

ALLEGATO 18

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

EVOLUZIONE

STUDIO DI SETTORE TM27B

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 SM27B.

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

- 52.23.0 – Commercio al dettaglio di pesci, crostacei e molluschi.

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 4.895.

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 332 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 ai prodotti merceologici venduti (quadro D del modello);
- errata compilazione delle percentuali relative alla modalità di acquisto (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 4.563.

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 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 nove gruppi omogenei di imprese.

DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Lo studio analizza il comparto del commercio al dettaglio di pesci, crostacei e molluschi.

L'analisi ha portato all'individuazione di 9 gruppi omogenei, differenziati in funzione dei seguenti elementi:

- prodotti merceologici venduti;
- dimensioni della struttura organizzativa;
- modalità di acquisto;
- localizzazione;
- stagionalità;
- presenza di più punti vendita.

Tutti i soggetti analizzati hanno un assortimento piuttosto limitato, trattando quasi esclusivamente pesce, crostacei e molluschi, ad eccezione del cluster 7 che vende anche prodotti surgelati.

Nelle imprese in esame generalmente operano 1 o 2 addetti e le superfici di vendita sono di dimensioni limitate. Si evidenzia tuttavia la presenza di un cluster con una struttura più articolata in termini di addetti, superfici di vendita e dotazione di beni strumentali (cluster 2).

Gli acquisti vengono effettuati perlopiù da commercianti all'ingrosso, ad eccezione dei soggetti appartenenti ai cluster 1 e 9 che acquistano prevalentemente da mercati generali o da aste (cluster 1) e da produttori e/o cooperative (cluster 9).

Per quanto riguarda la localizzazione si rilevano punti vendita ubicati all'interno di supermercati o ipermercati (cluster 3) e punti vendita ubicati in centri commerciali al dettaglio (cluster 6).

L'apertura stagionale è la caratteristica principale del cluster 5.

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.

Lo svolgimento dell'attività in due o più punti vendita contraddistingue, infine, le imprese del cluster 8.

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

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

CLUSTER 1 – PUNTI VENDITA CHE ACQUISTANO DA MERCATI GENERALI O DA ASTE

NUMEROSITÀ: 727

I soggetti appartenenti al cluster vendono pesce, crostacei e molluschi freschi (98% dei ricavi) che acquistano prevalentemente da mercati generali o da aste (89% degli acquisti). Una parte residuale dei prodotti è acquistata anche da commercianti all'ingrosso (27% degli acquisti per il 38% dei soggetti).

Si tratta in massima parte di ditte individuali (84% dei casi) dove lavora generalmente il solo titolare.

La struttura è formata da locali destinati alla vendita e all'esposizione della merce di 25 mq; nel 49% dei casi si rileva la presenza di 3 metri lineari di esposizione fronte strada e nel 38% è presente un magazzino (14 mq).

La dotazione di beni strumentali è composta da 1 bilancia a calcolo automatico, 1 punto cassa e 1 impianto di refrigerazione (armadi, celle, vasche frigorifere e freezer). Il 35% dei soggetti dispone di 1 veicolo coibentato.

CLUSTER 2 – PUNTI VENDITA DI MEDIO - GRANDI DIMENSIONI

NUMEROSITÀ: 424

I soggetti appartenenti al cluster, che vendono quasi esclusivamente pesce, crostacei e molluschi freschi (94% dei ricavi), hanno dimensioni superiori alla media del settore in termini di numero di addetti, spazi destinati allo svolgimento dell'attività e beni strumentali.

Si tratta prevalentemente di ditte individuali (58% dei casi) e società di persone (36%) e occupano complessivamente 3 addetti.

L'attività è svolta in una struttura formata da locali destinati alla vendita e all'esposizione della merce di 50 mq, con 3 metri lineari di esposizione fronte strada; sono inoltre presenti locali destinati a magazzino (26 mq per il 57% dei soggetti), a uffici (9 per il 32%) e alla lavorazione dei prodotti (21 per il 26%).

La dotazione dei beni strumentali comprende 1 punto cassa, 2 bilance a calcolo automatico e 2-3 impianti di refrigerazione (armadi, celle, vasche frigorifere e freezer); nel 68% dei casi sono presenti banconi frigoriferi e freezer (6 metri lineari). Inoltre le imprese del cluster dispongono spesso di 1 veicolo coibentato.

L'acquisto della merce avviene da commercianti all'ingrosso (75% degli acquisti), da mercati generali o da aste (50% degli acquisti per il 35% dei soggetti) e da produttori e/o cooperative (24% per il 25%).

I ricavi derivanti da vendite con emissione di fattura e le spese di pubblicità, propaganda e rappresentanza sono superiori alla media.

CLUSTER 3 – PUNTI VENDITA LOCALIZZATI IN SUPERMERCATI O IPERMERCATI

NUMEROSITÀ: 54

Il cluster è formato da imprese localizzate all'interno di supermercati o ipermercati, con spazi per la vendita e l'esposizione della merce (19 mq) di dimensioni inferiori alla media. Le imprese del cluster sono generalmente ubicate in comuni di medio-grandi dimensioni.

I soggetti appartenenti al cluster operano per lo più sotto forma di ditte individuali (63% dei casi) e società di persone (33%) e occupano complessivamente 1-2 addetti.

L'assortimento merceologico è limitato quasi esclusivamente a pesce, crostacei e molluschi freschi (96% dei ricavi) che vengono acquistati per lo più da commercianti all'ingrosso (65% degli acquisti) e da mercati generali o da aste (74% degli acquisti per il 35% dei soggetti).

All'interno del punto vendita si trovano 1 bilancia a calcolo automatico, 1 punto cassa e 1 impianto di refrigerazione (armadi, celle, vasche frigorifere e freezer).

CLUSTER 4 – PUNTI VENDITA CHE ACQUISTANO DA COMMERCianti ALL'INGROSSO

NUMEROSITÀ: 1.941

Il cluster è formato da imprese che vendono pesce, crostacei e molluschi freschi (98% dei ricavi) acquistati quasi esclusivamente da commercianti all'ingrosso (92% degli acquisti).

Si tratta prevalentemente di ditte individuali (85% dei casi) in cui lavora il solo titolare.

Per lo svolgimento dell'attività i soggetti appartenenti al cluster dispongono di locali destinati alla vendita e all'esposizione della merce di 26 mq, con 3 metri lineari di esposizione fronte strada (nel 44% dei casi); il 32% delle imprese dispone inoltre di un magazzino (14 mq).

La dotazione dei beni strumentali comprende 1 bilancia a calcolo automatico, 1 punto cassa e 1 impianto di refrigerazione (armadi, celle, vasche frigorifere e freezer).

CLUSTER 5 – PUNTI VENDITA CON APERTURA STAGIONALE

NUMEROSITÀ: 70

I soggetti appartenenti al cluster, che vendono quasi esclusivamente pesce, crostacei e molluschi freschi (95% dei ricavi), sono caratterizzati dall'apertura stagionale fino a 3 mesi (54% dei casi) e fino a 6 mesi (46%).

Si tratta in massima parte di ditte individuali (90% dei soggetti) dove lavora generalmente il solo titolare.

Le imprese del cluster dispongono di locali destinati alla vendita e all'esposizione della merce di 29 mq; nel 49% dei casi si riscontra inoltre la presenza di 3 metri lineari di esposizione fronte strada e nel 31% è presente un magazzino di 17 mq.

All'interno del punto vendita si rileva la presenza di 1 bilancia a calcolo automatico, 1 punto cassa e 1 impianto di refrigerazione (armadi, celle, vasche frigorifere e freezer); il 41% dei soggetti dispone inoltre di banconi frigoriferi e freezer (3 metri lineari).

L'acquisto avviene perlopiù da commercianti all'ingrosso (68% degli acquisti) e, in misura minore, da produttori e/o cooperative (52% degli acquisti per il 31% dei soggetti) e da mercati generali o da aste (70% per il 21%).

CLUSTER 6 – PUNTI VENDITA LOCALIZZATI IN CENTRI COMMERCIALI AL DETTAGLIO

NUMEROSITÀ: 263

Il cluster raggruppa le imprese che vendono pesce, crostacei e molluschi freschi (97% dei ricavi) caratterizzate dalla localizzazione all'interno di centri commerciali al dettaglio. I soggetti del cluster sono perlopiù ubicati in comuni di medio - grandi dimensioni.

Si tratta prevalentemente di ditte individuali (76% dei casi). Il totale addetti è pari a 1-2 unità.

La struttura è formata da locali destinati alla vendita e all'esposizione della merce (17 mq) di dimensioni inferiori alla media.

La dotazione di beni strumentali comprende 1 bilancia a calcolo automatico, 1 punto cassa, 1 impianto di refrigerazione (armadi, celle, vasche frigorifere e freezer); il 47% dei soggetti dispone inoltre di banconi frigoriferi (4 metri lineari) e circa una impresa su tre è dotata di 1 veicolo coibentato.

Le imprese del cluster acquistano prevalentemente da commercianti all'ingrosso (65% degli acquisti), seguono mercati generali o aste (70% degli acquisti per il 38% dei soggetti).

CLUSTER 7 – PUNTI VENDITA DI PRODOTTI FRESCHI E SURGELATI

NUMEROSITÀ: 580

Al cluster appartengono le imprese che alla vendita di pesce, crostacei e molluschi freschi (63% dei ricavi) affiancano la vendita di prodotti surgelati (34%).

Le imprese del cluster operano prevalentemente sotto forma di ditte individuali (78% dei casi), seguite dalle società di persone (21% dei casi), e occupano complessivamente 1-2 addetti.

I locali destinati alla vendita e all'esposizione della merce sono di 34 mq; il 57% dei soggetti dispone di 3 metri lineari di esposizione fronte strada e il 48% di un magazzino (19 mq).

All'interno del punto vendita si rileva la presenza di 1 bilancia a calcolo automatico e 1 punto cassa. Coerentemente con la specializzazione merceologica, i soggetti appartenenti al cluster dispongono di banconi frigoriferi e freezer (3 metri lineari) e di 2 impianti di refrigerazione (armadi, celle, vasche frigorifere e freezer). Nel 36% dei casi si riscontra la presenza di 1 veicolo coibentato.

L'acquisto della merce avviene perlopiù da commercianti all'ingrosso (79% degli acquisti) e da mercati generali o da aste (50% degli acquisti per il 27% dei soggetti).

CLUSTER 8 – IMPRESE CON PIÙ PUNTI VENDITA

NUMEROSITÀ: 112

Nel cluster rientrano le imprese che operano con due o più punti vendita. Il venduto è costituito quasi esclusivamente da pesce, crostacei e molluschi freschi (92% dei ricavi) e, in misura minore, da prodotti surgelati (18% dei ricavi per il 40% dei soggetti).

Le imprese del cluster sono distribuite tra ditte individuali (62% dei casi) e società di persone (37% dei casi) e occupano complessivamente 3 addetti.

La superficie complessiva dei locali destinati alla vendita e all'esposizione della merce è di 62 mq; il 47% dei soggetti dispone di magazzino (21 mq).

All'interno dei punti vendita si rileva complessivamente la presenza di 2 punti cassa, 2 bilance a calcolo automatico, 2 impianti di refrigerazione (celle, armadi, vasche frigorifere e freezer) e banconi frigoriferi e freezer (6 metri lineari per il 60% dei soggetti); inoltre il 46% dei soggetti dispone di 1-2 veicoli coibentati.

L'acquisto della merce avviene da commercianti all'ingrosso (61% degli acquisti) e da mercati generali o da aste (66% degli acquisti per il 39% dei soggetti).

CLUSTER 9 – PUNTI VENDITA CHE ACQUISTANO DA PRODUTTORI E/O COOPERATIVE

NUMEROSITÀ: 362

Al cluster appartengono le imprese che vendono quasi esclusivamente pesce, crostacei e molluschi freschi (97% dei ricavi) ed effettuano gli acquisti prevalentemente da produttori e/o cooperative (79% degli acquisti).

Si tratta in prevalenza di ditte individuali (86% dei casi) dove lavora generalmente il solo titolare.

Per lo svolgimento dell'attività si rileva la presenza di locali destinati alla vendita e all'esposizione della merce di 25 mq; il 46% dei soggetti dispone di 3 metri lineari di esposizione fronte strada e il 33% di un magazzino (14 mq).

La dotazione di beni strumentali comprende 1 punto cassa, 1 bilancia a calcolo automatico e 1 impianto di refrigerazione (armadi, celle, vasche frigorifere e freezer). Circa un terzo dei soggetti dispone di 1 veicolo coibentato.

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".

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.

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, distintamente per imprese con e senza personale dipendente e sulla base della localizzazione territoriale, 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 2° al 19° ventile, per i cluster 1, 4, 6, 7, 9;
- dal 1° al 19° ventile, per i cluster 2, 3;
- dal 1° ventile, per il cluster 5;
- dal 2° ventile, per il cluster 8.

Per il **ricarico**,

con riferimento alle imprese che appartengono ai cluster territoriali 1 e 4 della “territorialità del commercio a livello comunale”⁷, sono stati scelti i seguenti intervalli:

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

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

numero addetti = Numero dipendenti a tempo pieno + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero (società) assunti con contratto di formazione e lavoro o a termine e lavoratori a domicilio + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa + numero 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.

⁷ Si sono utilizzati i risultati di uno studio relativo alla “territorialità del commercio a livello comunale” 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.

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

- dal 7° al 19° ventile, per il cluster 6;

con riferimento alle imprese che non appartengono ai cluster territoriali 1 e 4 della “territorialità del commercio a livello comunale”, sono stati scelti i seguenti intervalli:

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

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

- fino al 18° ventile, per i cluster 1, 2, 4, 6, 7, 8, 9;
- fino al 19° ventile, per il cluster 5;
- non sono stati effettuati tagli per il cluster 3.

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 comunale⁸” 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 18.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:

⁸ I criteri e le conclusioni dello studio sono riportati nell'apposito Decreto Ministeriale.

- l'Analisi Discriminante⁹;
- la stima del ricavo di riferimento.

Nell'allegato 18.B vengono riportate le variabili strutturali risultate significative nell'Analisi Discriminante.

Non si è proceduto nel modo standard di operare dell'Analisi Discriminante in cui si attribuisce univocamente un contribuente al gruppo di massima probabilità; infatti, a parte il caso in cui la distribuzione di probabilità si concentri totalmente su di un unico gruppo omogeneo, sono considerate sempre le probabilità di appartenenza a ciascuno dei gruppi omogenei.

Per ogni impresa viene determinato il ricavo di riferimento puntuale ed il relativo intervallo di confidenza.

Tale ricavo è dato dalla media dei ricavi di riferimento di ogni gruppo omogeneo, calcolati come somma dei prodotti fra i coefficienti del gruppo stesso e le variabili dell'impresa, ponderata con le relative probabilità di appartenenza.

Anche l'intervallo di confidenza è ottenuto come media degli intervalli di confidenza, al livello del 99,99%, per ogni gruppo omogeneo ponderata con le relative probabilità di appartenenza.

⁹ 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 18.A

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

TM27B

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5
Costo del venduto	1,2278	1,1291	1,1131	1,2046	1,1453
Logaritmo in base 10 del Costo del venduto	969,0699	-	-	1.038,5947	816,1703
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	0,6767	0,9045	1,5806	0,6841	1,8017
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	0,3307	0,6756	1,5806	0,5987	1,5773
Valore dei beni strumentali	-	0,1116	-	0,0809	-
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale e familiari diversi (numero normalizzato)	2.536,2733	3.049,4145	-	1.114,9886	-
Soci e associati in partecipazione (numero normalizzato)	2.536,2733	3.049,4145	-	1.114,9886	-
Costo del venduto "Quota fino a 60 mila euro"	-	-	0,1450	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 70 mila euro"	-	0,1230	-	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.
- Il logaritmo in base 10 è calcolato per i soli valori maggiori di zero della variabile cui si riferisce.

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO
TM27B

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>	-0,0538	-	-	-0,0530	-
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>	-	0,0156	-	-	0,0486
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>	-0,0302	-	-	-0,0471	-
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>	-	0,0156	-	-	0,0486

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO**TM27B**

VARIABILI	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8	CLUSTER 9
Costo del venduto	1,2302	1,1565	1,1636	1,1876
Logaritmo in base 10 del Costo del venduto	662,1242	1.254,9464	1.204,6280	974,1090
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	0,9124	0,4870	0,4952	1,0760
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	0,2325	0,6016	0,4952	0,6638
Valore dei beni strumentali	0,0792	0,0991	0,1252	0,0656
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale e familiari diversi (numero normalizzato)	-	4.949,3669	-	-
Soci e associati in partecipazione (numero normalizzato)	-	4.949,3669	-	-
Costo del venduto “Quota fino a 60 mila euro”	-	-	-	-
Costo del venduto “Quota fino a 70 mila euro”	-	-	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.
- Il logaritmo in base 10 è calcolato per i soli valori maggiori di zero della variabile cui si riferisce.

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO
TM27B

CORRETTIVI TERRITORIALI	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8	CLUSTER 9
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>	-0,0631	-0,0230	-	-0,0326
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>	-	0,0168	-	-
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>	-0,0631	-0,0230	-	-0,0326
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>	-	0,0168	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

ALLEGATO 18.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 destinati alla vendita ed all'esposizione interna della merce (Mq)
- Porte fronte strada – Numero
- Punti cassa complessivi – Numero
- Giorni di apertura nell'anno – Numero
- Apertura stagionale (1 = fino a tre mesi; 2 = fino a sei mesi; 3 = fino a nove mesi)
- Localizzazione (1 = autonoma; 2 = in centro commerciale al dettaglio; 3 = in supermercati o ipermercati)

QUADRO D DEL MODELLO ALLEGATO ALLA DICHIARAZIONE:

- Prodotti merceologici venduti: Pesci, crostacei e molluschi freschi
- Prodotti merceologici venduti: Surgelati
- Modalità di acquisto: Acquisti da produttori e/o cooperative
- Modalità di acquisto: Acquisti da mercati generali o da aste
- Costi e spese specifici: Spese di pubblicità, propaganda e rappresentanza

QUADRO E DEL MODELLO ALLEGATO ALLA DICHIARAZIONE:

- Veicoli coibentati – Portata in quintali
- Banconi frigoriferi e freezer – Metri lineari