

ALLEGATO 2

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

EVOLUZIONE

STUDIO DI SETTORE TM02U

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

CRITERI PER L'EVOLUZIONE DELLO STUDIO DI SETTORE

L'evoluzione dello Studio di Settore ha il fine di cogliere i cambiamenti strutturali, le modifiche dei modelli organizzativi, le variazioni di mercato all'interno del settore economico.

Di seguito vengono esposti i criteri seguiti per l'evoluzione dello studio di settore SM02U.

Oggetto dello studio è l'attività economica rispondente al codice ATCOFIN 2004:

- 52.22.0 – Commercio al dettaglio di carni e di prodotti a base di carne.

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.

L'evoluzione dello studio di settore è stata condotta analizzando i modelli per la comunicazione dei dati rilevanti ai fini dell'applicazione degli Studi di Settore per il periodo d'imposta 2001, completati con ulteriori informazioni contenute nel questionario ESM02 inviato ai contribuenti per l'evoluzione dello studio in oggetto.

I contribuenti interessati sono risultati pari a 29.628.

Il numero dei soggetti i cui modelli sono stati completati con le informazioni contenute nei relativi questionari è stato pari a 22.667.

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

Tali analisi hanno comportato, ai fini della definizione dello studio, lo scarto di 567 posizioni.

I principali motivi di scarto sono stati:

- ricavi dichiarati maggiori di 5.164.569 euro (10 miliardi di lire);
- quadro F del modello (elementi contabili) non compilato;
- quadro B del modello (unità locali destinate all'attività di vendita) non compilato;
- presenza di attività secondarie con un'incidenza sui ricavi complessivi superiore al 20%;
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia delle carni acquistate (quadro D del modello);
- errata compilazione delle percentuali relative alla modalità di acquisto (quadro D del modello);
- errata compilazione delle percentuali relative alla provenienza delle carni acquistate (quadro D del modello);
- errata compilazione delle percentuali relative ai prodotti merceologici venduti (quadro D del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia di clientela (quadro D del questionario);
- incongruenze fra i dati strutturali e i dati contabili contenuti nel modello.

A seguito degli scarti effettuati, il numero dei modelli oggetto delle successive analisi è risultato pari a 22.100.

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 Analysis².

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 ad eccezione delle variabili del quadro degli elementi contabili. 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.

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

DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

I modelli di business oggetto della presente analisi identificano le imprese che operano nel settore del commercio al dettaglio di carni. Le carni prevalentemente trattate sul mercato nazionale sono di quattro varietà: le bovine, le equine, le suine e le bianche, ossia pollame e conigli.

L'analisi ha consentito di classificare gli esercizi commerciali in 10 gruppi omogenei che descrivono le diverse tipologie di punti vendita riscontrabili nel settore del commercio al dettaglio di carni. I principali elementi strutturali che hanno definito i modelli sono da ricondurre ai fattori di seguito riportati:

- presenza di più punti vendita;
- tipologia dell'offerta;
- lavorazione e/o trasformazione delle carni;
- dimensione del punto vendita;
- tipologia di clientela;

La presenza di più punti vendita ha consentito di identificare il gruppo di imprese (cluster 10) che operano con più negozi.

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 tipologia di offerta ha permesso di contraddistinguere le imprese specializzate in carni equine (cluster 2) e in carni bianche (cluster 8) da quelle che presentano la preparazione di gastronomia cotta e/o pronta a cuocere (cluster 5).

La lavorazione e/o la trasformazione delle carni ha identificato sia le imprese che effettuano la macellazione in proprio delle carni (cluster 1) sia le macellerie caratterizzate dalla produzione propria di salumi ed insaccati (cluster 9).

Il fattore dimensionale ha contribuito a distinguere le imprese di grandi dimensioni (cluster 3), quelle di medie (cluster 6) e quelle di piccole dimensioni (cluster 7).

La tipologia di clientela ha caratterizzato il cluster 4 in cui si configurano le aziende che, oltre a rivolgersi ad una clientela privata, rivolgono la propria attività di vendita anche a ristoranti, comunità, mense e strutture similari.

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 – MACELLERIE IN CUI SI EFFETTUA LA MACELLAZIONE IN PROPRIO DELLE CARNI

NUMEROSITÀ: 3.582

Questo gruppo è caratterizzato dalla presenza d'impresa la cui peculiarità risulta essere quella di effettuare in proprio la macellazione delle carni acquistate. Tale processo interessa il 64% degli acquisti di capi bovini, il 59% delle carni ovine/caprine per il 35% dei soggetti ed il 50% di suine per il 35%, tenendo presente che le macellerie appartenenti a questo gruppo si approvvigionano prevalentemente di carne bovina (59% sugli acquisti).

La quasi totalità dei ricavi deriva dalla vendita di carne di provenienza nazionale; inoltre, i salumi integrano l'offerta con un'incidenza sui ricavi pari al 7%.

La struttura risulta essere articolata in 32 mq di locali destinati alla vendita, in 22 mq di magazzino per il 49% dei soggetti, ed in 16 mq di laboratorio per il 29% delle imprese.

Il cluster è formato da aziende organizzate prevalentemente in ditte individuali (87% dei soggetti). Il personale occupato nell'attività è pari ad 1 o 2 addetti.

La clientela è costituita da privati (97%).

Coerentemente con la specializzazione del cluster, le carni vengono acquistate prevalentemente da produttori (64% degli acquisti) ed in misura minore da commercianti all'ingrosso (33%).

I beni strumentali in dotazione risultano essenziali allo svolgimento dell'attività: 26 metri cubi di celle frigorifere, 5 metri lineari di banchi frigoriferi e autocarri per il 36% dei soggetti.

CLUSTER 2 – MACELLERIE SPECIALIZZATE IN CARNE EQUINA

NUMEROSITÀ: 1.203

Nel cluster sono comprese le macellerie che trattano quasi esclusivamente le carni equine (94% degli acquisti); si rileva, inoltre, che il 21% delle imprese effettua la macellazione in proprio del 77% della carne equina acquistata.

I locali destinati alla vendita risultano essere pari a 30 mq, mentre al magazzino e al laboratorio vengono destinati rispettivamente 19 mq (per il 43% dei soggetti) e 14 mq (per il 24%).

Il 90% delle imprese si configura come ditta individuale. Il personale dedicato all'attività d'impresa è pari ad 1 o 2 addetti.

Il canale prevalentemente utilizzato per l'approvvigionamento delle carni equine è l'ingrosso (82% degli acquisti) mentre solo il 29% dei soggetti dichiara di rivolgersi al produttore per il 52% degli acquisti.

Il 67% della carne trattata è di provenienza nazionale, anche se, rispetto agli altri gruppi, l'incidenza della carne Extra U.E. è rilevante essendo pari all'80% degli acquisti per il 29% dei soggetti.

La dotazione di beni strumentali è adeguata per lo svolgimento dell'attività di vendita e di conservazione delle carni: celle frigorifere di 21 metri cubi e 4 metri lineari di banchi frigoriferi per l'esposizione delle carni.

CLUSTER 3 – MACELLERIE DI GRANDI DIMENSIONI

NUMEROSITÀ: 129

Il cluster si caratterizza per le dimensioni piuttosto estese delle superfici destinate allo svolgimento dell'attività. I locali si articolano in 117 mq adibiti alla vendita, 94 mq di magazzino, 52 mq di laboratorio per il 46% dei soggetti e 12 mq di ufficio.

I beni alimentari che compongono il ventaglio dei prodotti offerti evidenziano l'ampia diversità merceologica: la carne ricopre il 68% dei ricavi, i salumi il 15%, il latte e prodotti lattiero-caseari il 5%; inoltre, l'offerta è completata da scatolame, surgelati e prodotti di gastronomia.

La tipologia di carne trattata riflette la despecializzazione del punto vendita: la bovina ricopre il 45% degli acquisti, la suina il 27%, il pollame il 18% e la ovina/caprina il 5%. La macellazione in proprio di carne bovina interessa il 49% degli acquisti sostenuti dal 33% dei soggetti, mentre la preparazione di gastronomia pronta a cuocere e cotta è effettuata rispettivamente dal 50% e dal 26% dei soggetti.

Il 41% delle imprese assume la forma giuridica di società di persone, mentre il 27% è organizzato in società di capitali. L'organico comprende in media 7 addetti di cui 4 dipendenti.

La clientela è prevalentemente privata (85% dei ricavi) sebbene si rilevi la presenza di ricavi provenienti anche da ristoranti e servizi di catering (9%). A tal riguardo, si riscontra che le vendite con emissione di fattura per le imprese appartenenti al cluster sono pari mediamente al 18% dei ricavi.

Il canale di acquisto è ricoperto per il 62% dai grossisti; comunque, non appare trascurabile l'approvvigionamento presso produttori (25% degli acquisti) e tramite intermediari del commercio (37% per il 28% dei soggetti).

La dotazione di beni strumentali è ampia e completa e si caratterizza mediamente in 122 metri cubi di celle frigorifere, 13 metri lineari di banchi frigoriferi, 3 affettatrici, 2 tritacarne, 4 bilance ed 1 impastatrice.

CLUSTER 4 – MACELLERIE CHE VENDONO ANCHE A IMPRESE DEL SETTORE DELLA RISTORAZIONE

NUMEROSITÀ: 626

Le aziende appartenenti a questo gruppo si contraddistinguono rispetto agli altri cluster in quanto presentano una maggiore incidenza delle vendite con emissione di fattura (50% dei ricavi), essendo la loro attività commerciale rivolta anche a ristoranti e servizi di catering (24% dei ricavi complessivi), comunità, convivenze e mense (23% per il 33% dei soggetti).

L'assortimento dei prodotti venduti si compone prevalentemente di carne (86%), salumi (9%) e marginalmente di altri beni alimentari. La carne trattata è prevalentemente bovina (51% degli acquisti); seguono la suina (23%), il pollame (16%) e la ovina/caprina (7%).

Gli spazi destinati all'esercizio dell'attività sono abbastanza estesi e così articolati: locali destinati alla vendita (34 mq), al magazzino (19 mq) e al laboratorio (25 mq per il 31% dei soggetti). Le aziende appartenenti a questo gruppo sono prevalentemente ditte individuali (72%) e la struttura si compone mediamente di 2 addetti di cui 1 dipendente per il 33% dei soggetti.

Il canale di approvvigionamento principale è rappresentato da commercianti all'ingrosso (71% degli acquisti) ma il 47% dei soggetti si rivolge ai produttori per rifornirsi del 45% degli acquisti di carne.

Essendo il mercato di riferimento esteso anche a ristoranti e strutture similari, le aziende dispongono di una dotazione strumentale conforme al servizio di trasporto dei prodotti venduti. A tal riguardo, il 38% dei soggetti si serve di autocarri, il 27% di veicoli coibentati ed il 13% di autoveicoli per il trasporto promiscuo. All'interno del punto vendita sono presenti 44 metri cubi di celle frigorifere, 6 metri cubi di vasche frigorifere per la conservazione delle carni (per il 18% dei soggetti) e 6 metri lineari di banchi per l'esposizione delle varie tipologie di carni trattate.

CLUSTER 5 – MACELLERIE CON GASTRONOMIA

NUMEROSITÀ: 1.800

Le aziende che compongono questo cluster si distinguono per la preparazione di gastronomia cotta (87% dei soggetti) e pronta a cuocere (85%).

I ricavi sono realizzati principalmente dalle carni (75% dei ricavi), dai prodotti di gastronomia (7%) e dalla vendita di salumi (10%) che risultano prodotti in proprio dal 46% dei soggetti. La carne trattata è prevalentemente la bovina (45% degli acquisti), la carne suina (23%) ed il pollame (22%).

Le dimensioni del punto vendita sono mediamente di 38 mq, il magazzino, invece, si estende per 13 mq mentre lo spazio destinato a laboratorio è di 15 mq. La struttura organizzativa degli appartenenti al cluster è piuttosto semplice, data la prevalenza di ditte individuali (72 % dei soggetti) ed il limitato numero di addetti che risulta essere pari a 2.

La tipologia di clientela è rappresentata prevalentemente da privati (96% dei ricavi); per il 34% dei soggetti il 7% dei ricavi proviene, inoltre, da ristoranti e servizi di catering.

Le aziende di questo gruppo si approvvigionano soprattutto da commercianti all'ingrosso (66% degli acquisti), sebbene si rilevi che oltre la metà dei soggetti effettui acquisti da produttori (39%), il 26% dei soggetti da intermediari del commercio (37%) ed il 10% dei soggetti attraverso gruppi di acquisto, consorzi o unioni volontarie o cooperative (35%).

I beni strumentali in dotazione si arricchiscono delle macchine necessarie per la gastronomia, infatti, oltre a 2 affettatrici, 2 tritacarne ed 1 insaccatrice, si rileva la presenza di 1 forno a convezione, 1 forno a vapore per il 23% dei soggetti, 2 piastre di cottura per il 18% e 1 macchina per il sottovuoto per il 56%.

CLUSTER 6 – MACELLERIE TRADIZIONALI DI MEDIE DIMENSIONI

NUMEROSITÀ: 2.275

In questo cluster ricadono le macellerie di medie dimensioni che destinano 53 mq di locali alla vendita, 22 mq al magazzino e, nel 26% dei casi, 20 mq a laboratorio.

Tali aziende affiancano alla vendita di carne, che è pari all'84% dei ricavi, l'offerta di altri prodotti merceologici quali, salumi (8% dei ricavi) e latte e prodotti lattiero-caseari (6% per il 28% dei soggetti). La tipologia di carne trattata è varia: la bovina ricopre il 50% degli acquisti, la suina il 22% e il pollame il 17%.

Le aziende sono organizzate prevalentemente in ditte individuali (75%) e si compongono in media di 2 addetti, di cui 1 dipendente nel 38% dei casi.

La clientela di riferimento è rappresentata in larga parte da privati (97%); il 25% dei soggetti, inoltre, realizza il 5% dei ricavi attraverso l'offerta a ristoranti e servizi di catering.

Gli approvvigionamenti vengono effettuati principalmente presso commercianti all'ingrosso (80% degli acquisti); i produttori e gli intermediari del commercio coprono rispettivamente il 28% degli acquisti per il 41% dei soggetti ed il 38% degli acquisti per il 17% dei soggetti.

I beni di cui dispongono per l'esercizio dell'attività si compongono di 33 metri cubi di celle frigorifere, 9 metri cubi di vasche frigorifere per il 23% dei soggetti, 7 metri lineari di banchi frigoriferi, 2 bilance e 2 affettatrici.

CLUSTER 7 – MACELLERIE TRADIZIONALI DI PICCOLE DIMENSIONI

NUMEROSITÀ: 8.653

Il modello presenta la più alta numerosità ed include le macellerie che dispongono di una struttura di piccole dimensioni a conduzione prevalentemente individuale. A tal riguardo, i locali destinati alla vendita sono di 27 mq, il magazzino di 13 mq per il 40% dei soggetti ed il laboratorio di 12 mq per solo il 25% delle imprese.

L'offerta di carne risulta essere despecializzata, difatti, gli acquisti si compongono prevalentemente di carne bovina (54% degli acquisti), suina (21%), pollame (16%) e ovina/caprina (6%). La carne ricopre il 91% dei ricavi complessivi, mentre attraverso l'offerta di salumi il 52% dei soggetti realizza il 10% dei ricavi, tenendo presente che l'11% dei soggetti prepara in proprio salumi ed insaccati.

Il mercato di riferimento è esclusivamente costituito dalla clientela privata (98%).

Il canale di acquisto prevalente è l'ingrosso (86% degli acquisti); si rileva, inoltre, che il 26% dei soggetti si rivolge a produttori per il 22% degli approvvigionamenti ed il 13% dei soggetti a intermediari del commercio per il 43%.

La dotazione di beni strumentali è piuttosto esigua. I banchi frigoriferi si estendono per 5 metri lineari mentre le celle frigorifere occupano uno spazio pari a 20 metri cubi.

CLUSTER 8 – MACELLERIE SPECIALIZZATE IN CARNI BIANCHE

NUMEROSITÀ: 904

Questo cluster è caratterizzato dalla presenza di macellerie specializzate nell'offerta di carni bianche: pollami e conigli rappresentano rispettivamente il 72% ed il 12% della carne complessivamente trattata. Il 24% dei soggetti, inoltre, integra l'offerta di carni bianche con la vendita di prodotti di gastronomia pronta a cuocere.

Le dimensioni del punto vendita sono contenute essendo destinati alla vendita mediamente 27 mq, al magazzino 18 mq per il 45% dei soggetti e al laboratorio 13 mq per il 26% dei soggetti. La forma giuridica prevalente è la ditta individuale (83% dei soggetti).

Il mercato di riferimento è rappresentato quasi esclusivamente da privati (98%).

Il canale di approvvigionamento principale è l'ingrosso (78% degli acquisti) sebbene il 28% dei soggetti effettui il 43% degli acquisti da produttori ed il 16% dei soggetti effettui il 52% degli acquisti tramite intermediari del commercio.

E' possibile rilevare una dotazione media di beni strumentali. Si riscontrano, infatti, banchi frigoriferi per l'esposizione della merce di 6 metri lineari, celle frigorifere per la conservazione delle carni di 31 metri cubi e 1 forno a convezione per il 23% dei soggetti.

CLUSTER 9 – MACELLERIE CON PRODUZIONE PROPRIA DI SALUMI

NUMEROSITÀ: 2.511

Questo gruppo è caratterizzato sia dalla consistente presenza di macellerie che producono in proprio salumi ed insaccati (75% dei soggetti) sia dall'acquisto di carne suina trattata (37% degli acquisti) che risulta maggiore rispetto agli altri gruppi.

I ricavi realizzati sono ripartiti prevalentemente tra: carne (86%), salumi (9%), latte e prodotti lattiero-caseari (5% per il 18% dei casi). Il 24% dei soggetti appartenenti a questo cluster affianca alla produzione di salumi ed insaccati quella di prosciutti stagionati mentre, il 27% delle macellerie si contraddistingue anche per la produzione di prodotti di gastronomia pronti a cuocere.

I locali della struttura si articolano in 31 mq di spazi adibiti alla vendita, 21 mq di magazzino per il 47% dei soggetti e 18 mq di laboratorio per il 41% dei soggetti.

Le imprese sono organizzate prevalentemente in ditte individuali (84%); il 10% dei soggetti assume la forma giuridica di società in nome collettivo. L'organico si compone mediamente di 1 o 2 addetti.

La clientela principale è rappresentata da privati (97% dei ricavi) sebbene emerga che il 24% dei soggetti realizzi il 7% dei ricavi con ristoranti e servizi di catering.

I canali di approvvigionamento sono principalmente due: l'ingrosso (77% degli acquisti) e produttori (32% degli acquisti per circa la metà dei soggetti).

I beni strumentali sono adeguati alla produzione di prodotti propri, infatti si rilevano insaccatrici, impastatrici e macchine per sottovuoto. Le celle frigorifere occupano mediamente uno spazio di 23 metri cubi mentre i banchi frigoriferi si estendono per 5 metri lineari.

CLUSTER 10 – MACELLERIE CHE OPERANO CON PIÙ PUNTI VENDITA

NUMEROSITÀ: 300

Questo cluster raggruppa le macellerie che operano con più di una unità di vendita. I locali ricoprono complessivamente le seguenti superfici: 73 mq destinati alla vendita, 17 mq a magazzino e 23 mq a laboratorio per il 42% dei soggetti. L'88% delle imprese, svolge l'attività in due negozi mentre il 9% ed il 3% dei soggetti dispone rispettivamente di 3 e 4 punti vendita.

Dall'analisi dei dati sugli acquisti delle imprese del cluster emerge la despecializzazione delle carni trattate da cui deriva l'87% dei ricavi totali: bovine (47% sugli acquisti), suine (22%), pollame (18%), equine (25% per il 24% dei soggetti) e ovina/caprina (5%). Oltre alle carni, l'assortimento si compone di salumi (7% dei ricavi), prodotti surgelati (4% dei ricavi per il 32% dei soggetti), e talvolta, di latte e prodotti lattiero-caseari e prodotti di gastronomia.

I ricavi provengono da una clientela quasi esclusivamente privata (95%) anche se ristoranti e servizi di catering e comunità, convivenze e mense ricoprono il 6% dei ricavi rispettivamente per il 39% ed il 16% dei soggetti.

Oltre la metà delle imprese assume l'organizzazione di una ditta individuale mentre il 31% si configura come società in nome collettivo. L'organico si compone mediamente di 3 addetti. Il 37% dei soggetti ha indicato 2 dipendenti.

Gli approvvigionamenti vengono principalmente effettuati mediante commercianti all'ingrosso (73% degli acquisti) e produttori (20%).

La dotazione strumentale risulta coerente con l'attività di vendita e di conservazione delle carni e si compone mediamente di 9 metri lineari di banchi frigoriferi, 3 affettatrici, 3 bilance, 2-3 tritacarne, 35 metri cubi di celle frigorifere, veicoli coibentati e autocarri.

DEFINIZIONE DELLA FUNZIONE DI RICAVO

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

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

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

In particolare sono state escluse le imprese che presentano:

- costo del venduto⁴ dichiarato negativo;
- costi e spese dichiarati nel quadro F del modello superiori ai ricavi dichiarati.

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

- **produttività per addetto** = ricavi/(numero addetti⁵ * 1.000);
- **ricarico** = ricavi/costo del venduto;
- **durata delle scorte** = (giacenza media del magazzino⁶/costo del venduto)*365.

Per ogni gruppo omogeneo è stata calcolata la distribuzione ventilica 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 **produttività per addetto** 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 Le frequenze relative ai dipendenti sono state normalizzate all'anno in base alle giornate retribuite.

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

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

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

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

Per il **ricarico** sono stati scelti i seguenti intervalli:

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

Per la **durata delle scorte** sono stati scelti i seguenti intervalli:

- fino al 18° ventile, per i cluster 1, 2, 4, 5, 6, 7, 8, 9;
- fino al 19° ventile, per i cluster 3, 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 F del modello) 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 comunale”⁷ 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”.

Inoltre, nella definizione della “funzione di ricavo”, si è tenuto conto delle differenze del prezzo di vendita della carne sul territorio nazionale, emerse dall’analisi effettuata a livello provinciale, del “Prezzo per kg (IVA compresa) delle fettine del quarto posteriore di vitellone di 1^a qualità, al 31 dicembre” comunicato dalle imprese attraverso il questionario ESM02, relativo al periodo di imposta 2001. Nell’allegato 2.C vengono riportati i valori mediani del “Prezzo per kg (IVA compresa) delle fettine del quarto posteriore di vitellone di 1^a qualità, al 31 dicembre” a livello provinciale. Nella definizione della “funzione di ricavo”, i livelli dei prezzi delle province sono stati rappresentati come un insieme di variabili dummy ed è stata analizzata la loro interazione con la variabile “costo del venduto”. Tali variabili hanno prodotto valori correttivi da applicare, nella stima del ricavo di riferimento, al coefficiente della variabile “costo del venduto”.

Nell’allegato 2.A vengono riportate le variabili ed i rispettivi coefficienti della “funzione di ricavo”.

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

APPLICAZIONE DEGLI STUDI DI SETTORE ALL'UNIVERSO DEI CONTRIBUENTI

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

- l'Analisi Discriminante⁸;
- la stima del ricavo di riferimento.

Nell'allegato 2.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.

⁸ 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 2.A

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5	TM02U
Costo del venduto	1,1851	1,0774	1,1100	1,1276	1,1634	
Costo del venduto "Quota fino a 50 mila euro"	-	-	-	-	-	
Costo del venduto "Quota fino a 60 mila euro"	0,0934	0,1937	-	-	-	
Costo del venduto "Quota fino a 70 mila euro"	-	-	-	-	0,0954	
Costo del venduto "Quota fino a 80 mila euro"	-	-	-	-	-	
Costo del venduto "Quota fino a 90 mila euro"	-	-	-	0,1110	-	
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	0,5976	0,9229	0,8680	0,6202	0,5436	
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	0,6077	0,9349	0,8216	0,6520	0,6272	
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	5.717,3383	6.407,8912	7.748,6519	7.068,2646	8.108,8156	
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	3.924,9745	6.407,8912	7.748,6519	5.797,6635	3.534,3570	
Valore dei beni strumentali	0,0562	0,1471	0,1206	0,0791	0,0794	
Costo del venduto relativo a "Prodotti di gastronomia"	-	0,1795	-	-	0,0617	
Costo del venduto relativo a "Salumi"	-	0,0988	-	-	-	

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

TM02U

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 comunale – Aree con livelli di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale</i>	-0,0126	-0,0157	-	-	-0,0260
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto <i>Gruppo 3 della territorialità del commercio a livello comunale – Aree ad alto livello di benessere, con un tessuto produttivo industriale e una rete commerciale prevalentemente tradizionale</i>	-	-	-	-	0,0096
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto <i>Gruppo 4 della territorialità del commercio a livello comunale – Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale</i>	-0,0126	-0,0157	-	-	-0,0260
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto <i>Gruppo 5 della territorialità del commercio a livello comunale – Aree con benessere molto elevato, in aree urbane e metropolitane fortemente terziarizzate e sviluppate, con una rete distributiva molto evoluta</i>	-	-	-	-	0,0096
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto <i>Gruppo 7 della territorialità del commercio a livello comunale – Aree con livello medio di benessere, con un sistema produttivo prevalentemente industriale e con una rete distributiva poco modernizzata</i>	-	-	-	-	-

CORRETTIVI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5
Correttivo da applicare al Costo del venduto <i>Valore mediano 8 del “Prezzo per kg (IVA compresa) delle fettine del quarto posteriore di vitellone di 1^a qualità, al 31 dicembre” della provincia di appartenenza</i>	-0,0215	-0,0334	-	-	-
Correttivo da applicare al Costo del venduto <i>Valore mediano 9 del “Prezzo per kg (IVA compresa) delle fettine del quarto posteriore di vitellone di 1^a qualità, al 31 dicembre” della provincia di appartenenza</i>	-0,0190	-0,0294	-	-	-
Correttivo da applicare al Costo del venduto <i>Valore mediano 10 del “Prezzo per kg (IVA compresa) delle fettine del quarto posteriore di vitellone di 1^a qualità, al 31 dicembre” della provincia di appartenenza</i>	-0,0118	-	-	-	-

Le variabili contabili vanno espresse in euro.

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

TM02U

VARIABILI	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8	CLUSTER 9	CLUSTER 10
Costo del venduto	1,1602	1,1692	1,1648	1,1734	1,1201
Costo del venduto "Quota fino a 50 mila euro"	-	-	0,1625	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 60 mila euro"	-	0,0814	-	0,0805	-
Costo del venduto "Quota fino a 70 mila euro"	-	-	-	-	0,1319
Costo del venduto "Quota fino a 80 mila euro"	0,0825	-	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 90 mila euro"	-	-	-	-	-
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	0,6901	0,5363	0,6356	0,5861	1,2083
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	0,6241	0,5465	0,6029	0,5495	0,7385
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	5.431,3841	6.380,4559	5.392,7835	5.186,7677	2.899,5217
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	4.238,6993	3.014,7438	3.071,6722	2.858,7101	2.038,8787
Valore dei beni strumentali	0,0549	0,0522	0,1020	0,0652	0,0530
Costo del venduto relativo a "Prodotti di gastronomia"	0,2218	-	-	-	-
Costo del venduto relativo a "Salumi"	-	0,0261	-	0,0326	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

TM02U

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 comunale – Aree con livelli di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale</i>	-0,0103	-0,0048	-0,0194	-0,0125	-
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto <i>Gruppo 3 della territorialità del commercio a livello comunale – Aree ad alto livello di benessere, con un tessuto produttivo industriale e una rete commerciale prevalentemente tradizionale</i>	-	0,0047	-	0,0049	-
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto <i>Gruppo 4 della territorialità del commercio a livello comunale – Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale</i>	-0,0103	-0,0048	-0,0194	-0,0125	-
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto <i>Gruppo 5 della territorialità del commercio a livello comunale – Aree con benessere molto elevato, in aree urbane e metropolitane fortemente terziarizzate e sviluppate, con una rete distributiva molto evoluta</i>	0,0056	0,0047	-	0,0049	-
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto <i>Gruppo 7 della territorialità del commercio a livello comunale – Aree con livello medio di benessere, con un sistema produttivo prevalentemente industriale e con una rete distributiva poco modernizzata</i>	-0,0152	-	-	-	-

CORRETTIVI	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8	CLUSTER 9	CLUSTER 10
Correttivo da applicare al Costo del venduto <i>Valore mediano 8 del “Prezzo per kg (IVA compresa) delle fettine del quarto posteriore di vitellone di 1^a qualità, al 31 dicembre” della provincia di appartenenza</i>	-0,0272	-0,0253	-0,0415	-0,0145	-0,0221
Correttivo da applicare al Costo del venduto <i>Valore mediano 9 del “Prezzo per kg (IVA compresa) delle fettine del quarto posteriore di vitellone di 1^a qualità, al 31 dicembre” della provincia di appartenenza</i>	-0,0237	-0,0239	-0,0230	-0,0116	-0,0221
Correttivo da applicare al Costo del venduto <i>Valore mediano 10 del “Prezzo per kg (IVA compresa) delle fettine del quarto posteriore di vitellone di 1^a qualità, al 31 dicembre” della provincia di appartenenza</i>	-0,0145	-0,0151	-0,0179	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

ALLEGATO 2.B

VARIABILI DELL'ANALISI DISCRIMINANTE

QUADRO A DEL MODELLO ALLEGATO ALLA DICHIARAZIONE:

- 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 lavoranti a domicilio

QUADRO B DEL MODELLO ALLEGATO ALLA DICHIARAZIONE:

- Locali per la vendita (Mq)
- Locali destinati a magazzino (Mq)
- Locali adibiti ad uffici (Mq)
- Superficie adibita a laboratorio per la preparazione di gastronomia (Mq)

QUADRO D DEL MODELLO ALLEGATO ALLA DICHIARAZIONE:

- Tipologia delle carni acquistate: Acquisti di carne bovina – di cui macellata in proprio
- Tipologia delle carni acquistate: Acquisti di carne suina
- Tipologia delle carni acquistate: Acquisti di carne equina
- Tipologia delle carni acquistate: Acquisti di carne equina – di cui macellata in proprio
- Tipologia delle carni acquistate: Acquisti di pollame
- Tipologia delle carni acquistate: Acquisti di conigli
- Preparazione di gastronomia pronta a cuocere
- Produzione propria di prosciutti stagionati in proprio
- Modalità di acquisto: Acquisto diretto da produttori
- Vendite: Vendite con emissione di fatture

QUADRO D DEL QUESTIONARIO:

- Prodotti merceologici venduti: Prodotti di gastronomia
- Produzione propria: Preparazione di gastronomia cotta
- Produzione propria: Produzione propria di salumi e insaccati
- Tipologia di clientela: Comunità, convivenze, mense
- Tipologia di clientela: Ristoranti e servizi di catering

QUADRO E DEL MODELLO ALLEGATO ALLA DICHIARAZIONE:

- Beni strumentali: Impastatrici – Numero
- Beni strumentali: Forni a convezione – Numero

ALLEGATO 2.C

VALORI MEDIANI DEL “PREZZO PER KG (IVA COMPRESA) DELLE FETTINE DEL QUARTO POSTERIORE DI VITELLONE DI 1A QUALITÀ, AL 31 DICEMBRE” A LIVELLO PROVINCIALE

AGRIGENTO	8	NOVARA	13
ALESSANDRIA	12	NUORO	10
ANCONA	12	ORISTANO	10
AOSTA	14	PALERMO	9
ASCOLI PICENO	11	PIACENZA	12
L'AQUILA	10	PADOVA	11
AREZZO	13	PESCARA	11
ASTI	12	PERUGIA	12
AVELLINO	8	PISA	12
BARI	9	PORDENONE	10
BERGAMO	10	PRATO	11
BIELLA	13	PARMA	13
BELLUNO	11	PISTOIA	14
BENEVENTO	8	PESARO E URBINO	14
BOLOGNA	15	PAVIA	13
BRINDISI	9	POTENZA	9
BRESCIA	11	RAVENNA	14
BOLZANO	13	REGGIO CALABRIA	10
CAGLIARI	10	REGGIO EMILIA	12
CAMPOBASSO	10	RAGUSA	8
CASERTA	8	RIETI	10
CHIETI	10	ROMA	10
CALTANISSETTA	9	RIMINI	14
CUNEO	12	ROVIGO	11
COMO	13	SALERNO	9
CREMONA	11	SIENA	12
COSENZA	9	SONDRIO	12
CATANIA	9	LA SPEZIA	13
CATANZARO	9	SIRACUSA	9
ENNA	8	SASSARI	10
FORLÌ'-CESENA	14	SAVONA	13
FERRARA	13	TARANTO	9
FOGGIA	9	TERAMO	10
FIRENZE	11	TRENTO	12
FROSINONE	10	TORINO	13
GENOVA	13	TRAPANI	10
GORIZIA	9	TERNI	11
GROSSETO	12	TRIESTE	12
IMPERIA	13	TREVISO	11
ISERNIA	9	UDINE	11
CROTONE	9	VARESE	12
LECCO	12	VERBANO	13
LECCE	8	VERCELLI	13
LIVORNO	12	VENEZIA	11
LODI	12	VICENZA	12
LATINA	9	VERONA	12
LUCCA	13	VITERBO	11
MACERATA	12	VIBO VALENZIA	9
MESSINA	10		
MILANO	12		
MANTOVA	12		
MODENA	13		
MASSA CARRARA	13		
MATERA	9		
NAPOLI	8		

- Valori espressi in euro.