

ALLEGATO 8

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

STUDIO DI SETTORE SM85U

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:

- 52.26.0 - Commercio al dettaglio di prodotti del tabacco e di altri generi di monopolio.

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 SM85).

Il numero dei questionari inviati è stato pari a 17.085. I questionari restituiti sono stati 15.134, pari al 88,6% 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 2.346 questionari, pari al 15,5% dei questionari rientrati.

I principali motivi di scarto sono stati:

- ricavi dichiarati maggiori di 5.164.569 euro (10 miliardi di lire);
- quadro B del questionario (unità locali destinate all'attività di vendita) non compilato;
- quadro M del questionario (elementi contabili) non compilato;
- esercizio dell'attività commerciale in più punti di vendita;
- errata compilazione delle percentuali relative ai prodotti merceologici venduti (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 12.788.

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.

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.

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, ai vari servizi offerti, 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 nove gruppi omogenei di imprese.

DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

L'analisi ha permesso di classificare gli esercizi commerciali in esame in 9 gruppi omogenei, che descrivono adeguatamente le diverse tipologie di operatori riscontrabili nel settore del commercio al dettaglio di prodotti del tabacco ed altri generi di monopolio.

Data l'uniformità dell'assortimento base comune a tutti gli esercizi del settore, la presenza di aggi per gran parte delle merceologie trattate e la riserva di attività stabilita dalla legge, gli elementi che hanno maggiormente contribuito a determinare i modelli di business sono i seguenti:

- fattore dimensionale;
- specializzazione dell'assortimento "non tabacco";
- localizzazione;
- prestazione di servizi accessori.

Sulla base del fattore dimensionale è possibile fare una distinzione tra i dettaglianti di dimensioni ridotte (cluster 5) e quelli di dimensioni maggiori (cluster 6 e 9).

La specializzazione dell'assortimento "non tabacco" ha permesso di identificare le seguenti categorie:

- articoli per fumatori (cluster 1);
- giornali (cluster 2);
- drogheria (cluster 7);
- altre merceologie complementari, quali cartoleria, profumeria, giochi e giocattoli (cluster 8).

La localizzazione ha permesso di isolare i soggetti presenti nei centri commerciali al dettaglio (cluster 4).

La prestazione di servizi accessori ha consentito di individuare due cluster per i quali il servizio di ricevitoria lotto rappresenta una quota consistente dei ricavi (cluster 3 e 9), mentre gli altri servizi accessori prestati (fotocopie e

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.

distributore automatico di sigarette) essendo trasversali all'intera categoria e rappresentando quote marginali dei ricavi non hanno consentito ulteriori distinzioni.

CLUSTER 1 – TABACCHERIE CON ASSORTIMENTO FOCALIZZATO SU SIGARI, PIPE ED ARTICOLI PER FUMATORI

NUMEROSITÀ: 124

Il cluster comprende le tabaccherie che presentano un assortimento rivolto prevalentemente alla clientela fumatrice, infatti la somma delle merceologie tipiche (sigari, pipe, articoli per fumatori etc.) rappresenta il 24% dei ricavi complessivi.

Le aziende appartenenti al cluster sono per il 98% ditte individuali, con una struttura composta in media da 2 addetti.

I locali destinati allo svolgimento dell'attività sono costituiti da 30 mq di spazi destinati alla vendita, da 10 mq di magazzino e da vetrine per circa 3 metri lineari.

La peculiarità dell'assortimento offerto è costituita dalla presenza di articoli destinati ad una clientela selezionata di fumatori che oltre alla varietà di sigarette presente in qualsiasi tabaccheria può trovare in questi esercizi specializzati sigari, pipe, accessori per la conservazione dei tabacchi e dei sigari, tranciasigari, nettapipe, accendini per pipe e quant'altro necessario alle esigenze specifiche del conoscitore.

L'assortimento è costituito oltre che da sigarette, tabacchi e fiammiferi (33% dei ricavi) da articoli per fumatori (19%), sigari e sigaretti (4%), pipe (5%), sono presenti inoltre merceologie accessorie quali pastigliaggi (7%), valori bollati e postali (5%), schede telefoniche e ricariche (4%). Nel 38% dei casi viene effettuata anche l'attività di ricevitoria giochi con un'incidenza sui ricavi del 12%.

La tipologia di vendita è sia assistita (48% dei casi) che mista (27%).

Tra i servizi offerti si rilevano la fotocopiatura (20% dei casi) ed il distributore automatico di sigarette (26%).

Gli acquisti vengono effettuati sia dai monopoli (59% degli acquisti) che da grossisti (32%).

La dotazione di beni strumentali comprende in media un bancone, 10 metri lineari di scaffali, 4 metri lineari di espositori ed un punto cassa. Ove presente l'attività di ricevitoria giochi si rileva la presenza in media di un terminale per ricevitoria giochi.

CLUSTER 2 – TABACCHERIE CON ASSORTIMENTO ESTESO AL COMPARTO EDITORIA

NUMEROSITÀ: 833

Gli esercizi in oggetto si caratterizzano per l'affiancamento di prodotti editoriali alle merceologie tipiche del comparto.

L'assortimento è, infatti, costituito da giornali e riviste (33% dei ricavi), sigarette, tabacchi e fiammiferi (34% dei ricavi), schede telefoniche e ricariche (4%), valori bollati e postali (3%) ed articoli di cartoleria (3%). Nel 58% dei casi viene effettuata anche l'attività di ricevitoria giochi con un'incidenza sui ricavi del 13%.

I soggetti appartenenti a questo cluster sono per il 97% ditte individuali con una struttura composta da 2 addetti.

I locali destinati allo svolgimento dell'attività sono costituiti da 34 mq di spazi destinati alla vendita, da 10 mq di magazzino, e da vetrine per circa 3 metri lineari.

La tipologia di vendita è sia assistita (39% dei casi) che mista (41%).

L'approvvigionamento avviene in prevalenza da monopoli (59% degli acquisti) e da commercianti all'ingrosso (30%).

La dotazione di beni strumentali comprende in media un bancone, 12 metri lineari di scaffali, 5 metri lineari di espositori ed un punto cassa. Ove presente l'attività di ricevitoria giochi si rileva la presenza di un terminale per ricevitoria giochi.

CLUSTER 3 – PICCOLE TABACCHERIE CON RICEVITORIA LOTTO E GIOCHI

NUMEROSITÀ: 3.005

Gli esercizi in oggetto si caratterizzano per le dimensioni ridotte e per l'offerta del servizio di ricevitoria dal quale deriva il 31% dei ricavi.

I soggetti appartenenti a questo cluster sono per il 98% ditte individuali con una struttura composta da 2 addetti.

I locali destinati allo svolgimento dell'attività sono costituiti da 26 mq di spazi destinati alla vendita, da 6 mq di magazzino, e da vetrine per circa 2 metri lineari.

L'assortimento è costituito da sigarette, tabacchi e fiammiferi (42% dei ricavi), valori bollati e postali (4%) e pastigliaggi (4%). Nel 36% dei casi è presente il distributore automatico di sigarette e nel 18% dei casi si effettua il servizio di fotocopiatrice.

La tipologia di vendita è prevalentemente assistita (54% dei casi).

L'approvvigionamento avviene in prevalenza da monopoli (75% degli acquisti) e da commercianti all'ingrosso (18%).

La dotazione di beni strumentali comprende mediamente un bancone, 9 metri lineari di scaffali, 2 metri lineari di espositori, un punto cassa ed un terminale per ricevitoria giochi.

CLUSTER 4 – TABACCHERIE LOCALIZZATE IN CENTRI COMMERCIALI AL DETTAGLIO

NUMEROSITÀ: 249

Gli esercizi in oggetto si caratterizzano per la localizzazione all'interno di un centro commerciale al dettaglio.

I soggetti appartenenti a questo cluster sono per il 96% ditte individuali con una struttura composta da 2 addetti.

I locali destinati allo svolgimento dell'attività sono costituiti da 27 mq di spazi destinati alla vendita, da 7 mq di magazzino, e da vetrine per circa 2 metri lineari.

L'assortimento è costituito da sigarette, tabacchi e fiammiferi (62% dei ricavi), schede telefoniche e ricariche (6%), valori bollati e postali (3%). Nel 55% dei casi si effettua un servizio di ricevitoria lotto/giochi dal quale deriva il 19% dei ricavi, nel 19% dei casi è presente il distributore automatico di sigarette e nel 13% dei casi si effettua il servizio di fotocopiatrice.

La tipologia di vendita è prevalentemente assistita (52% dei casi).

L'approvvigionamento avviene in prevalenza da monopoli (81% degli acquisti) e da commercianti all'ingrosso (15%).

La dotazione di beni strumentali comprende un bancone, 7 metri lineari di scaffali, 4 metri lineari di espositori, un punto cassa ed un terminale per ricevitoria giochi.

Data la localizzazione particolare è da segnalare che il 7% dei soggetti appartenenti al cluster è costituito da rivendite speciali.

CLUSTER 5 – ESERCIZI DI DIMENSIONI RIDOTTE CON ASSORTIMENTO RISTRETTO AL SOLO COMPARTO TABACCHI

NUMEROSITÀ: 3.330

Gli esercizi in oggetto si caratterizzano per le dimensioni inferiori rispetto a quelle degli altri gruppi e per l'assortimento concentrato quasi esclusivamente sui tabacchi.

I soggetti appartenenti a questo cluster sono per il 99% ditte individuali con una struttura molto semplice che nella maggior parte dei casi non dispone di personale dipendente.

I locali destinati allo svolgimento dell'attività sono costituiti da 18 mq di spazi destinati alla vendita, da 4 mq di magazzino, e da vetrine per circa 2 metri lineari.

L'assortimento è costituito da sigarette, tabacchi e fiammiferi (75% dei ricavi), schede telefoniche e ricariche (4%), valori bollati e postali (5%). Nel 25% dei casi è presente il distributore automatico di sigarette e nel 10% dei casi si effettua il servizio di fotocopiatrice.

La tipologia di vendita è prevalentemente assistita (55% dei casi).

L'approvvigionamento avviene in prevalenza da monopoli (85% degli acquisti) e da commercianti all'ingrosso (11%).

La dotazione di beni strumentali comprende mediamente un bancone, 6 metri lineari di scaffali, 2 metri lineari di espositori ed un punto cassa.

CLUSTER 6 – ESERCIZI DI PIÙ GRANDI DIMENSIONI CON ASSORTIMENTO DESPECIALIZZATO

NUMEROSITÀ: 2.110

Gli esercizi in oggetto si caratterizzano per le dimensioni maggiori rispetto alla media del settore e l'assortimento despecializzato.

I soggetti appartenenti a questo cluster sono per il 98% ditte individuali con una struttura composta in media da 2 addetti.

I locali destinati allo svolgimento dell'attività, di dimensioni superiori alla media del settore, sono costituiti da 48 mq di spazi destinati alla vendita, da 21 mq di magazzino, e da vetrine per circa 5 metri lineari.

L'assortimento è costituito da sigarette, tabacchi e fiammiferi (52% dei ricavi), schede telefoniche e ricariche (6%), pastigliaggi (4%), valori bollati e postali (6%) ed altre merceologie con quote di ricavi marginali. Nel 70% dei casi si effettua un servizio di ricevitoria lotto/giochi dal quale deriva il 16% dei ricavi, nel 49% dei casi è presente il distributore automatico di sigarette e nel 33% dei casi si effettua il servizio di fotocopiatrice.

La tipologia di vendita è sia assistita (51% dei casi) che mista (29%).

L'approvvigionamento avviene in prevalenza da monopoli (72% degli acquisti) e da commercianti all'ingrosso (21%).

La dotazione di beni strumentali comprende 2 banconi, 13 metri lineari di scaffali, 4 metri lineari di espositori, un punto cassa ed un terminale per giochi e lotto.

CLUSTER 7 – TABACCHERIE CON FOCALIZZAZIONE DELL'ASSORTIMENTO SUL COMPARTO DROGHERIA

NUMEROSITÀ: 135

I soggetti appartenenti a questo cluster sono per il 98% ditte individuali con una struttura composta in media da 2 addetti.

I locali destinati allo svolgimento dell'attività sono costituiti da 32 mq di spazi destinati alla vendita, da 10 mq di magazzino, e da vetrine per circa 3 metri lineari.

La particolarità distintiva dell'assortimento degli appartenenti al cluster è la presenza di articoli di drogheria e pastigliaggi che rendono questi esercizi assimilabili a piccole drogherie.

L'assortimento è costituito da sigarette, tabacchi e fiammiferi (47% dei ricavi), articoli di drogheria (12%), schede telefoniche e ricariche (4%), pastigliaggi (5%) e valori bollati e postali (3%). Nel 50% dei casi si effettua un servizio di ricevitoria lotto/giochi dal quale deriva il 16% dei ricavi, nel 24% dei casi è presente il distributore automatico di sigarette e nel 18% dei casi si effettua il servizio di fotocopiatrice.

La tipologia di vendita è sia assistita (41% dei casi) che mista (25%).

L'approvvigionamento avviene in prevalenza da monopoli (66% degli acquisti) e da commercianti all'ingrosso (29%).

La dotazione di beni strumentali comprende un bancone, 11 metri lineari di scaffali, 2 metri lineari di espositori, un punto cassa e ove presente il servizio un terminale per giochi e lotto.

CLUSTER 8 – TABACCHERIE CON ASSORTIMENTO ESTESO A MERCEOLOGIE COMPLEMENTARI

NUMEROSITÀ: 1.665

I soggetti appartenenti a questo cluster sono per il 98% ditte individuali con una struttura composta in media da 2 addetti.

I locali destinati allo svolgimento dell'attività sono costituiti da 33 mq di spazi destinati alla vendita, da 10 mq di magazzino, e da vetrine per circa 3 metri lineari.

L'assortimento è costituito da sigarette, tabacchi e fiammiferi (39% dei ricavi), pastigliaggi (11%), articoli di cartoleria (8%), articoli di profumeria (5%), schede telefoniche e ricariche (4%), giochi e giocattoli (4%), valori bollati e postali (3%). Nel 49% dei casi si effettua un servizio di ricevitoria lotto/giochi dal quale deriva il 12% dei ricavi, nel 31% dei casi è presente il distributore automatico di sigarette e nel 30% dei casi si effettua il servizio di fotocopiatrice.

La tipologia di vendita è sia assistita (52% dei casi) che mista (28%).

L'approvvigionamento avviene in prevalenza da monopoli (59% degli acquisti) e da commercianti all'ingrosso (33%).

La dotazione di beni strumentali comprende in media un bancone, 16 metri lineari di scaffali, 3 metri lineari di espositori, un punto cassa e ove presente il servizio un terminale per giochi e lotto.

CLUSTER 9 – TABACCHERIE DI PIÙ GRANDI DIMENSIONI CON RICEVITORIA LOTTO E GIOCHI

NUMEROSITÀ: 1.314

Il cluster è formato da tabaccherie di dimensioni superiori alla media la cui attività prevalente è però quella di ricevitoria lotto e giochi dalla quale deriva il 50% dei ricavi.

I soggetti appartenenti a questo cluster sono per il 97% ditte individuali con una struttura composta in media da 3 addetti di cui un dipendente.

I locali destinati allo svolgimento dell'attività sono costituiti da 39 mq di spazi destinati alla vendita, da 13 mq di magazzino, e da vetrine per circa 3 metri lineari.

L'assortimento è costituito da sigarette, tabacchi e fiammiferi (28% dei ricavi), schede telefoniche e ricariche (3%), valori bollati e postali (3%). Nel 44% dei casi è presente il distributore automatico di sigarette e nel 23% dei casi si effettua il servizio di fotocopiatura.

La tipologia di vendita è sia assistita (51% dei casi) che mista (27%).

L'approvvigionamento avviene in prevalenza da monopoli (73% degli acquisti) e da commercianti all'ingrosso (19%).

La dotazione di beni strumentali comprende 2 banconi, 10 metri lineari di scaffali, 3 metri lineari di espositori, un punto cassa, 3 terminali per giochi e lotto ed un terminale per ricariche telefoniche.

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.

È opportuno ricordare che, ai fini dell'applicazione degli studi di settore, i ricavi delle attività per le quali si percepiscono aggi o ricavi fissi vanno sempre considerati per l'entità dell'aggio percepito e del ricavo al netto del costo corrisposto al fornitore dei beni, indipendentemente dalle modalità con cui i predetti ricavi sono stati contabilizzati. Inoltre, le variabili relative al costo del venduto (esistenze iniziali, acquisti di merci e materie prime, rimanenze finali) vengono direttamente neutralizzate dal contribuente nella fase di compilazione dei modelli per la comunicazione dei dati rilevanti ai fini dell'applicazione degli studi di settore. Infatti, il contribuente, nella compilazione delle variabili succitate, non deve tener conto delle componenti di costo relative a generi di monopolio, valori bollati e postali, marche assicurative e valori similari e ai generi a ricavo fisso (ad esempio schede telefoniche, abbonamenti, biglietti e tessere per i mezzi pubblici, viacard, tessere e biglietti per parcheggi), nonché ai carburanti ed ai beni commercializzati dai rivenditori in base a contratti estimatori di giornali, di libri e di periodici, anche su supporti audiovideomagnetici.

Per questo motivo i dati contabili sono stati opportunamente predisposti secondo le modalità di compilazione utilizzate nella fase di applicazione dello studio.

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

In particolare sono state escluse le imprese che presentano:

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

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

Successivamente è stato utilizzato un indicatore economico-contabile specifico dell'attività in esame:

- **valore aggiunto per addetto** = valore aggiunto⁴ / (numero addetti⁵ * 1.000);

Per ogni gruppo omogeneo è stata calcolata la distribuzione ventile dell' indicatore precedentemente definito e poi sono state selezionate le imprese che presentavano valori dell'indicatore 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 il cluster 9;
- dal 2° al 19° ventile, per i cluster 2, 3, 6;
- dal 3° al 19° ventile, per il cluster 1;
- dal 4° al 19° ventile, per il cluster 8;
- dal 5° al 19° ventile, per i cluster 4, 7;
- dal 6° al 19° ventile, per il cluster 5.

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

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).

La variabile dipendente non comprende i ricavi delle attività per le quali si percepiscono aggi o ricavi fissi e, di conseguenza, sono state neutralizzate le componenti promiscue relative ad attività di vendita di generi soggetti ad aggio e/o ricavo fisso.

Nella definizione della “funzione di ricavo” sono state neutralizzate le componenti promiscue relative ad attività di vendita di generi soggetti ad aggio o a ricavo fisso in base al margine lordo.

I ricavi netti derivanti da attività di vendita di generi soggetti ad aggio o a ricavo fisso possono essere considerati come il margine lordo relativo a dette attività.

Pertanto la neutralizzazione dei dati promiscui, relativi ad attività di vendita di generi soggetti ad aggio o a ricavo fisso, può ragionevolmente essere operata in base all'incidenza dei ricavi netti derivanti da attività di vendita di generi soggetti ad aggio o a ricavo fisso sul margine lordo complessivo aziendale⁶.

I dati promiscui interessati alla neutralizzazione sono stati quelli riferiti:

- al personale addetto all'attività;
- al costo per la produzione di servizi;
- alle spese per il personale dipendente;
- alle spese per acquisti di servizi;

⁴ Valore aggiunto = (ricavi + aggi e proventi derivanti dalla vendita di generi soggetti a ricavo fisso - costo del venduto - spese per acquisti di servizi - costo per la produzione di servizi).

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

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

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

⁶ Il margine lordo viene calcolato come (ricavi - costo del venduto).

Il costo del venduto è pari a (esistenze iniziali + acquisti di merci e materie prime - rimanenze finali).

- al valore dei beni strumentali.

Utilizzando l'incidenza sopra descritta i dati promiscui vengono depurati della componente relativa alle attività di vendita di generi ad aggio o a ricavo fisso.

Per la determinazione della “funzione di ricavo” sono state utilizzate sia variabili contabili 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 8.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 8.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 8.A

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

SM85U

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3
Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi + Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente + Spese per acquisti di servizi	1,4402	1,3206	1,3636

VARIABILI	CLUSTER 4	CLUSTER 5	CLUSTER 6
Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi + Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente + Spese per acquisti di servizi	1,4062	1,3812	1,3624

VARIABILI	CLUSTER 7	CLUSTER 8	CLUSTER 9
Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi + Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente + Spese per acquisti di servizi	1,3539	1,4213	1,3551

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

ALLEGATO 8.B

VARIABILI DELL'ANALISI DISCRIMINANTE

QUADRO A:

- Dipendenti a tempo pieno (numero giornate retribuite)
- Dipendenti a tempo parziale (numero giornate retribuite)
- Apprendisti (numero giornate retribuite)
- Assunti con contratto di formazione e lavoro o a termine e lavoranti a domicilio (numero giornate retribuite)
- Collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa (numero)
- Collaboratori coordinati e continuativi diversi da quelli di cui al rigo A5 (numero)
- Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)
- Familiari diversi da quelli di cui al rigo A7 che prestano attività nell'impresa (numero)
- Associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa (numero)
- Associati in partecipazione diversi da quelli di cui al A9 (numero)
- Soci con occupazione prevalente nell'impresa (numero)
- Soci diversi da quelli di cui al rigo A11 (numero)
- Amministratori non soci (numero)

QUADRO B:

- Mq dei locali per la vendita e l'esposizione interna della merce
- Mq dei locali destinati a deposito e/o magazzino
- Metri lineari di esposizione fronte strada (vetrine)
- Localizzazione (1=autonoma; 2=in centro commerciale al dettaglio)
- Spese sostenute per beni e/o servizi comuni in caso di localizzazione non autonoma

QUADRO G:

- Prodotti merceologici venduti/ servizi offerti: Sigarette, tabacchi e fiammiferi
- Prodotti merceologici venduti/ servizi offerti: Sigari e sigaretti
- Prodotti merceologici venduti/ servizi offerti: Valori bollati e postali
- Prodotti merceologici venduti/ servizi offerti: Schede telefoniche/ ricariche
- Prodotti merceologici venduti/ servizi offerti: Abbonamenti biglietti e tessere per il trasporto pubblico e ferroviario
- Prodotti merceologici venduti/ servizi offerti: Biglietti di lotterie e gratta e vinci
- Prodotti merceologici venduti/ servizi offerti: Tessere e biglietti per parcheggio
- Prodotti merceologici venduti/ servizi offerti: Tessere Viacard
- Prodotti merceologici venduti/ servizi offerti: Giornali e riviste
- Prodotti merceologici venduti/ servizi offerti: Ricevitoria lotto/ giochi ed altri servizi (bollo auto, canone Rai etc.)
- Prodotti merceologici venduti/ servizi offerti: Pipe
- Prodotti merceologici venduti/ servizi offerti: Articoli per fumatori (accendini, trancia sigari, scovolini, cura pipe, bocchini, filtri, umidificatori, scatole per tabacco e per sigari, sacche per tabacco, cartine, macchinette arrotola sigarette, reggipipe, sacche porta pipe, etc.)
- Prodotti merceologici venduti/ servizi offerti: Articoli di drogheria
- Prodotti merceologici venduti/ servizi offerti: Pastigliaggi (confetteria, caramelle, dolciumi, etc.)
- Prodotti merceologici venduti/ servizi offerti: Articoli di cartoleria (cartoline, biglietti di auguri, carta da lettere, carta da regalo, penne, matite, cancelleria varia, etc.)

- Prodotti merceologici venduti/ servizi offerti: Articoli di bigiotteria
- Prodotti merceologici venduti/ servizi offerti: Articoli di profumeria e cosmetici
- Prodotti merceologici venduti/ servizi offerti: Articoli di pelletteria
- Prodotti merceologici venduti/ servizi offerti: Articoli igienico-sanitari
- Prodotti merceologici venduti/ servizi offerti: Articoli per la fotografia
- Prodotti merceologici venduti/ servizi offerti: Giochi e giocattoli
- Prodotti merceologici venduti/ servizi offerti: Souvenir
- Prodotti merceologici venduti/ servizi offerti: Libri
- Prodotti merceologici venduti/ servizi offerti: Gadgets

QUADRO I:

- Beni strumentali: Banconi
- Beni strumentali: Terminali per ricevitore/ giochi ed altri servizi
- Beni strumentali: Terminali per ricariche telefoniche