studio è l'attività economica:

- 51.55.0 – Commercio all'ingrosso di prodotti chimici.

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 SM83).

Il numero dei questionari inviati è stato pari a 1.991. I questionari restituiti sono stati 1.541, pari al 77,4% degli inviati.

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

Tali analisi hanno comportato, ai fini della definizione dello studio, lo scarto di 499 questionari, pari al 32,4% 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 di mercati serviti (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia di 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 1.042.

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;

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.

- 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, alla diversa tipologia di prodotti venduti e/o mercati serviti, 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 undici gruppi omogenei di imprese.

DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Lo studio analizza il comparto del commercio all'ingrosso di prodotti chimici. L'analisi ha evidenziato una specializzazione delle attività per tipologia dell'offerta e/o tipologia di mercati serviti. In particolare è emerso che le aziende operano principalmente nei seguenti settori:

- gomma e materie plastiche (cluster 1);
- tessile e conciario (cluster 2 e 4);
- prodotti vernicianti (cluster 3);
- chimica di base (cluster 5);
- prodotti per l'agricoltura (cluster 6 e 10);
- antinquinamento e trattamento delle acque (cluster 8);
- detergenza (cluster 9);
- reagenti e/o strumentazione per ricerca e diagnostica (cluster 11).

In alcuni casi le aziende sono despecializzate nel senso che servono più mercati o distribuiscono più prodotti (cluster 7).

Nell'ambito delle aziende specializzate nella commercializzazione di coloranti e ausiliari per l'industria tessile e della concia si rileva un gruppo di aziende (cluster 2) di maggiori dimensioni e che si caratterizza per la presenza di strutture destinate alla produzione e/o alla ricerca le quali consentono la personalizzazione del prodotto offerto.

Il fattore dimensionale consente inoltre di individuare, nell'ambito delle imprese specializzate nella commercializzazione di prodotti per l'agricoltura, un gruppo di aziende più strutturate in termini di addetti e di locali adibiti all'esercizio dell'attività (cluster 6).

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

In considerazione di quanto visto, gli elementi che hanno maggiormente contribuito a determinare i modelli di business sono i seguenti:

- tipologia dell'offerta;
- tipologia di mercato servito;
- dimensione e articolazione della struttura organizzativa.

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

CLUSTER 1 – GROSSISTI SPECIALIZZATI NEL SETTORE DELLE MATERIE PLASTICHE E DELLA GOMMA

NUMEROSITÀ: 58

Questo cluster è caratterizzato dalla presenza di imprese che ottengono la maggior parte dei ricavi dalla vendita di prodotti chimici destinati al mercato delle materie plastiche e della gomma (61% dei ricavi). Il mix di prodotti offerti è costituito principalmente da materie plastiche ed ausiliari (69% dei ricavi) e resine, cere, gomme naturali, sintetiche e affini (17%).

Il cluster è formato quasi esclusivamente da società: in particolare si tratta per il 74% dei casi di società di capitali e per il 21% dei casi di società di persone. Nell'attività sono mediamente coinvolti 3 addetti di cui un dipendente.

Gli spazi destinati all'esercizio dell'attività comprendono locali destinati a deposito/magazzino (206 mq) e locali destinati ad uffici (76 mq).

La modalità di vendita prevalente è l'ingrosso con vendita sul territorio (76% dei ricavi). Una parte dei ricavi deriva da provvigioni per intermediazione/vendita conto terzi o conto deposito (10%).

La clientela è costituita prevalentemente da imprese manifatturiere (77% dei ricavi) ed in parte da altri grossisti (10%). L'area di mercato è di carattere nazionale ed internazionale (31% dei casi nell'ambito U.E. e 24% nell'ambito extra U.E.).

Gli acquisti vengono effettuati presso imprese produttrici nazionali (42% degli acquisti), imprese di produzione e/o commerciali estere (31%) e altri grossisti italiani (22%).

CLUSTER 2 – GROSSISTI DI GRANDI DIMENSIONI SPECIALIZZATI NEL SETTORE TESSILE E CONCIARIO

NUMEROSITÀ: 28

Il cluster è formato da imprese operanti prevalentemente nel mercato tessile e conciario (72% dei ricavi). Coerentemente con la specializzazione, i prodotti maggiormente venduti sono coloranti ed ausiliari per l'industria tessile (52% dei ricavi).

Le imprese appartenenti al cluster svolgono anche attività di trasformazione dei prodotti trattati: il 29% dei ricavi deriva infatti dalla produzione di miscele. Oltre a laboratori di analisi (che occupano in media 112 mq) sono presenti locali destinati alla produzione di miscele o ad altre lavorazioni (134 mq).

Al cluster appartengono imprese di grandi dimensioni che operano quasi esclusivamente sotto forma di società di capitali (93% dei casi). Nell'attività sono mediamente coinvolti 9 addetti, di cui 7 dipendenti. Tra questi figurano 2 addetti alla produzione/miscelazione e un addetto all'analisi chimica.

Le dimensioni dei locali destinati allo svolgimento dell'attività sono superiori a quelle mediamente rilevate nel settore: i locali destinati a deposito/magazzino occupano 524 mq e gli uffici 134 mq. Sono inoltre presenti spazi all'aperto destinati alle operazioni di carico e scarico merci (350 mq).

La tipologia di vendita prevalente è l'ingrosso con vendita sul territorio (70% dei ricavi); si servono di 4 agenti plurimandatari (nel 39% dei casi) o di un agente monomandatario (nel 18% dei casi).

Coerentemente con la specializzazione merceologica, la clientela è costituita principalmente da imprese manifatturiere (80% dei ricavi). L'area di mercato si estende dalla regione all'intero territorio nazionale. In un elevato numero di casi, i clienti si trovano anche al di fuori dei confini nazionali (43% dei casi nell'ambito U.E. e 57% dei casi nell'ambito extra U.E.).

L'approvvigionamento avviene prevalentemente presso produttori nazionali (49% degli acquisti) e aziende di produzione e/o commerciali estere (34%). Un quarto dei soggetti è concessionario/esclusivista di un produttore.

Tutti i soggetti appartenenti al cluster offrono il servizio di consegna al destinatario; in media sono presenti 2-3 automezzi commerciali.

I beni strumentali a disposizione delle imprese comprendono 3 miscelatori/mescolatori e 4 serbatoi/cisterne per elementi liquidi.

CLUSTER 3 – GROSSISTI SPECIALIZZATI NEL SETTORE DEI PRODOTTI VERNICIANTI

NUMEROSITÀ: 59

Le imprese appartenenti al cluster sono specializzate nell'offerta di prodotti vernicianti: vernici, smalti, inchiostri, colle e adesivi (55% dei ricavi) e resine, cere, gomme naturali sintetiche e affini (10%).

Si tratta di società di capitali nel 66% dei casi, di società di persone nel 24% dei casi e di ditte individuali nel rimanente 10% dei casi. Dei 3 addetti complessivamente impiegati nell'attività uno è dipendente.

Per lo svolgimento dell'attività dispongono di locali destinati a deposito/magazzino (216 mq) e uffici (47 mq).

La modalità di vendita prevalente è l'ingrosso con vendita sul territorio (76% dei ricavi); sono presenti 5 agenti plurimandatari (nel 29% dei casi). Una parte dei ricavi deriva dalla vendita in sede (20%).

Le vendite sono rivolte prevalentemente alle imprese manifatturiere (55% dei ricavi) e, in misura minore, ad altri grossisti (16%). L'area di mercato coincide generalmente con l'intero territorio nazionale; in un elevato numero di casi i clienti si trovano anche al di fuori dei confini nazionali (32% dei casi nell'ambito U.E. e 32% dei casi nell'ambito extra U.E.).

Gli appartenenti al cluster si riforniscono principalmente dalle imprese produttrici italiane (51% degli acquisti), ma si rivolgono anche ad imprese di produzione e/o commerciali estere (31%).

CLUSTER 4 – GROSSISTI SPECIALIZZATI NEL SETTORE TESSILE E CONCIARIO

NUMEROSITÀ: 71

Il cluster è formato da imprese che operano nel mercato tessile e conciario (96% dei ricavi).

Le imprese del cluster sono prevalentemente società di capitali (73% dei casi) e nell'attività risultano mediamente occupati 3 addetti di cui 2 dipendenti.

Le dimensioni dei locali destinati allo svolgimento dell'attività sono nella media rispetto a quelle rilevate nel settore: i depositi/magazzini occupano 223 mq e gli uffici 51 mq.

Occupandosi principalmente di coloranti per l'industria tessile (84% dei ricavi), la clientela è formata principalmente da imprese manifatturiere (81% dei ricavi). L'area di mercato è di carattere nazionale ed internazionale (23% dei casi nell'ambito U.E. e 37% dei casi nell'ambito extra U.E.).

La tipologia di commercializzazione prevalente è l'ingrosso con vendita sul territorio (65% dei ricavi) ma una parte rilevante delle vendite (30%) viene effettuata in sede.

Il principale canale di approvvigionamento è rappresentato dai produttori italiani (60% degli acquisti).

CLUSTER 5 – GROSSISTI SPECIALIZZATI NEL SETTORE DELLA CHIMICA DI BASE

NUMEROSITÀ: 107

Il cluster è formato da operatori specializzati nella distribuzione di prodotti della chimica di base (61% dei ricavi), prevalentemente destinati ad ulteriore trasformazione da parte delle aziende chimiche (44% dei ricavi) e petrolchimiche (5%).

Si tratta principalmente di società di capitali (68% dei casi) in cui risultano occupati 3 addetti di cui 2 dipendenti.

Le strutture in cui viene svolta l'attività sono costituite da locali destinati a deposito/magazzino (205 mq) e uffici (66 mq).

I prodotti sono destinati principalmente alle imprese manifatturiere (55% dei ricavi) oppure ad altri grossisti (17%).

La distribuzione dei prodotti avviene sia all'ingrosso con vendita sul territorio (54% dei ricavi) che in sede (41%). L'area di mercato si estende dalla regione all'intero territorio nazionale.

Per l'approvvigionamento dei prodotti si rivolgono tanto ai produttori nazionali (43% degli acquisti) quanto alle imprese di produzione e/o commerciali estere (29%).

CLUSTER 6 – GROSSISTI DI GRANDI DIMENSIONI CHE OPERANO PREVALENTEMENTE NEL SETTORE AGRICOLO E DEL GIARDINAGGIO

NUMEROSITÀ: 56

Il cluster raggruppa imprese di grandi dimensioni che operano prevalentemente nella distribuzione di prodotti per il mercato agricolo e del giardinaggio (47% dei ricavi) e zootecnico (4%).

La vendita dei prodotti avviene per la maggior parte in sede (59% dei ricavi) ma si effettua anche la vendita sul territorio (33%), per la quale si dispone di 3-4 agenti non esclusivi (nel 23% dei casi).

Le dimensioni dei locali destinati allo svolgimento dell'attività sono superiori a quelle mediamente rilevate nel settore: i depositi/magazzini occupano 1.346 mq, gli uffici 119 mq e gli spazi all'aperto per il carico e scarico delle merci 1.340 mq. Poiché effettuano la vendita in sede sono presenti anche locali destinati all'esposizione e alla vendita della merce (305 mq nel 59% dei casi).

Le imprese appartenenti al cluster sono in prevalenza società di capitali (64% dei casi) e società di persone (29%). Tra i 7 addetti (di cui 5 dipendenti) complessivamente occupati nell'attività sono presenti un magazziniere e 2 venditori diretti (nel 30% dei casi).

Data la natura dei prodotti trattati, la tipologia di clientela prevalente è costituita dai produttori agricoli (42% dei ricavi) e dalle imprese manifatturiere (20%). L'area di mercato si estende dalla provincia all'intero territorio nazionale.

La principale fonte di approvvigionamento è rappresentata dai produttori (53% degli acquisti) e dai grossisti (18%) nazionali.

I soggetti appartenenti al cluster dispongono in media di 2 automezzi commerciali e 1-2 automezzi con portata superiore a 3,5 tonnellate.

CLUSTER 7 – GROSSISTI DESPECIALIZZATI

NUMEROSITÀ: 261

Le aziende appartenenti al cluster si caratterizzano per un'offerta non specializzata, nel senso che commercializzano prodotti destinati a più settori: edilizio (9% dei ricavi), elettrico e meccanico (9%), alimentare (8%), zootecnico (8%), farmaceutico (7%), altri mercati (28%).

Per lo svolgimento dell'attività dispongono di locali destinati a magazzino/deposito (130 mq) e uffici (50 mq).

Il cluster comprende sia società di capitali (56% dei casi) che altre tipologie di imprese: società di persone (23%) e ditte individuali (21%). Le aziende occupano in media 3 addetti di cui un dipendente.

Tra le modalità di vendita prevale l'ingrosso con vendita sul territorio (68% dei ricavi). La tipologia di clientela è costituita da imprese manifatturiere (47% dei ricavi), artigiani (12%) e grossisti (11%). L'area di mercato si estende dalla regione all'intero territorio nazionale.

Le aziende appartenenti al cluster ricorrono a più fonti di approvvigionamento: produttori nazionali (45% degli acquisti), imprese di produzione e/o commercializzazione estere (24%) e grossisti nazionali (20%).

CLUSTER 8 – GROSSISTI SPECIALIZZATI NEL SETTORE DELL'ANTINQUINAMENTO E TRATTAMENTO DELLE ACQUE

NUMEROSITÀ: 53

Il cluster raggruppa le imprese specializzate nella distribuzione di prodotti antinquinamento e per il trattamento delle acque (66% dei ricavi). I principali mercati serviti sono quello ambientale e della depurazione (42% dei ricavi), quello tessile/conciario (9%) e quello automobilistico (7%).

La maggior parte delle aziende appartenenti al cluster sono società di capitali (55% dei casi). Le rimanenti sono quasi equamente suddivise tra società di persone (21%) e ditte individuali (24%). Nell'attività sono coinvolti 3 addetti di cui 2 dipendenti.

La struttura di vendita è costituita da locali destinati a deposito/magazzino (213 mq) e uffici (52 mq).

La modalità di vendita prevalente è l'ingrosso con vendita sul territorio (72% dei ricavi). Tra le tipologie di clientela rientrano le imprese manifatturiere (30% dei ricavi), gli enti pubblici e privati (21%) ed altri grossisti (17%). L'area di mercato si estende dalla regione all'intero territorio nazionale.

I principali fornitori dei prodotti commercializzati sono produttori (42% degli acquisti) e grossisti (30%) nazionali.

CLUSTER 9 – GROSSISTI SPECIALIZZATI NEL SETTORE DELLA DETERGENZA

NUMEROSITÀ: 133

Al cluster appartengono le imprese specializzate nella commercializzazione di prodotti sgrassanti e detergenti (56% dei ricavi) destinati al mercato automobilistico (48% dei ricavi) e della detergenza (13%).

Si tratta di imprese di piccole dimensioni, spesso condotte in forma di ditta individuale (44% dei casi), che operano con una struttura di dimensioni contenute sia in termini di risorse (in media 2 addetti) che di spazi disponibili: i locali destinati a deposito/magazzino occupano in media 145 mq e gli uffici 25 mq.

La modalità di commercializzazione prevalente è l'ingrosso con vendita sul territorio (72% dei ricavi). I principali clienti delle aziende del cluster sono artigiani (37% dei ricavi), seguiti dalle imprese manifatturiere (19%) e dai commercianti al dettaglio (18%). L'area di mercato è prevalentemente provinciale e regionale.

Il principale canale di approvvigionamento è rappresentato dai produttori nazionali presso cui effettuano il 73% degli acquisti. Un quarto dei soggetti è concessionario/esclusivista di un produttore.

I soggetti appartenenti al cluster dispongono di un automezzo commerciale.

CLUSTER 10 – GROSSISTI SPECIALIZZATI NEL SETTORE AGRICOLO E DEL GIARDINAGGIO

NUMEROSITÀ: 181

I soggetti appartenenti al cluster si caratterizzano per la distribuzione di prodotti destinati quasi esclusivamente al mercato agricolo e del giardinaggio (94% dei ricavi).

Le strutture sono formate da locali destinati a deposito/magazzino (190 mq), uffici (27 mq) e spazi all'aperto per il carico e scarico della merce (172 mq). In alcuni casi sono presenti anche piccoli locali destinati alla vendita al dettaglio; infatti, una parte dei ricavi deriva da tale tipologia di vendita (21% per il 40% dei soggetti).

Le imprese appartenenti al cluster sono suddivise quasi equamente tra società di capitali (30% dei casi), società di persone (31%) e ditte individuali (39%) ed occupano mediamente 2 addetti.

La commercializzazione avviene prevalentemente attraverso l'ingrosso con vendita in sede (58% dei ricavi). Essendo specializzate nel settore agricolo, per le aziende appartenenti al cluster la principale tipologia di clientela è costituita dai produttori agricoli (65% dei ricavi). L'area di mercato si estende dalla provincia alle regioni limitrofe.

Per l'approvvigionamento di merce ricorrono a produttori (50% degli acquisti) e grossisti (22%) nazionali.

I soggetti appartenenti al cluster dispongono di un automezzo commerciale.

CLUSTER 11 – GROSSISTI SPECIALIZZATI NEL SETTORE DEI REAGENTI E/O STRUMENTAZIONE PER RICERCA E DIAGNOSTICA

NUMEROSITÀ: 28

Al cluster appartengono aziende specializzate nel commercio di reagenti e/o strumentazione per ricerca e diagnostica (83% dei ricavi) che servono il mercato ospedaliero/universitario e dei laboratori di analisi (74% dei ricavi) e quello farmaceutico (13%).

Per l'esercizio dell'attività dispongono di locali destinati a deposito/magazzino (126 mq) e uffici (116 mq).

Si tratta in prevalenza di società di capitali (71% dei casi) in cui risultano occupati 5 addetti di cui 3 dipendenti.

Coerentemente con la specializzazione, la clientela è formata prevalentemente da enti pubblici e privati (58% dei ricavi), oltre che da imprese di produzione (19%). L'area di mercato è prevalentemente nazionale.

La modalità di commercializzazione prevalente è l'ingrosso con vendita sul territorio (85% dei ricavi). Si avvalgono di 3-4 agenti monomandatari (nel 21% dei casi) e di 4-5 agenti plurimandatari (nel 46% dei casi).

I principali fornitori sono produttori o grossisti nazionali (54% degli acquisti), anche se la quota di acquisti effettuati presso produttori o distributori stranieri (38%) è superiore alla media del settore. Un quarto dei soggetti è concessionario/esclusivista di un produttore.

Per quanto riguarda i beni strumentali dispongono (nel 50% dei casi) di 1-2 celle refrigeranti.

DEFINIZIONE DELLA FUNZIONE DI RICAVO

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

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

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

In particolare sono state escluse le imprese che presentano:

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

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

- **rotazione del magazzino** = (costo del venduto⁴ / giacenza media⁵);
- **valore aggiunto per addetto** = (ricavi - costo del venduto - spese per acquisti di servizi - costo per la produzione di servizi) / (numero addetti⁶ * 1.000);
- **marginale 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.

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 1° ventile, per i cluster 2 e 11;
- dal 2° al 19° ventile, per i cluster 1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 e 10.

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

- dal 1° ventile, per i cluster 2, e 11;
- dal 2° al 19° ventile, per i cluster 1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 e 10.

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

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 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 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

- dal 1° ventile, per i cluster 2 e 11;
- dal 2° al 19° ventile, per i cluster 1, 3, 6 e 8;
- dal 3° al 19° ventile, per i cluster 4, 5, 7, 9 e 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 6.A vengono riportate le variabili ed i rispettivi coefficienti della “funzione di ricavo”.

APPLICAZIONE DEGLI STUDI DI SETTORE ALL’UNIVERSO DEI CONTRIBUENTI

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

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

Nell’allegato 6.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 6.A

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

SM83U

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4
Costo del venduto	1,0910	1,0679	-	1,0505
Costo del venduto "Quota fino a 100.000 euro"	-	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 230.000 euro"	-	-	1,1746	-
Costo del venduto "Quota eccedente i 230.000 euro"	-	-	1,1137	-
Costo del venduto "Quota fino a 300.000 euro"	-	-	-	-
Costo del venduto "Quota eccedente i 300.000 euro"	-	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 330.000 euro"	-	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 650.000 euro"	-	-	-	0,2373
Costo del venduto "Quota fino a 700.000 euro"	-	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 970.000 euro"	-	-	-	-
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	0,7420	1,0276	1,5343	1,1938
Valore dei beni strumentali	0,2865	-	-	0,1372
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	1,9087	1,9885	1,3593	1,0857
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	-	-	-	-
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	-	-	-	-
Totale Mq locali destinati a laboratorio di analisi + Totale Mq locali destinati a produzione di miscele o ad altre lavorazioni	-	-	203,6665	-
Costo del venduto relativo all'offerta di prodotti della chimica fine e specialità	-	-	-	-
Costo del venduto relativo all'offerta di prodotti per l'agricoltura, fertilizzanti, antiparassitari	-	-	-	-
Costo del venduto relativo al mercato zootecnico	-	-	-	-
Costo del venduto relativo ai ricavi derivanti dalla produzione di miscele	-	0,3057	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICA VO

SM83U

VARIABILI	CLUSTER 5	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8
Costo del venduto	1,0134	1,1167	-	1,0252
Costo del venduto "Quota fino a 100.000 euro"	-	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 230.000 euro"	-	-	-	-
Costo del venduto "Quota eccedente i 230.000 euro"	-	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 300.000 euro"	-	-	1,2266	-
Costo del venduto "Quota eccedente i 300.000 euro"	-	-	1,1378	-
Costo del venduto "Quota fino a 330.000 euro"	-	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 650.000 euro"	-	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 700.000 euro"	-	-	-	0,1571
Costo del venduto "Quota fino a 970.000 euro"	0,1212	-	-	-
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	1,2379	0,9189	1,0339	0,9488
Valore dei beni strumentali	0,1880	0,2120	0,2624	-
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	1,1785	1,4256	1,1553	1,7301
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	-	21.596,1113	22.846,6288	-
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	-	21.596,1113	22.846,6288	-
Totale Mq locali destinati a laboratorio di analisi + Totale Mq locali destinati a produzione di miscele o ad altre lavorazioni	-	-	-	-
Costo del venduto relativo all'offerta di prodotti della chimica fine e specialità	0,1466	-	-	-
Costo del venduto relativo all'offerta di prodotti per l'agricoltura, fertilizzanti, antiparassitari	-	-0,0673	-	-
Costo del venduto relativo al mercato zootecnico	-	-	-0,0607	-
Costo del venduto relativo ai ricavi derivanti dalla produzione di miscele	-	-	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

SM83U

VARIABILI	CLUSTER 9	CLUSTER 10	CLUSTER 11
Costo del venduto	1,1402	1,0433	1,2338
Costo del venduto "Quota fino a 100.000 euro"	0,2051	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 230.000 euro"	-	-	-
Costo del venduto "Quota eccedente i 230.000 euro"	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 300.000 euro"	-	-	-
Costo del venduto "Quota eccedente i 300.000 euro"	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 330.000 euro"	-	0,1243	-
Costo del venduto "Quota fino a 650.000 euro"	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 700.000 euro"	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 970.000 euro"	-	-	-
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	1,2577	0,8583	0,7097
Valore dei beni strumentali	0,2123	0,2282	-
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	0,8448	1,0472	1,3302
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	15.723,2591	9.063,9819	-
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	15.723,2591	9.063,9819	-
Totale Mq locali destinati a laboratorio di analisi + Totale Mq locali destinati a produzione di miscele o ad altre lavorazioni	-	-	-
Costo del venduto relativo all'offerta di prodotti della chimica fine e specialità	-	-	-
Costo del venduto relativo all'offerta di prodotti per l'agricoltura, fertilizzanti, antiparassitari	-	-	-
Costo del venduto relativo al mercato zootecnico	-	-	-
Costo del venduto relativo ai ricavi derivanti dalla produzione di miscele	-	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

ALLEGATO 6.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 di 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 di analisi
- Mq locali destinati a produzione di miscele o ad altre lavorazioni
- Mq degli spazi all'aperto destinati alle operazioni di carico e scarico

QUADRO G:

- Tipologia dell'offerta: Prodotti chimici di base e commodities
- Tipologia dell'offerta: Sgrassanti e detergenti
- Tipologia dell'offerta: Colle, adesivi, vernici, smalti ed inchiostri
- Tipologia dell'offerta: Materie plastiche e ausiliari
- Tipologia dell'offerta: Resine, cere, gomme naturali, sintetiche e affini
- Tipologia dell'offerta: Reagenti e/o strumentazione per ricerca e diagnostica
- Tipologia dell'offerta: Coloranti e ausiliari per industrie tessili e conciarie
- Tipologia dell'offerta: Prodotti antinquinamento e per il trattamento delle acque
- Tipologia dell'offerta: Prodotti per l'agricoltura, fertilizzanti, antiparassitari
- Tipologia di mercati servita: Ospedaliero/universitario e laboratori di analisi
- Tipologia di mercati servita: Tessile e della concia
- Tipologia di mercati servita: Automobilistico e mercati collegati (carrozzerie, officine meccaniche)
- Tipologia di mercati servita: Agricolo e del giardinaggio
- Tipologia di mercati servita: Ambientale e della depurazione
- Tipologia di mercati servita: Della detergenza
- Tipologia di mercati servita: Chimico (pitture, vernici ed inchiostri)
- Tipologia di mercati servita: Chimico (gomme e materie plastiche)
- Tipologia di mercati servita: Chimico (adesivi e sigillanti)
- Tipologia di mercati servita: Petrolchimico
- Tipologia di mercati servita: Chimico (altri settori)

QUADRO H:

- Addetti all'attività d'impresa: Addetti all'analisi chimica – Dipendenti – numero giornate retribuite
- Addetti all'attività d'impresa: Addetti alla produzione/miscelazione – Dipendenti – numero giornate retribuite