

ALLEGATO 7

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

STUDIO DI SETTORE SM84U

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:

- 51.61.0 – Commercio all'ingrosso di macchine utensili per la lavorazione dei metalli e del legno;
- 51.62.0 – Commercio all'ingrosso di macchine per le costruzioni;
- 51.63.0 – Commercio all'ingrosso di macchine per l'industria tessile, di macchine per cucire e per maglieria;
- 51.65.0 – Commercio all'ingrosso di altre macchine per l'industria, il commercio e la navigazione;
- 51.66.0 – Commercio all'ingrosso di macchine, accessori e utensili agricoli, inclusi i trattori.

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 SM84).

Il numero dei questionari inviati è stato pari a 7.402. I questionari restituiti sono stati 5.683, pari al 76,8% degli inviati.

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

	Numero questionari inviati	Numero questionari restituiti	% sul totale questionari inviati
51.61.0 – Commercio all'ingrosso di macchine utensili per la lavorazione dei metalli e del legno	1.427	1.151	80,7
51.62.0 – Commercio all'ingrosso di macchine per le costruzioni	647	470	72,6
51.63.0 – Commercio all'ingrosso di macchine per l'industria tessile, di macchine per cucire e per maglieria	544	451	82,9
51.65.0 – Commercio all'ingrosso di altre macchine per l'industria, il commercio e la navigazione	3.560	2.634	74,0
51.66.0 – Commercio all'ingrosso di macchine, accessori e utensili agricoli, inclusi i trattori	1.224	977	79,8
TOTALE	7.402	5.683	76,8

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 1.604 questionari, pari al 28,2% 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 di offerta (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative all'ambito di utilizzo dei prodotti commercializzati (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia della clientela (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative alle modalità d'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 4.079.

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, 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.

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.

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 di macchinari utilizzati da imprese, che possono essere, sia di produzione (lavorazione del legno, aziende tessili, ecc.) che di servizi (costruzioni, trasporti, commercio e agricole). Non sono rari comunque i casi di aziende che vendono al dettaglio, alcuni esempi sono rappresentati dalle macchine utilizzate per il giardinaggio e l'hobbistica.

I fattori che caratterizzano principalmente le realtà oggetto di analisi sono:

- Servizi offerti;
- Ambito di utilizzo dei prodotti venduti;
- Modalità organizzativa.

Il fattore servizi offerti ha consentito di identificare i cluster delle imprese con una vasta offerta di servizi accessori, tra cui i più rilevanti sono collaudo, installazione, consulenza tecnica e formazione (cluster 2, 4, 5 e 7).

Il settore di utilizzo dei prodotti venduti ha contraddistinto quelle realtà specializzate in uno specifico settore (cluster 1, 2, 6, 7, 9 e 10) dall'ingrosso despecializzato (cluster 3, 4 e 8).

La modalità organizzativa ha permesso di individuare le imprese operanti prevalentemente su territorio tramite venditori/ agenti (cluster 5 e 8).

Nelle successive descrizioni dei cluster emersi dall'analisi, salvo segnalazione contraria, l'indicazione di valori numerici riguarda valori medi.

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

CLUSTER 1 – GROSSISTI SPECIALIZZATI NELLA VENDITA DI MACCHINARI PER L'EDILIZIA

NUMEROSITÀ: 319

Questo gruppo è caratterizzato dalla presenza di imprese che ottengono la maggior parte dei ricavi dalla vendita di prodotti utilizzati nel settore edile (72% dei ricavi).

I prodotti trattati sono prevalentemente macchine (35% dei ricavi) e attrezzature (34%).

Il 64% delle imprese del cluster ha indicato di aver effettuato il noleggio di macchinari ed attrezzature, da cui deriva il 17% dei ricavi.

Al cluster appartengono sia grossisti con vendita al banco (77% dei ricavi per il 61% dei soggetti) che sul territorio tramite venditori/agenti (62% dei ricavi per il 34% dei soggetti).

Gli spazi destinati all'esercizio dell'attività si articolano in: locali destinati a deposito/ magazzino (405 mq), locali per la vendita e l'esposizione della merce (147 mq), locali destinati ad uffici (54 mq), spazi all'aperto destinati alle operazioni di carico e scarico delle merci (401 mq) e locali adibiti ad assistenza tecnica (176 mq per il 39% dei soggetti). Il cluster è formato da aziende che sono per il 74% società e per l'esattezza il 23% società di persone e il 51% società di capitali. Il personale occupato nell'attività dell'impresa è pari a 5 addetti, di cui 3 dipendenti.

La clientela è costituita quasi esclusivamente da imprese (87% dei ricavi), su un'area di mercato che va dal livello provinciale al regionale.

Gli acquisti vengono effettuati perlopiù presso imprese produttrici in Italia, sia per prodotti standard (47% degli acquisti) che commercializzati su licenza esclusiva e/o personalizzati (60% degli acquisti per il 27% dei soggetti) e grossisti (26% degli acquisti per il 48% dei soggetti).

CLUSTER 2 – GROSSISTI CHE VENDONO PREVALENTEMENTE PRODOTTI PER IL SETTORE AGRICOLO E DELL'HOBBYSTICA/GIARDINAGGIO

NUMEROSITÀ: 161

A questo cluster appartengono grossisti che vendono prevalentemente prodotti utilizzati nel settore agricolo (46% dei ricavi) e dell'hobbistica/ giardinaggio (12%). I prodotti commercializzati sono in larga parte macchine (44% dei ricavi), attrezzature (19%) e ricambi (13%).

Queste aziende, oltre ai prodotti, offrono anche dei servizi accessori quali: l'installazione (60% dei soggetti), il collaudo (71%) e la consulenza tecnica e formazione (57%). Inoltre, più rilevante rispetto agli altri cluster (19%) la percentuale di imprese che offrono la consulenza finanziaria.

Le superfici destinate allo svolgimento dell'attività sono maggiori rispetto agli altri cluster e si articolano in locali destinati a deposito/ magazzino (446 mq), locali per la vendita e l'esposizione della merce (407 mq), locali destinati ad uffici (71 mq), locali adibiti ad assistenza tecnica (179 mq), spazi all'aperto destinati alle operazioni di carico e scarico delle merci (351 mq) e locali adibiti alla vendita al dettaglio (157 mq). Il cluster è formato da aziende che sono per il 79% società. Il personale impiegato nell'attività è pari a 7-8 addetti, di cui 5 dipendenti.

Si tratta prevalentemente di grossisti con vendita al banco (53% dei ricavi) e al dettaglio (18%). Inoltre nel 52% dei casi sono concessionari di aziende di produzione.

Anche in questo cluster la clientela è rappresentata prevalentemente dalle imprese (68% dei ricavi), inoltre, coerentemente con la modalità di vendita al dettaglio, rispetto agli altri cluster spiccano i ricavi provenienti dalla clientela privata (15%). L'area di mercato va dal livello provinciale al regionale.

L'approvvigionamento avviene principalmente presso: imprese produttrici in Italia per prodotti standard (42% degli acquisti) e per prodotti commercializzati su licenza esclusiva e/o personalizzati (22%), importatori/concessionari di marche estere (16%) e altri grossisti (13%).

CLUSTER 3 – GROSSISTI CHE VENDONO PRODOTTI UTILIZZATI IN VARI SETTORI ECONOMICI

NUMEROSITÀ: 634

La gamma di prodotti offerti è rappresentata prevalentemente da macchine (40% dei ricavi), ricambi (15%), impianti (48% dei ricavi per il 17% delle imprese) e attrezzature (36% dei ricavi per il 32% delle imprese).

A questo cluster appartengono imprese che vendono prodotti commercializzati in vari ambiti tra cui spiccano la lavorazione del legno (64% dei ricavi per il 16% dei soggetti), la lavorazione metalli/meccanica (53% dei ricavi per il 22%) e il movimento terra (65% dei ricavi per il 17%).

Le modalità di vendita sono perlopiù l'ingrosso a libero servizio (91% dei ricavi per il 42% dei soggetti), l'ingrosso con vendita al banco (63% dei ricavi per il 12% dei soggetti) e l'ingrosso con vendita sul territorio (53% dei ricavi per il 12%).

Gli spazi fisici destinati all'esercizio dell'attività si articolano prevalentemente in: locali destinati a deposito e magazzino (138 mq) e locali destinati ad uffici (37 mq), mentre i locali per la vendita e l'esposizione della merce sono presenti per il 18% dei soggetti per un totale di 154 mq. Le aziende appartenenti a questo gruppo sono principalmente società sia di persone (24%) che di capitali (46%). Gli addetti all'attività dell'azienda sono 2-3, con presenza di personale dipendente nel 36% dei casi.

Il mercato di riferimento è costituito prevalentemente da imprese (77% dei ricavi), su un'area di mercato che va dal livello regionale al nazionale. Alcune aziende operano a livello internazionale, infatti il 48% dei ricavi per il 34% dei soggetti deriva dall'export.

I canali di approvvigionamento principali sono rappresentati da imprese produttrici in Italia per prodotti standard (34% degli acquisti) e a seguire imprese produttrici in Italia per prodotti commercializzati su licenza esclusiva e/o personalizzati, grossisti e imprese all'Estero.

CLUSTER 4 – GROSSISTI CON OFFERTA DIVERSIFICATA DI PRODOTTI E SERVIZI ACCESSORI

NUMEROSITÀ: 548

Le aziende appartenenti a questo gruppo affiancano all'attività di vendita l'offerta di servizi quali: l'installazione (89% dei soggetti), il collaudo (88%) e la consulenza tecnica e formazione (65%). I ricavi derivano prevalentemente dalla vendita di macchine (37% dei ricavi), ma più rilevanti rispetto agli altri cluster risultano la vendita di impianti (18%) e l'assistenza tecnica (12%).

I settori di utilizzo dei prodotti offerti sono svariati, i più rilevanti sono rappresentati dalla lavorazione del legno (60% dei ricavi per il 21% dei soggetti), la lavorazione dei metalli/meccanica (66% dei ricavi per il 35% dei soggetti) e l'alimentare.

A questo gruppo appartengono sia grossisti con vendita al banco (58% dei ricavi per il 21% dei soggetti) che a libero servizio (90% dei ricavi per il 48%).

Gli spazi fisici destinati all'esercizio dell'attività sono abbastanza contenuti e così articolati: locali destinati a deposito e magazzino (209 mq) e locali destinati ad uffici (47 mq); inoltre il 35% dei soggetti presenta 111 mq di locali adibiti ad assistenza tecnica e il 31% locali per la vendita e l'esposizione pari a 175 mq. Le aziende appartenenti a questo gruppo sono prevalentemente società (67%). Gli addetti all'attività dell'azienda sono 3-4, nel 56% dei casi è presente personale dipendente.

Il mercato di riferimento è costituito prevalentemente da imprese (84% dei ricavi), su un'area di mercato che va dal livello regionale al nazionale. Talvolta l'area di mercato si estende fino al livello internazionale, infatti per il 32% dei soggetti il 26% dei ricavi deriva dall'export.

I canali di approvvigionamento principali sono rappresentati da: imprese produttrici in Italia per prodotti standard (35% degli acquisti), imprese produttrici in Italia per prodotti commercializzati su licenza esclusiva e/o personalizzati (61% degli acquisti per il 35% dei soggetti) e seguono quelli da imprese all'Estero e grossisti.

CLUSTER 5 – GROSSISTI CON VENDITA PREVALENTEMENTE SU TERRITORIO TRAMITE VENDITORI/AGENTI E OFFERTA DI SERVIZI ACCESSORI

NUMEROSITÀ: 580

Le aziende appartenenti a questo cluster sono caratterizzate dalla presenza di vendita prevalentemente sul territorio, da cui deriva l'80% dei ricavi. Tale vendita è effettuata tramite agenti, rappresentanti o altri intermediari (3 nel 50% dei casi) e venditori diretti (dipendenti) (2 nel 34% dei casi). Inoltre queste imprese oltre a commercializzare prodotti offrono anche dei servizi accessori quali: l'installazione (93% dei soggetti), il collaudo (92%) e la consulenza tecnica e formazione (77%).

La struttura è composta principalmente da: locali destinati a deposito/magazzino (320 mq), locali destinati ad uffici (102 mq), locali adibiti ad assistenza tecnica (85 mq) e un'impresa su due ha indicato 162 mq di locali per la vendita e l'esposizione della merce. Si tratta nella maggior parte dei casi di società di capitali (69%). In termini di personale i valori sono al di sopra della media, infatti la struttura è composta da 8 addetti, di cui 5-6 dipendenti.

I prodotti commercializzati sono rappresentati perlopiù da: macchine (38% dei ricavi), attrezzature (17%), ricambi (9%), accessori (6%) e impianti (33% dei ricavi per il 34% dei soggetti); inoltre il 7% dei ricavi deriva dall'assistenza tecnica.

Al cluster appartengono sia aziende che hanno indicato come attività prevalente quella di commercio all'ingrosso di macchine utensili per la lavorazione dei metalli e del legno (27% dei soggetti) che aziende di commercio all'ingrosso di altre macchine per l'industria, il commercio e la navigazione (60%). Il 28% dei soggetti presenta quale modalità organizzativa quella del concessionario, mentre nel 27% dei casi sono concessionari esclusivisti.

La tipologia di clientela è rappresentata prevalentemente dalle imprese (83% dei ricavi). L'area di mercato di riferimento va dal livello regionale al nazionale e in alcuni casi si estende fino al livello internazionale, infatti il 14% dei ricavi per il 35% dei soggetti deriva dall'export.

Le aziende di questo gruppo si approvvigionano nella maggior parte dei casi presso imprese produttrici in Italia per prodotti standard (36% degli acquisti), imprese produttrici in Italia per prodotti commercializzati su licenza esclusiva e/o personalizzati (21%) e imprese all'Estero (20%).

CLUSTER 6 – IMPRESE DI PICCOLE DIMENSIONI SPECIALIZZATE NELLA VENDITA DI PRODOTTI PER IL SETTORE AGRICOLO

NUMEROSITÀ: 350

Questo cluster si contraddistingue per la vendita di prodotti utilizzati nell'ambito agricolo (73% dei ricavi) ai quali spesso si affiancano quelli dell'hobbistica/giardinaggio (26% dei ricavi per il 28% delle imprese).

I prodotti trattati sono prevalentemente macchine (37% dei ricavi), ricambi (28%) e attrezzature (13%).

Le superfici destinate allo svolgimento dell'attività dalle aziende appartenenti a questo gruppo, società nel 60% dei casi, sono di dimensioni contenute e si articolano in locali destinati a deposito/magazzino (211 mq), locali per la vendita e l'esposizione della merce (88 mq) e spazi all'aperto destinati alle operazioni di carico e scarico delle merci; inoltre il 37% dei soggetti presenta locali adibiti alla vendita al dettaglio pari a 67 mq. Il personale addetto all'attività dell'impresa è pari a 3-4 addetti; personale dipendente è presente nel 51% dei casi.

La modalità di vendita nettamente prevalente è rappresentata dalla vendita al banco (56% dei ricavi), alla quale un'impresa su due affianca quella al dettaglio (30% dei ricavi per il 51% dei soggetti).

La clientela di riferimento è rappresentata in larga parte da imprese (67% dei ricavi) e privati (15%), su un'area di mercato che va dal livello provinciale al regionale.

Gli approvvigionamenti vengono effettuati principalmente presso imprese produttrici in Italia per prodotti standard (36% degli acquisti), grossisti (20%) e imprese produttrici in Italia per prodotti commercializzati su licenza esclusiva e/o personalizzati (64% degli acquisti per il 37% dei soggetti).

CLUSTER 7 – GROSSISTI CHE VENDONO PREVALENTEMENTE ATTREZZATURE UTILIZZATE NEL SETTORE DEL COMMERCIO/PUBBLICI ESERCIZI

NUMEROSITÀ: 349

Questo gruppo è caratterizzato dalla presenza di imprese che ottengono la maggior parte dei ricavi dalla vendita di prodotti utilizzati nell'ambito del commercio/pubblici esercizi (63% dei ricavi) e alimentari (60% dei ricavi per il 24% dei soggetti). I prodotti commercializzati sono in larga parte attrezzature (75% dei ricavi), a cui le aziende affiancano l'offerta dei servizi di installazione (74% dei soggetti) e collaudo (52%).

La dimensione della struttura è piuttosto ridotta con locali destinati principalmente a deposito/magazzino (143 mq) e ad uffici (36 mq). Locali destinati alla vendita e l'esposizione della merce sono presenti per il 53% delle imprese (106 mq). Il cluster è formato da aziende che sono per il 61% società equamente ripartite tra società di capitali e società di persone. Il personale addetto all'attività dell'impresa è pari a 3-4 addetti; sono presenti 2-3 dipendenti per il 54% dei soggetti.

A questo gruppo appartengono sia imprese che adottano quale modalità di vendita prevalente quella sul territorio (82% dei ricavi per il 41% dei soggetti), che aziende che derivano gran parte dei ricavi da ingrosso con vendita al banco (64% dei ricavi per il 32%) e a libero servizio (83% dei ricavi per il 20%). Il 22% dei soggetti sono concessionari di aziende di produzione.

La clientela è costituita principalmente da imprese (78% dei ricavi) e da commercianti al dettaglio (52% dei ricavi per il 14% dei soggetti), su un'area di mercato che va dal livello provinciale al regionale.

Gli acquisti vengono realizzati in prevalenza presso imprese produttrici in Italia per prodotti standard (57% degli acquisti), imprese produttrici in Italia per prodotti commercializzati su licenza esclusiva e/o personalizzati (63% degli acquisti per il 32% dei soggetti) e grossisti (25% degli acquisti per il 37%).

CLUSTER 8 – GROSSISTI CON VENDITA PREVALENTEMENTE SU TERRITORIO TRAMITE VENDITORI/AGENTI

NUMEROSITÀ: 426

Le aziende appartenenti a questo cluster sono caratterizzate dalla presenza di vendita prevalentemente sul territorio tramite venditori/agenti, da cui deriva l'83% dei ricavi. Tale vendita è effettuata tramite agenti, rappresentanti o altri intermediari (in media 2).

Le superfici destinate all'esercizio dell'attività si articolano in locali destinati a deposito/magazzino (302 mq) e locali destinati ad uffici (92 mq). Si tratta nella maggior parte dei casi di società di capitali (67% dei soggetti). Il personale addetto all'attività dell'impresa è rappresentato da 6 addetti, di cui 3-4 dipendenti.

I prodotti commercializzati sono prevalentemente macchine (61% dei ricavi per il 40% delle imprese), componenti (63% dei ricavi per il 42% delle imprese), ricambi (21% dei ricavi per il 53% delle imprese), accessori (33% dei ricavi per il 50% delle imprese), utilizzati in svariati ambiti tra cui spiccano la lavorazione del legno, la lavorazione dei metalli/meccanica, l'alimentare, l'agricolo, l'elettrotecnico e la lavorazione materie plastiche/chimiche.

La tipologia di clientela è rappresentata perlopiù da imprese (77% dei ricavi). L'area di mercato di riferimento va dal livello regionale al nazionale e in alcuni casi si estende fino al livello internazionale, infatti il 24% dei ricavi per il 34% delle aziende proviene dall'export.

Le aziende di questo gruppo si approvvigionano prevalentemente presso imprese produttrici in Italia per prodotti standard (39% degli acquisti) e imprese all'Estero (24%).

CLUSTER 9 – GROSSISTI SPECIALIZZATI NELLA VENDITA DI PRODOTTI UTILIZZATI NEL SETTORE DELLA LAVORAZIONE DEI METALLI/MECCANICA

NUMEROSITÀ: 402

Questo cluster è caratterizzato dalla presenza di imprese che ottengono la maggior parte dei ricavi dalla vendita di prodotti utilizzati nell'ambito della lavorazione dei metalli/meccanica (73% dei ricavi). I prodotti trattati sono prevalentemente utensili, sia industriali (43% dei ricavi) che manuali (31% dei ricavi per il 44% delle imprese), macchine (46% dei ricavi per il 42%) e attrezzature (24 dei ricavi per il 45%).

A questo gruppo appartengono sia aziende che ricorrono principalmente alla vendita sul territorio (80% dei ricavi per il 40% dei soggetti), che aziende con vendita al banco (63% dei ricavi per il 40%) ed a libero servizio (84% dei ricavi per il 21%).

Gli spazi destinati all'esercizio dell'attività si suddividono in: locali destinati a deposito/magazzino (199 mq), locali destinati ad uffici (50 mq), locali destinati a vendita e esposizione della merce (165 mq per il 39% dei soggetti). Il cluster è formato da aziende che sono società nel 71% dei casi. Il personale occupato nell'attività dell'impresa è pari a 4-5 addetti, e nel 54% dei casi si registra la presenza di 3 dipendenti.

La clientela è costituita quasi esclusivamente da imprese (88% dei ricavi), su un'area di mercato che va dal livello provinciale al regionale.

Gli acquisti più frequentemente vengono effettuati presso imprese produttrici in Italia per prodotti standard (42% degli acquisti), grossisti (30% degli acquisti per il 51% delle imprese) e importatori/concessionari di marche estere (34% degli acquisti per il 41% delle imprese).

CLUSTER 10 – GROSSISTI SPECIALIZZATI NELLA VENDITA DI PRODOTTI PER IL SETTORE TESSILE

NUMEROSITÀ: 306

A questo cluster appartengono imprese che commercializzano prodotti utilizzati prevalentemente nel settore tessile (83% dei ricavi). I prodotti maggiormente venduti sono macchine (44% dei ricavi), ricambi (19%) e accessori (15%); inoltre il 58% delle aziende ha indicato ricavi derivanti dall'assistenza tecnica (12%). Tra i servizi offerti si evidenziano l'installazione nel 68% dei casi e il collaudo nel 58% dei casi.

A questo gruppo appartengono sia le aziende che utilizzano principalmente la vendita sul territorio (71% dei ricavi per il 28% dei soggetti), che quelle con vendita a libero servizio (80% dei ricavi per il 22%) e al banco (68% dei ricavi per il 50%).

Le superfici destinate all'esercizio dell'attività sono rappresentate da: locali destinati a deposito e magazzino (190 mq), locali destinati ad uffici (39 mq), locali per la vendita e l'esposizione della merce (83 mq per il 50% dei soggetti) e locali adibiti ad assistenza tecnica (100 mq per il 51%). Le aziende del cluster, nel 70% dei casi società, occupano 4 addetti. Per il 58% delle imprese è presente personale dipendente (3).

La clientela è costituita per l'84% dei ricavi da imprese, su un'area di mercato che va dal livello regionale al nazionale, che spesso si estende fino al livello internazionale, infatti il 28% dei ricavi per il 42% dei soggetti deriva dall'export.

Gli acquisti vengono principalmente effettuati presso imprese produttrici in Italia per prodotti standard, grossisti, importatori/concessionari di marche estere e imprese produttrici in Italia per prodotti commercializzati su licenza esclusiva e/o personalizzati. Per il 62% delle imprese il 34% degli acquisti riguarda macchinari usati.

DEFINIZIONE DELLA FUNZIONE DI RICAVO

Una volta suddivise le imprese in gruppi omogenei è necessario determinare, per ciascun gruppo omogeneo, la funzione matematica che meglio si adatta all'andamento dei ricavi delle imprese appartenenti al gruppo in esame. Per determinare tale funzione si è ricorso alla *Regressione Multipla*³.

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.

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 delle attività in esame:

- **valore aggiunto per addetto** = valore aggiunto⁵ / (numero addetti⁶ * 1000);
- **margine operativo lordo sulle vendite** = (margine operativo lordo⁷ * 100) / ricavi;
- **rotazione del magazzino** = (costo del venduto / giacenza media ⁸).

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

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

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

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

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

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

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

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

⁵ Valore Aggiunto = Ricavi - Costo del Venduto - Costo per la produzione di servizi - Spese per acquisti di servizi.

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.

⁷ Margine Operativo Lordo = Ricavi – Costo del venduto - Costo per la produzione di servizi - Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa - Spese per acquisti di servizi.

⁸ Giacenza media = (Esistenze iniziali + rimanenze finali) / 2.

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

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

Nella definizione della “funzione di ricavo” si è tenuto conto anche delle possibili differenze di risultati economici legate al luogo di svolgimento dell’attività.

A tale scopo si sono utilizzati i risultati di uno studio relativo alla “territorialità del commercio a livello provinciale”⁹, che ha avuto come obiettivo la suddivisione del territorio nazionale in aree omogenee in rapporto al:

- grado di modernizzazione;
- grado di copertura dei servizi di prossimità;
- grado di sviluppo socio - economico.

Nella definizione della funzione di ricavo le aree territoriali sono state rappresentate con un insieme di variabili dummy ed è stata analizzata la loro interazione con la variabile “costo del venduto”. Tali variabili hanno prodotto, ove le differenze territoriali non fossero state colte completamente nella Cluster Analysis, valori correttivi da applicare, nella stima del ricavo di riferimento, al coefficiente della variabile “costo del venduto”.

Nell’allegato 7.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 Discriminante¹⁰;
- la stima del ricavo di riferimento.

Nell’allegato 7.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 I criteri e le conclusioni dello studio sono riportati nell’apposito Decreto Ministeriale.

¹⁰ 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 7.A

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

SM84U

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5
Costo del venduto	1,1292	1,0419	1,1036	1,1087	1,1223
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	0,9525	1,2551	1,1175	1,2733	1,3306
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	1,4241	0,9465	1,1288	1,0446	0,9092
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero) e Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	7.743,7810	-	3.262,4411	2.755,1445	7.774,0308
Valore dei beni strumentali elevato a 0,6	-	-	-	-	38,8680
Valore dei beni strumentali elevato a 0,7	-	-	12,6735	13,9903	-
Valore dei beni strumentali elevato a 0,8	-	4,5352	-	-	-
Valore dei beni strumentali elevato a 0,9	0,9831	-	-	-	-

CORRETTIVI TERRITORIALI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto <i>Gruppo 1 della territorialità del commercio a livello provinciale - Aree con livelli di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale</i>	-	-	-	-	-0,0569
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto <i>Gruppo 3 della territorialità del commercio a livello provinciale - Aree a alto livello di benessere, con un tessuto produttivo industriale e una rete commerciale prevalentemente tradizionale</i>	-	0,0142	-	-	-
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto <i>Gruppo 4 della territorialità del commercio a livello provinciale - Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale</i>	-	-	-	-	-0,0569
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto <i>Gruppo 5 della territorialità del commercio a livello provinciale - Aree con benessere molto elevato, in aree urbane e metropolitane fortemente terziarizzate e sviluppate, con una rete distributiva molto evoluta</i>	-	0,0142	-	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

SM84U

VARIABILI	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8	CLUSTER 9	CLUSTER 10
Costo del venduto	1,0704	1,2321	1,1319	1,1842	1,1072
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	1,1368	1,2143	1,3328	0,8260	0,9851
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	1,0745	0,7013	1,0406	0,6743	0,7934
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero) e Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	3.361,9816	4.230,6955	7.499,6629	5.120,8793	3.973,6562
Valore dei beni strumentali elevato a 0,6	-	-	14,4906	-	-
Valore dei beni strumentali elevato a 0,7	8,8113	-	-	-	-
Valore dei beni strumentali elevato a 0,8	-	2,6083	-	4,3120	-
Valore dei beni strumentali elevato a 0,9	-	-	-	-	1,6773

CORRETTIVI TERRITORIALI	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8	CLUSTER 9	CLUSTER 10
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto <i>Gruppo 1 della territorialità del commercio a livello provinciale - Aree con livelli di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale</i>	-0,0315	-0,0586	-	-	-
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto <i>Gruppo 3 della territorialità del commercio a livello provinciale - Aree a alto livello di benessere, con un tessuto produttivo industriale e una rete commerciale prevalentemente tradizionale</i>	-	-	0,0223	-	0,0236
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto <i>Gruppo 4 della territorialità del commercio a livello provinciale - Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale</i>	-0,0315	-0,0586	-	-	-
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto <i>Gruppo 5 della territorialità del commercio a livello provinciale - Aree con benessere molto elevato, in aree urbane e metropolitane fortemente terziarizzate e sviluppate, con una rete distributiva molto evoluta</i>	-	-	0,0223	-	0,0236

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

ALLEGATO 7.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 dei locali per la vendita e l'esposizione della merce
- Mq dei locali adibiti alla vendita al dettaglio e all'esposizione interna della merce.

Quadro G:

- Tipologia di vendita: Ingrosso con vendita al banco
- Tipologia di vendita: Ingrosso con vendita sul territorio (tramite venditori/agenti)
- Tipologia di vendita: Ingrosso a libero servizio
- Tipologia di vendita: Vendita al dettaglio autorizzata da apposita licenza
- Tipologia dell'offerta: Prodotti commercializzati - Impianti
- Tipologia dell'offerta: Prodotti commercializzati - Attrezzature
- Tipologia dell'offerta: Prodotti commercializzati - Ricambi
- Tipologia dell'offerta: Prodotti commercializzati - Accessori
- Tipologia dell'offerta: Prodotti commercializzati - Componenti
- Tipologia dell'offerta: Prodotti commercializzati - Utensili industriali
- Tipologia dell'offerta: Prodotti commercializzati - Utensili manuali
- Tipologia dell'offerta: Servizi commercializzati - Noleggio di macchinari e attrezzature
- Tipologia dell'offerta: Servizi commercializzati - Assistenza tecnica
- Ambito di utilizzo dei prodotti commercializzati: Lavorazione dei metalli/Meccanica
- Ambito di utilizzo dei prodotti commercializzati: Alimentare
- Ambito di utilizzo dei prodotti commercializzati: Tessile
- Ambito di utilizzo dei prodotti commercializzati: Agricolo
- Ambito di utilizzo dei prodotti commercializzati: Movimento terra
- Ambito di utilizzo dei prodotti commercializzati: Edilizia
- Ambito di utilizzo dei prodotti commercializzati: Commercio/Pubblici Esercizi
- Ambito di utilizzo dei prodotti commercializzati: Hobbistica/Giardinaggio
- Altri servizi offerti: Installazione
- Altri servizi offerti: Collaudo
- Altri servizi offerti: Consulenza tecnica e formazione
- Altri servizi offerti: Consulenza finanziaria
- Altri dati specifici: Ricavi derivanti dalla vendita al dettaglio di prodotti provenienti dal proprio magazzino all'ingrosso.

Quadro H:

- Modalità organizzativa: Concessionario
- Modalità organizzativa: Concessionario esclusivista di un produttore

- Addetti all'attività di impresa: Addetti alla vendita al dettaglio - Dipendenti: numero giornate retribuite
- Addetti all'attività di impresa: Agenti / rappresentanti e altri intermediari - Non dipendenti: numero
- Costi e spese specifici: Spese per servizi, offerti alla propria clientela, affidati a terzi

Quadro I:

- Beni strumentali: Muletti e carrelli elettrici
- Beni strumentali: Officina attrezzata per assistenza e riparazioni