

ALLEGATO 10

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

EVOLUZIONE

STUDIO DI SETTORE TM09A

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 SM09A.

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

- 50.10.0 - Commercio di autoveicoli.

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 dello Studio di Settore per il periodo d'imposta 2002.

I contribuenti interessati sono risultati pari a 8.918.

Sui modelli 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 321 posizioni.

I principali motivi di scarto sono stati:

- ricavi dichiarati maggiori di 5.164.569 euro;
- quadro F del modello (elementi contabili) non compilato;
- quadro B del modello (unità locale destinata 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 composizione dei ricavi (quadro D del modello);
- errata compilazione delle percentuali relative alla modalità di acquisto dei veicoli sia nuovi che usati (quadro D del modello);
- errata compilazione delle percentuali relative al settore ricambi ed accessori (quadro D del modello);
- 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 8.597.

IDENTIFICAZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

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

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

¹ L'Analisi in Componenti Principali è una tecnica statistica che permette di ridurre il numero delle variabili originarie di una matrice di dati quantitativi in un numero inferiore di nuove variabili dette componenti principali tra loro ortogonali

- 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 dell'attività oggetto dello studio.

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

DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

I principali aspetti strutturali delle imprese emersi dall'analisi sono:

- dimensione della struttura;
- specializzazione dei prodotti/servizi venduti;
- modalità di acquisto degli autoveicoli.

Il fattore dimensionale ha permesso di differenziare le imprese con struttura organizzativa e produttiva di dimensioni medio-grandi (cluster 1, 7, 9 e 11) dalle altre imprese.

Per quanto riguarda la specializzazione dei prodotti/servizi venduti, si possono distinguere le imprese specializzate nella vendita di veicoli usati (cluster 2, 3, 8 e 9), le imprese specializzate nella vendita di ricambi e accessori (cluster 5) e le imprese specializzate nell'offerta di servizi di officina (cluster 6).

Per quanto riguarda il terzo fattore, la prevalenza dell'acquisto dei veicoli da produttori e/o importatori distingue le imprese che si configurano come concessionarie (cluster 1, 4 e 7) dalle altre imprese. Inoltre le imprese caratterizzate dalla vendita di veicoli usati sono così distinte: quelle che acquistano da concessionarie (cluster 3) e quelle che acquistano da privati (cluster 8).

(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.

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 – CONCESSIONARI DI GRANDI DIMENSIONI

NUMEROSITÀ: 120

I soggetti appartenenti a questo cluster svolgono sia l'attività di vendita di autoveicoli, sia le attività di post-vendita, che sono così ripartite: vendita di veicoli nuovi (68% dei ricavi), vendita di veicoli usati (20%), vendita di ricambi e accessori (8%), attività di officina (4%).

La vendita di ricambi e accessori è principalmente svolta tramite la propria officina (53% dei ricavi derivanti dalla vendita di ricambi/accessori) e, in misura minore, come vendita esterna (24%) e al banco (23%).

La natura giuridica prevalente è quella di società di capitali (68% dei soggetti), seguita dalle società di persone (26%).

La struttura occupazionale è composta da 10 addetti, di cui 8 dipendenti.

Le imprese appartenenti al cluster operano in superfici di grandi dimensioni, caratterizzate da 593 mq di spazi all'aperto per l'esposizione dei veicoli, 554 mq di locali per la vendita e l'esposizione interna dei veicoli, 517 mq di locali destinati ad officina, 291 mq di locali destinati a magazzino e vendita di ricambi e accessori. Inoltre le imprese del cluster dispongono di 703 mq di locali e di 730 mq di spazi all'aperto destinati a deposito dei veicoli.

Gli acquisti delle imprese del cluster sono effettuati principalmente presso produttori e/o importatori (70% degli acquisti) e secondariamente presso altre concessionarie (16%) e privati (14%).

CLUSTER 2 – IMPRESE CHE VENDONO PREVALENTEMENTE VEICOLI USATI

NUMEROSITÀ: 1.892

I soggetti appartenenti a questo cluster sono connotati principalmente dalla vendita di veicoli usati, che rappresenta il 77% dei ricavi complessivi. La vendita di veicoli nuovi è effettuata dal 54% dei soggetti, con il 28% dei ricavi. Per il 55% delle imprese del cluster il 13% dei ricavi è costituito da provvigioni per attività di finanziamento. Raramente viene effettuata la vendita di ricambi e accessori e l'attività di officina.

La natura giuridica prevalente è quella di ditta individuale (42% dei soggetti). Il resto dei soggetti sono organizzati in forma di società di capitali (32%) e di società di persone (26%).

La struttura occupazionale vede la presenza in totale di 2 addetti.

Le superfici sulle quali le imprese del cluster esercitano la loro attività riguardano principalmente i locali per la vendita e l'esposizione interna dei veicoli (126 mq) e, per il 55% delle imprese, gli spazi per l'esposizione all'aperto dei veicoli (292 mq).

Le imprese effettuano i loro acquisti principalmente presso concessionarie (44% degli acquisti) e privati (34%). Solo il 37% delle imprese acquista direttamente da produttori/importatori (59% degli acquisti).

CLUSTER 3 – COMMERCianti DI VEICOLI USATI CHE ACQUISTANO DA CONCESSIONARI

NUMEROSITÀ: 2.515

I soggetti appartenenti a questo cluster vendono esclusivamente veicoli usati (96% dei ricavi).

La natura giuridica prevalente è quella di ditta individuale (58% dei casi), seguita dalle società di persone (22%) e dalle società di capitali (20%).

Le imprese appartenenti al cluster, ove operano in totale 2 addetti, presentano una struttura organizzativa di piccole dimensioni, caratterizzata principalmente da locali per la vendita e l'esposizione interna dei veicoli pari a 83 mq e nel 56% dei casi da spazi all'aperto per l'esposizione dei veicoli (380 mq).

L'acquisto di autoveicoli avviene quasi esclusivamente presso le concessionarie (92% degli acquisti).

CLUSTER 4 – CONCESSIONARI DI PICCOLE DIMENSIONI

NUMEROSITÀ: 529

I soggetti appartenenti a questo cluster effettuano soprattutto l'attività di vendita di veicoli nuovi (78% dei ricavi), cui si affianca l'attività di vendita di veicoli usati (15%). Completano le attività delle imprese del cluster la vendita di ricambi e accessori (5%) e l'attività di officina (36% dei soggetti per il 4% dei ricavi).

La natura giuridica prevalente è quella di società di capitali (56% dei soggetti), seguita dalle società di persone (25%) e dalle ditte individuali (19%).

La struttura occupazionale vede la presenza di 3 addetti in totale.

Le superfici utilizzate dalle imprese appartenenti al cluster riguardano principalmente l'attività di vendita. I locali per la vendita e l'esposizione interna dei veicoli sono pari a 133 mq e gli spazi all'aperto per l'esposizione dei veicoli, presenti nel 51% dei casi, sono pari a 280 mq.

Le imprese effettuano i loro acquisti prevalentemente presso produttori/importatori (85% degli acquisti) e, in misura minore, da privati (60% dei soggetti per il 15% degli acquisti) e da concessionarie (47% dei soggetti per il 13% degli acquisti).

CLUSTER 5 – COMMERCIANTI DI VEICOLI CARATTERIZZATI DALLA VENDITA DI RICAMBI E ACCESSORI

NUMEROSITÀ: 125

I soggetti appartenenti a questo cluster affiancano alla vendita di veicoli nuovi (58% dei soggetti per il 42% dei ricavi) o di veicoli usati (65% per il 30%), quella di ricambi e accessori.

La vendita di ricambi e accessori è principalmente svolta al banco (65% dei ricavi derivanti dalla vendita di ricambi e accessori) e, in misura minore, come vendita esterna (27%).

Per quanto riguarda la natura giuridica, le imprese appartenenti al cluster risultano essere, nell'ordine, ditte individuali (38%), società di capitali (36%) e società di persone (26%).

La struttura occupazionale tipica di queste imprese vede la presenza complessiva di 3 addetti (nel 46% dei casi sono presenti 2 dipendenti).

I locali destinati a magazzino e vendita di ricambi e accessori coprono 87 mq. Gli spazi all'aperto per l'esposizione dei veicoli, indicati dal 53% dei soggetti, coprono 460 mq e i locali per la vendita e l'esposizione interna dei veicoli, indicati dal 66% dei soggetti, sono pari a 155 mq.

Gli acquisti dei veicoli vengono effettuati prevalentemente presso concessionarie (57% degli acquisti), e più raramente direttamente da produttori e/o importatori (32% dei soggetti per il 71% degli acquisti) e da privati (54% per il 38%).

CLUSTER 6 – RIVENDITORI CON ATTIVITÀ DI OFFICINA

NUMEROSITÀ: 437

I soggetti presenti in questo cluster sono caratterizzati dall'affiancare l'attività di vendita di veicoli nuovi (32% dei ricavi) ed usati (26%) con il servizio di officina (23%).

La vendita di ricambi e accessori, dalla quale proviene il 16% dei ricavi, è, coerentemente con il servizio di riparazione, svolta principalmente attraverso l'officina (86%) e, in misura minore, al banco e come vendita esterna.

La natura giuridica prevalente è quella societaria, equamente ripartita tra società di capitali e di persone, seguita dalle ditte individuali (22% dei soggetti).

Le imprese appartenenti al cluster occupano 5 addetti, di cui 3 dipendenti.

Le superfici utilizzate sono costituite da 239 mq di locali destinati ad officina e da 125 mq di locali per la vendita. Gli spazi all'aperto destinati a deposito dei veicoli, presenti per il 46% delle imprese, e gli spazi all'aperto per l'esposizione dei veicoli, presenti per il 57% delle imprese, sono rispettivamente pari a 416 mq e 268 mq.

L'acquisto dei veicoli è effettuato principalmente presso concessionarie (65% degli acquisti), in misura minore da privati (25%) e nel 20% dei casi direttamente da produttori/importatori (51%).

CLUSTER 7 – CONCESSIONARIE DI MEDIE DIMENSIONI

NUMEROSITÀ: 373

I soggetti presenti in questo cluster sono caratterizzati dalla vendita di veicoli nuovi (77% dei ricavi), cui si affianca la vendita di veicoli usati (11%) e la vendita di ricambi e accessori (8%).

La natura giuridica prevalente è rappresentata dalle società di capitali (68% dei soggetti), seguita dalle società di persone (22%).

Le imprese appartenenti al cluster occupano 8 addetti, di cui 5-6 sono dipendenti.

Le superfici utilizzate sono di dimensioni medio-grandi, con 276 mq di locali per la vendita, 267 mq di spazi all'aperto per l'esposizione dei veicoli, 266 mq di locali destinati ad officina, 131 mq di locali destinati a magazzino e vendita di ricambi e accessori. Gli spazi all'aperto destinati a deposito dei veicoli, presenti nel 59% dei casi, e gli spazi al coperto, presenti nel 56% dei casi, sono rispettivamente pari a 515 mq e 326 mq.

Gli acquisti sono effettuati prevalentemente presso produttori e/o importatori (86% degli acquisti) e, marginalmente, da privati (8%) e concessionarie (6%).

CLUSTER 8 – COMMERCIANI DI VEICOLI USATI CHE ACQUISTANO DA PRIVATI

NUMEROSITÀ: 890

I soggetti presenti in questo cluster sono caratterizzati dalla assoluta predominanza della vendita di veicoli usati, che rappresenta il 94% dei ricavi totali. Solo il 23% dei soggetti dichiara ricavi derivanti dalla vendita di veicoli nuovi (12%). L'acquisto dei veicoli, sia nuovi che usati, è effettuato quasi esclusivamente da privati (88%) e, secondariamente, da concessionarie. Raramente le attività di officina e di vendita di ricambi e accessori sono presenti.

La natura giuridica prevalente è rappresentata dalle ditte individuali (55% dei soggetti), seguita dalle società di persone (23%) e dalle società di capitali (22%).

Le imprese appartenenti al cluster occupano 2 addetti.

Le superfici utilizzate sono generalmente di dimensioni ridotte. Hanno comunque una certa rilevanza i locali destinati alla vendita (presenti nel 73% dei casi, con una media di 121 mq) e gli spazi all'aperto per l'esposizione dei veicoli (presenti nel 55% dei casi, con una media di 305 mq).

CLUSTER 9 – IMPRESE DI MEDIO-GRANDI DIMENSIONI CHE VENDONO PREVALENTEMENTE VEICOLI USATI

NUMEROSITÀ: 180

I soggetti presenti in questo cluster sono caratterizzati dalla prevalenza della vendita di veicoli usati, che rappresenta il 71% del totale ricavi, seguita dalla vendita di veicoli nuovi (21%).

La natura giuridica prevalente è rappresentata dalle società di capitali (54% dei soggetti), seguita dalle società di persone (27%).

Le imprese appartenenti al cluster occupano 5 addetti, di cui 3 dipendenti.

Per quanto riguarda le superfici utilizzate, si segnala l'assoluta predominanza degli spazi all'aperto per l'esposizione dei veicoli, che coprono oltre 2.000 mq, e degli spazi all'aperto per il deposito dei veicoli (53% delle imprese, oltre 3000 mq). I locali destinati alla vendita e l'esposizione interna dei veicoli sono presenti nel 57% dei casi, con una media di 254 mq, mentre i locali destinati a magazzino e vendita di ricambi e accessori sono presenti nel 36% dei casi, con una media di 147 mq. I locali destinati ad officina sono invece presenti nel 39% dei casi (395 mq).

Gli acquisti sono effettuati principalmente presso concessionarie (57% degli acquisti), in misura minore da privati (21%) e direttamente da produttori/importatori (40% dei soggetti per il 55% degli acquisti).

CLUSTER 10 – IMPRESE CHE VENDONO VEICOLI NUOVI ACQUISTATI DA CONCESSIONARI (SUBCONCESSIONARI)

NUMEROSITÀ: 1.043

I soggetti presenti in questo cluster sono caratterizzati dalla prevalenza della vendita di veicoli nuovi (79% dei ricavi), seguita dalla vendita di veicoli usati (15%), e dagli acquisti effettuati quasi esclusivamente presso concessionarie (90% degli acquisti).

Le attività di officina e di vendita di ricambi e accessori rappresentano una parte marginale del totale dei ricavi.

La natura giuridica prevalente è rappresentata dalle società di capitali (39% dei soggetti), seguita dalle ditte individuali (32%) e dalle società di persone (29%).

Le imprese appartenenti al cluster occupano 3 addetti (nel 50% dei casi sono presenti 2 dipendenti).

I locali destinati alla vendita ed esposizione interna dei veicoli sono di 145 mq, mentre gli spazi all'aperto per l'esposizione dei veicoli sono presenti nel 50% dei casi, con una media di 265 mq.

CLUSTER 11 – RIVENDITORI DI GRANDI DIMENSIONI

NUMEROSITÀ: 451

I soggetti presenti in questo cluster vendono sia veicoli nuovi (49% dei ricavi) sia veicoli usati (40%). Completano le attività la vendita di ricambi e accessori (4%) e le attività di officina (4%).

La natura giuridica prevalente è rappresentata dalle società di capitali (57% dei soggetti), seguita dalle società di persone (28%).

Le imprese appartenenti al cluster occupano 7 addetti, di cui 5 dipendenti, e dispongono di superfici di grandi dimensioni. Si rilevano 466 mq di spazi all'aperto per l'esposizione dei veicoli, 379 mq di locali destinati alla vendita ed esposizione interna dei veicoli, 260 mq di locali destinati ad officina. Gli spazi destinati a deposito dei veicoli riguardano: all'aperto 621 mq e al coperto 489 mq, indicati entrambi dal 58% dei soggetti.

Gli acquisti sono effettuati prevalentemente presso concessionarie (65% degli acquisti) e, in misura minore, da privati (23%).

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.

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 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);
- *rotazione del magazzino* = costo del venduto/ giacenza media del magazzino⁶;
- *ricarico* = ricavi/costo del venduto.

Per ogni gruppo omogeneo, distintamente per forma giuridica e sulla base del personale dipendente, è stata calcolata la distribuzione ventile di ciascuno degli indicatori precedentemente definiti e poi sono state selezionate le imprese che presentavano valori degli indicatori contemporaneamente all’interno di un determinato intervallo, per costituire il campione di riferimento.

Per la *produttività per addetto* sono stati scelti i seguenti intervalli:

- dal 1° al 19° ventile, per i cluster 1, 6, 7, 9, 11;
- dal 2° al 17° ventile, per il cluster 2;
- dal 2° al 18° ventile, per il cluster 3;
- dal 1° al 17° ventile, per il cluster 4;
- dal 3° al 19° ventile, per i cluster 5, 8;
- dal 1° al 18° ventile, per il cluster 10.

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

- dal 1° ventile, per il cluster 1;
- dal 2° al 18° ventile, per i cluster 2, 3, 5, 6;

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.

Le frequenze relative ai non dipendenti (ad eccezione dei collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell’impresa e degli amministratori non soci) sono state normalizzate all’anno in base alle percentuali di lavoro prestato.

Numero addetti (ditte individuali) = 1 + numero dipendenti a tempo pieno + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero 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 familiari diversi che prestano attività nell’impresa + numero associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell’impresa + numero associati in partecipazione diversi;

numero addetti = (società) Numero dipendenti a tempo pieno + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero 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 familiari diversi che prestano attività nell’impresa + numero associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell’impresa + numero associati in partecipazione diversi + numero soci con occupazione prevalente nell’impresa + numero soci diversi + numero amministratori non soci.

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

- fino al 17° ventile, per il cluster 4;
- dal 1° al 19° ventile, per i cluster 7, 9, 11;
- dal 3° al 19° ventile, per il cluster 8;
- dal 1° al 18° ventile, per il cluster 10.

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

- dal 1° ventile, per il cluster 1;
- dal 2° al 18° ventile, per i cluster 2, 6, 10;
- dal 2° al 19° ventile, per i cluster 3, 4, 7, 9, 11;
- dal 4° al 18° ventile, per il cluster 5;
- dal 3° al 18° ventile, per il cluster 8.

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 comunale⁷” 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 **10.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 Discriminante⁸;

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

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.

- la stima del ricavo di riferimento.

Nell'allegato **10.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.

ALLEGATO 10.A

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

TM09A

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5	CLUSTER 6
Costo del Venduto	1,0956	1,0940	1,0961	1,0819	1,1196	1,0679
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	0,6249	0,7049	0,7640	0,7067	0,9230	0,9090
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	0,8266	0,7618	1,1241	0,6738	0,5743	0,9081
Valore dei beni strumentali	-	0,1015	0,0893	0,1297	-	0,1091
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale e familiari diversi (numero normalizzato)	-	-	5.934,5377	-	-	7.446,5828
Soci e associati in partecipazione (numero normalizzato)	-	-	5.934,5377	-	-	7.446,5828
Costo del Venduto "Quota fino a 60.000 euro"	-	-	-	-	0,3212	-
Costo del Venduto "Quota fino a 70.000 euro"	-	-	-	-	-	-
Costo del Venduto "Quota fino a 90.000 euro"	-	-	-	-	-	0,2391
Costo del Venduto "Quota fino a 100.000 euro"	-	-	0,1726	-	-	-
Costo del Venduto "Quota fino a 120.000 euro"	-	0,1451	-	-	-	-
Costo del Venduto "Quota fino a 150.000 euro"	-	-	-	-	-	-
Costo del Venduto "Quota fino a 250.000 euro"	-	-	-	-	-	-
Costo del Venduto "Quota fino a 300.000 euro"	-	-	-	-	-	-
Costo del Venduto "Quota fino a 380.000 euro"	-	-	-	-	-	-
Costo del Venduto "Quota fino a 500.000 euro"	-	-	-	0,0707	-	-
Costo del Venduto relativo a "Vendita di veicoli nuovi"	-	-0,0148	-	-	-	-
Costo del Venduto relativo a "Attività dell' officina (con esclusivo riferimento alla vendita di manodopera)"	-	-	-	-	-	0,0917
Veicoli venduti con finanziamenti - Numero	-	122,6713	-	-	-	-
Costi dei ricambi e degli accessori utilizzati per il ricondizionamento dei veicoli usati	-	0,0725	0,0510	-	-	-
Costo del Venduto dei ricambi ed accessori (*)	-	-	0,1463	-	-	0,0843

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

(*) Esistenze iniziali relative ai ricambi e accessori di veicoli - Rimanenze finali relative ai ricambi e accessori di veicoli + Acquisti di ricambi e accessori di veicoli.

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

TM09A

CORRETTIVI TERRITORIALI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5	CLUSTER 6
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>	-	-0,0238	-0,0280	-	-	-
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>	-	0,0137	-	-	-	-
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>	-	-0,0238	-0,0280	-	-	-
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>	-	0,0137	-	-	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

VARIABILI	CLUSTER 7	CLUSTER 8	CLUSTER 9	CLUSTER 10	CLUSTER 11
Costo del Venduto	1,0896	1,0893	1,0966	1,0801	1,0751
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	0,4330	0,9214	0,9507	0,6367	0,9022
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	0,6438	0,8514	1,0653	0,5440	0,9422
Valore dei beni strumentali	0,1595	-	-	0,1509	0,0932
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale e familiari diversi (numero normalizzato)	-	8.810,5634	-	5.720,6062	-
Soci e associati in partecipazione (numero normalizzato)	-	8.810,5634	-	5.720,6062	-
Costo del Venduto "Quota fino a 60.000 euro"	-	-	-	-	-
Costo del Venduto "Quota fino a 70.000 euro"	-	0,2355	-	-	-
Costo del Venduto "Quota fino a 90.000 euro"	-	-	-	-	-
Costo del Venduto "Quota fino a 100.000 euro"	-	-	-	-	-
Costo del Venduto "Quota fino a 120.000 euro"	-	-	-	-	-
Costo del Venduto "Quota fino a 150.000 euro"	-	-	-	0,1153	-
Costo del Venduto "Quota fino a 250.000 euro"	-	-	0,1028	-	-
Costo del Venduto "Quota fino a 300.000 euro"	-	-	-	-	0,0981
Costo del Venduto "Quota fino a 380.000 euro"	0,1441	-	-	-	-
Costo del Venduto "Quota fino a 500.000 euro"	-	-	-	-	-
Costo del Venduto relativo a "Vendita di veicoli nuovi"	-	-	-0,0299	-	-0,0195
Costo del Venduto relativo a "Attività dell' officina (con esclusivo riferimento alla vendita di manodopera)"	-	-	-	0,0754	-
Veicoli venduti con finanziamenti - Numero	-	-	-	-	184,2478
Costi dei ricambi e degli accessori utilizzati per il ricondizionamento dei veicoli usati	-	-	-	-	-
Costo del Venduto dei ricambi ed accessori (*)	-	-	-	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

(*) Esistenze iniziali relative ai ricambi e accessori di veicoli - Rimanenze finali relative ai ricambi e accessori di veicoli + Acquisti di ricambi e accessori di veicoli.

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

TM09A

CORRETTIVI TERRITORIALI	CLUSTER 7	CLUSTER 8	CLUSTER 9	CLUSTER 10	CLUSTER 11
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>	-	-0,0335	-	-0,0108	-
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>	-	-	-	-	-
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>	-	-0,0335	-	-0,0108	-
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>	-	-	-	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

ALLEGATO 10.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 lavoratori a domicilio

QUADRO B DEL MODELLO ALLEGATO ALLA DICHIARAZIONE:

- Locali per la vendita e l'esposizione interna dei veicoli (Mq)
- Locali destinati a magazzino e vendita di ricambi ed accessori (Mq)
- Locali destinati a deposito veicoli (Mq)
- Spazi all'aperto destinati all'esposizione dei veicoli (Mq)
- Spazi all'aperto destinati a deposito dei veicoli (Mq)
- Locali destinati a deposito dei veicoli delle strutture non annesse all'unità locale destinata all'attività di vendita (Mq)
- Spazi all'aperto destinati a deposito dei veicoli delle strutture non annesse all'unità locale destinata all'attività di vendita (Mq)

QUADRO D DEL MODELLO ALLEGATO ALLA DICHIARAZIONE:

- Composizione percentuale dei ricavi: Vendita di veicoli nuovi
- Composizione percentuale dei ricavi: Vendita di veicoli usati
- Composizione percentuale dei ricavi: Vendita di parti di ricambio ed accessori
- Composizione percentuale dei ricavi: Attività dell'officina (con esclusivo riferimento alla vendita di manodopera)
- Modalità di acquisto dei veicoli sia nuovi che usati: Acquisto diretto da produttori e/o importatori
- Modalità di acquisto dei veicoli sia nuovi che usati: Acquisto da concessionarie (reti ufficiali di vendita) e/o altri commercianti di veicoli
- Modalità di acquisto dei veicoli sia nuovi che usati: Acquisto da privati
- Settore ricambi ed accessori: Vendita al banco
- Settore ricambi ed accessori: Vendita tramite la propria officina (a seguito di interventi di riparazione)