

ALLEGATO 2

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

EVOLUZIONE

STUDIO DI SETTORE TM21A

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 SM21A.

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

- 51.31.0 - Commercio all'ingrosso di frutta e ortaggi.

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 2003, completati con ulteriori informazioni contenute nel questionario ESM21 inviato ai contribuenti per l'evoluzione dello studio in oggetto.

I contribuenti interessati sono risultati pari a 7.013.

Il numero dei soggetti i cui modelli sono stati completati con le informazioni contenute nei relativi questionari è stato pari a 4.991.

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 605 posizioni.

I principali motivi di scarto sono stati:

- ricavi dichiarati maggiori di 5.164.569 euro;
- quadro F del modello (elementi contabili) non compilato;
- presenza di attività secondarie con un'incidenza sui ricavi complessivi superiore al 20%;
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia dell'attività (quadro D del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative alle categorie merceologiche prevalenti (quadro D del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative alle fonti di approvvigionamento (quadro D del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia di clientela (quadro D del modello);
- errata compilazione delle percentuali relative all'area di mercato (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 4.386.

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 (indipendenti, incorrelate) che

- un procedimento di *Cluster Analysis* ².

L'utilizzo combinato delle due tecniche è preferibile rispetto a un'applicazione diretta delle tecniche di clustering.

In effetti, tanto maggiore è il numero di variabili su cui effettuare il procedimento di classificazione, tanto più complessa e meno precisa risulta l'operazione di clustering.

Per limitare l'impatto di tale problematica, la classificazione dei contribuenti è stata effettuata a partire dai risultati dell'analisi fattoriale, basandosi quindi su un numero ridotto di variabili (i fattori) che consentono, comunque, di mantenere il massimo delle informazioni originarie.

In un procedimento di clustering di tipo multidimensionale, quale quello adottato, l'omogeneità dei gruppi deve essere interpretata, non tanto in rapporto alle caratteristiche delle singole variabili, quanto in funzione delle principali interrelazioni esistenti tra le variabili esaminate che contraddistinguono il gruppo stesso e che concorrono a definirne il profilo.

Le variabili prese in esame nell'Analisi in Componenti Principali sono quelle presenti in tutti i quadri 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 dell'attività, alla specializzazione merceologica, 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 diciotto gruppi omogenei di imprese.

DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Lo studio analizza il comparto del commercio all'ingrosso di prodotti ortofrutticoli. Gli operatori del settore sono stati suddivisi in base ai seguenti criteri di classificazione:

- tipologia di attività;
- fonte di approvvigionamento;
- tipologia di clientela;
- specializzazione merceologica;
- dimensione;
- stagionalità.

Con riferimento alla tipologia di attività sono state individuate le seguenti categorie di operatori: concessionari ovvero operatori che esercitano la propria attività all'interno di un mercato generale (cluster 4, 10 e 11), distributori ovvero operatori che esercitano l'attività di ingrosso con consegna al cliente (cluster 3, 5 e 12), grossisti che esercitano la vendita interna (cluster 1 e 7), grossisti che effettuano la tentata vendita (cluster 9), grossisti con vendita al dettaglio in appositi locali (cluster 14) e commissionari ovvero operatori che si occupano di intermediazione per la vendita in conto terzi con contratto di commissione (cluster 6).

Sia i grossisti di mercato che quelli fuori mercato sono stati distinti, inoltre, in base alla principale fonte di approvvigionamento. Da un lato, sono stati individuati i grossisti che per semplicità chiameremo di primo livello ovvero gli operatori che si approvvigionano prevalentemente alla produzione (cluster 1, 3, 5 e 11) e vendono soprattutto ad altri grossisti; dall'altro lato, i cosiddetti grossisti di secondo livello ovvero gli operatori che si approvvigionano presso altri fornitori, in prevalenza altri grossisti oppure presso i mercati generali (cluster 4, 7 e

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.

12) e vendono principalmente ai dettaglianti. Sempre con riferimento alla principale fonte di approvvigionamento, infine, sono stati individuati i grossisti importatori che si riforniscono presso produttori e grossisti esteri (cluster 13).

La tipologia di clientela ha consentito di individuare i grossisti esportatori che sono specializzati con la clientela estera (cluster 18).

In base alla specializzazione merceologica, infine, sono stati individuati grossisti specializzati nella commercializzazione di: agrumi (cluster 17), frutta secca (cluster 15), tuberi (cluster 2) e prodotti ortofrutticoli congelati e surgelati (cluster 16).

La presenza di una struttura più articolata (in termini di addetti e superfici destinate allo svolgimento dell'attività) è la caratteristica del cluster 8 e del cluster 10.

L'apertura stagionale, infine, ha consentito di individuare le imprese del cluster 5.

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

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

CLUSTER 1 – GROSSISTI DI PRIMO LIVELLO CHE EFFETTUAANO LA VENDITA INTERNA

NUMEROSITÀ: 146

Questo cluster è caratterizzato dalla presenza di imprese che ottengono la maggior parte dei ricavi (98%) dalla vendita interna (cash & carry, al banco, franco fabbrica) e per le quali la principale fonte di approvvigionamento è rappresentata da coltivatori singoli e/o associati (89% degli acquisti).

Tra i prodotti commercializzati figurano principalmente frutta fresca (73% dei ricavi nel 64% dei casi), ortaggi (71% dei ricavi nel 49% dei casi) e agrumi (47% dei ricavi nel 23% dei casi).

L'area di mercato si estende dalla regione al territorio nazionale e la clientela è formata prevalentemente da imprese all'ingrosso (79% dei ricavi nel 62% dei casi) e dettaglianti (48% dei ricavi nel 47% dei casi).

Le imprese del cluster sono ditte individuali (44% dei casi) e società (33% di persone e 23% di capitali) e occupano complessivamente 4-5 addetti di cui 3 dipendenti. Gli spazi utilizzati per lo svolgimento dell'attività comprendono locali destinati a deposito/magazzino (295 mq) e locali destinati a ufficio (16 mq).

CLUSTER 2 – GROSSISTI SPECIALIZZATI NELLA VENDITA DI TUBERI

NUMEROSITÀ: 58

I soggetti del presente cluster sono specializzati nel commercio di tuberi (80% dei ricavi) ed effettuano prevalentemente la vendita con consegna al cliente (63% dei ricavi); il 24% dei soggetti dichiara di vendere all'interno di un mercato generale all'ingrosso (79% dei ricavi).

L'area di mercato si estende dalla regione al territorio nazionale e la clientela è composta in massima parte da imprese all'ingrosso (66% dei ricavi nel 52% dei casi) e dettaglianti (50% dei ricavi nel 57% dei casi).

Le imprese del cluster sono equamente suddivise tra ditte individuali (50% dei casi) e società (38% di persone e 12% di capitali) e occupano complessivamente 3 addetti.

Gli spazi utilizzati per lo svolgimento dell'attività comprendono locali destinati a deposito/magazzino (174 mq). Nel 48% dei casi sono inoltre presenti locali destinati a ufficio (25 mq) e nel 43% locali destinati alla trasformazione e al confezionamento dei prodotti (273 mq).

Gli approvvigionamenti avvengono principalmente presso coltivatori singoli e/o associati (73% degli acquisti nel 67% dei casi) e presso grossisti fuori mercato (51% nel 53%).

CLUSTER 3 – DISTRIBUTORI DI PRIMO LIVELLO

NUMEROSITÀ: 357

Al presente cluster appartengono imprese che si occupano di ingrosso con consegna alla clientela (97% dei ricavi) e che si riforniscono prevalentemente presso coltivatori singoli e/o associati (85% degli acquisti).

Le imprese in esame vendono principalmente ortaggi (46% dei ricavi) e frutta fresca (41%) ad una clientela formata prevalentemente da altri grossisti (47% dei ricavi) e, in misura minore, da punti vendita appartenenti alla

grande distribuzione/distribuzione organizzata (69% dei ricavi nel 32% dei casi), dettaglianti (42% dei ricavi nel 26% dei casi) e clientela estera (26% dei ricavi nel 18% dei casi).

Le imprese del cluster sono distribuite quasi equamente tra ditte individuali (48% dei casi) e società (24% di persone e 28% di capitali) e occupano complessivamente 4 addetti di cui 2 dipendenti.

Gli spazi utilizzati per lo svolgimento dell'attività comprendono locali destinati a deposito/magazzino (194 mq). Nel 59% dei casi sono inoltre presenti locali destinati a ufficio (24 mq) e nel 39% locali destinati alla trasformazione e al confezionamento dei prodotti (185 mq).

Per quanto riguarda i mezzi di trasporto le imprese del cluster dispongono, più frequentemente, di automezzi con massa fino a t. 3,5 (2 nel 50% dei casi) e con massa compresa tra t. 3,5 e t. 12 (1-2 nel 45% dei casi); più raramente, di automezzi con massa oltre t. 3,5 (1 nel 25% dei casi). Tra i beni strumentali sono presenti inoltre, nel 62% dei casi, 2 muletti e, nel 50% dei casi, 2 celle frigorifere.

CLUSTER 4 – CONCESSIONARI DI SECONDO LIVELLO

NUMEROSITÀ: 863

Questo cluster è caratterizzato dalla presenza di imprese che operano prevalentemente all'interno dei mercati generali (79% dei ricavi) e che per la fase dell'approvvigionamento ricorrono soprattutto al canale dell'ingrosso: in particolare, si servono di grossisti fuori mercato (57% degli acquisti nel 65% dei casi) oltre a rifornirsi presso i mercati generali (60% degli acquisti nel 54% dei casi).

Coerentemente con la tipologia di attività, l'area di mercato è regionale e la clientela servita è formata in prevalenza da dettaglianti (59% dei ricavi).

Tra i prodotti commercializzati rientrano principalmente frutta fresca (42% dei ricavi), ortaggi (34%) e agrumi (11%).

Le imprese del cluster, soprattutto società (42% di persone e 24% di capitali), occupano complessivamente 3 addetti.

Gli spazi utilizzati per lo svolgimento dell'attività comprendono locali destinati a deposito/magazzino (74 mq) e locali destinati a vendita/esposizione della merce (48 mq).

CLUSTER 5 – DISTRIBUTORI DI PRIMO LIVELLO CON APERTURA STAGIONALE

NUMEROSITÀ: 106

Questo cluster è caratterizzato dalla presenza di imprese che esercitano attività di ingrosso con consegna alla clientela (98% dei ricavi) con apertura stagionale (fino a sei mesi).

L'acquisto dei prodotti avviene soprattutto alla produzione (81% degli acquisti) e tra i prodotti commercializzati figurano principalmente frutta fresca (58% dei ricavi) e, in secondo luogo, ortaggi (74% dei ricavi nel 27% dei casi) e agrumi (74% dei ricavi nel 20% dei casi).

L'area di mercato è prevalentemente nazionale e la clientela è formata in prevalenza da altri grossisti (56% dei ricavi).

Nelle imprese del cluster, che sono equamente distribuite tra ditte individuali (51% dei casi) e società (23% di persone e 26% di capitali), trovano occupazione 3-4 addetti. Gli spazi utilizzati per lo svolgimento dell'attività comprendono locali destinati a deposito/magazzino (110 mq).

CLUSTER 6 – COMMISSIONARI

NUMEROSITÀ: 122

Il presente cluster è caratterizzato dalla presenza di imprese che ottengono la maggior parte dei ricavi (90%) dall'intermediazione per la vendita in conto terzi con contratto di commissione.

Tra i prodotti trattati figurano principalmente ortaggi (39% dei ricavi) e frutta fresca (37%).

L'area di mercato è in prevalenza regionale e la clientela è suddivisa tra imprese all'ingrosso (80% dei ricavi nel 52% dei casi) e dettaglianti (68% dei ricavi nel 52% dei casi).

Nelle imprese del cluster, soprattutto società (39% di persone e 19% di capitali), trovano occupazione 3-4 addetti. Gli spazi utilizzati per lo svolgimento dell'attività comprendono locali destinati a deposito/magazzino (118 mq) e locali destinati a ufficio (17 mq).

CLUSTER 7 – GROSSISTI DI SECONDO LIVELLO CHE EFFETTUANO LA VENDITA INTERNA

NUMEROSITÀ: 309

Questo cluster è caratterizzato dalla presenza di imprese che ottengono la maggior parte dei ricavi (88%) dalla vendita interna (cash & carry, al banco, franco fabbrica) e che per la fase dell'approvvigionamento ricorrono soprattutto al canale dell'ingrosso: in particolare si servono di grossisti fuori mercato (54% degli acquisti nel 64% dei casi) oltre a rifornirsi presso i mercati generali (67% degli acquisti nel 59% dei casi).

Tra i prodotti commercializzati figurano principalmente frutta fresca (41% dei ricavi), ortaggi (31%) e, nel 55% dei casi, agrumi (18% dei ricavi).

L'area di mercato è regionale e la clientela è formata prevalentemente da dettaglianti (53% dei ricavi) e, in misura minore, da grossisti (60% dei ricavi nel 28% dei casi) e punti vendita appartenenti alla grande distribuzione/distribuzione organizzata (43% nel 27%).

Le imprese del cluster, soprattutto società (35% di persone e 30% di capitali), occupano complessivamente 4 addetti di cui 2 dipendenti. Gli spazi utilizzati per lo svolgimento dell'attività comprendono locali destinati a deposito/magazzino (212 mq), a ufficio (14 mq) e, nel 52% dei casi, locali destinati a vendita/esposizione della merce (152 mq).

Per quanto riguarda i mezzi di trasporto le imprese del cluster dispongono di automezzi con massa fino a t. 3,5 (2 nel 62% dei casi) e con massa compresa tra t. 3,5 e t. 12 (2 nel 38% dei casi). Tra i beni strumentali rientrano inoltre 1-2 celle frigorifere e, nel 60% dei casi, 2 muletti.

CLUSTER 8 – GROSSISTI MAGGIORMENTE STRUTTURATI

NUMEROSITÀ: 87

Il cluster si caratterizza per la presenza di imprese con una dimensione superiore alla media che esercitano attività di ingrosso con consegna alla clientela (86% dei ricavi) e commercializzano prevalentemente prodotti sottoposti a operazioni di trasformazione/confezionamento (75% degli acquisti).

Si tratta soprattutto di società (46% di persone e 41% di capitali) con 17 addetti di cui 14 dipendenti. Anche gli spazi utilizzati per lo svolgimento dell'attività sono superiori alla media e comprendono locali destinati a deposito/magazzino (971 mq), a trasformazione/confezionamento dei prodotti (720 mq) e a ufficio (60 mq).

I fornitori sono costituiti prevalentemente da coltivatori singoli e/o associati (71% degli acquisti) e tra i prodotti commercializzati rientrano principalmente frutta fresca (48% dei ricavi) e ortaggi (67% dei ricavi nel 49% dei casi).

L'area di mercato è prevalentemente nazionale e la clientela è formata prevalentemente da imprese all'ingrosso (45% dei ricavi nel 64% dei casi), punti vendita appartenenti alla grande distribuzione/distribuzione organizzata (59% nel 51%) e clientela estera (50% nel 59%).

Per quanto riguarda i mezzi di trasporto le imprese del cluster dispongono di automezzi con massa fino a t. 3,5 (2 nel 43% dei casi), con massa compresa tra t. 3,5 e t. 12 (2 nel 63% dei casi) e con massa oltre t. 3,5 (2 nel 46% dei casi). Tra i beni strumentali si rileva inoltre la presenza di 3 muletti, 3 celle frigorifere e 2 macchine confezionatrici.

CLUSTER 9 – GROSSISTI CHE EFFETTUANO LA TENTATA VENDITA

NUMEROSITÀ: 260

Questo cluster è caratterizzato dalla presenza di imprese che operano secondo lo schema della tentata vendita (95% dei ricavi) e che commercializzano principalmente ortaggi (44% dei ricavi) e, a seguire, frutta fresca (51% dei ricavi nel 62% dei casi) e agrumi (26% nel 32%).

L'area di mercato è regionale e la clientela è formata prevalentemente da dettaglianti (65% dei ricavi nel 46% dei casi) e altre imprese all'ingrosso (85% nel 36%) e, meno frequentemente, da pubblici esercizi (59% nel 21%) e punti vendita appartenenti alla grande distribuzione/distribuzione organizzata (61% nel 17%).

L'acquisto dei prodotti avviene principalmente alla produzione (nel 63% dei casi il 71% degli acquisti è effettuato presso coltivatori singoli e/o associati) o presso i mercati generali (69% degli acquisti nel 43% dei casi).

Nelle imprese del cluster, soprattutto ditte individuali (66% dei casi), trovano occupazione 2-3 addetti e in circa due terzi dei casi non sono presenti dipendenti. Gli spazi utilizzati per lo svolgimento dell'attività comprendono 85 mq destinati a deposito/magazzino.

Per quanto riguarda i mezzi di trasporto si rileva la presenza di automezzi con massa fino a t. 3,5 (1-2 nel 60% dei casi), con massa compresa tra t. 3,5 e t. 12 (1-2 nel 36% dei casi) e oltre t. 12 (1-2 nel 13% dei casi).

CLUSTER 10 – CONCESSIONARI MAGGIORMENTE STRUTTURATI

NUMEROSITÀ: 280

Al presente cluster appartengono le imprese che operano prevalentemente all'interno dei mercati generali (87% dei ricavi) ricorrendo ad un numero medio di addetti (6 di cui 4 dipendenti) superiore a quello degli altri concessionari in esame. Anche gli spazi utilizzati per lo svolgimento dell'attività sono superiori alla media e comprendono locali destinati a deposito/magazzino (177 mq), alla vendita/esposizione della merce (126 mq) e a ufficio (30 mq). Coerentemente con le maggiori dimensioni della struttura, i soggetti del cluster pagano per la concessione dei posteggi di vendita corrispettivi più elevati di quelli pagati dagli altri concessionari.

L'acquisto della merce avviene principalmente presso grossisti fuori mercato (36% degli acquisti), mercati generali (28%) e presso coltivatori singoli e/o associati (23%).

Coerentemente con la tipologia di attività, l'area di mercato è principalmente regionale e la clientela servita è formata in prevalenza da dettaglianti (58% dei ricavi) e, in misura minore, da punti vendita appartenenti alla grande distribuzione/distribuzione organizzata (24% dei ricavi nel 51% dei casi).

Tra i prodotti commercializzati figurano principalmente frutta fresca (36% dei ricavi), ortaggi (34%) e agrumi (15%).

Le imprese del cluster sono quasi esclusivamente società (49% di persone e 43% di capitali).

CLUSTER 11 – CONCESSIONARI DI PRIMO LIVELLO

NUMEROSITÀ: 468

Questo cluster è caratterizzato dalla presenza di imprese che operano all'interno dei mercati generali (97% dei ricavi) e che si approvvigionano prevalentemente presso coltivatori singoli e/o associati (83% degli acquisti).

L'area di mercato è perlopiù regionale e la clientela servita è formata in prevalenza da dettaglianti (66% dei ricavi nel 60% dei casi) e altri grossisti (71% nel 48%).

Tra i prodotti commercializzati figurano principalmente frutta fresca (43% dei ricavi) e ortaggi (42%).

Le imprese del cluster sono distribuite quasi equamente tra ditte individuali (45% dei casi) e società (37% di persone e 18% di capitali) e occupano complessivamente 3 addetti.

Gli spazi utilizzati per lo svolgimento dell'attività comprendono locali destinati a deposito/magazzino (105 mq) e, nel 56% dei casi, locali destinati a ufficio (16 mq).

CLUSTER 12 – DISTRIBUTORI DI SECONDO LIVELLO

NUMEROSITÀ: 573

Al presente cluster appartengono gli operatori che si occupano di ingrosso con consegna alla clientela (87% dei ricavi) e che si riforniscono presso i mercati generali (55% degli acquisti) e presso altri grossisti fuori mercato (42% degli acquisti nel 58% dei casi).

Tra i prodotti commercializzati rientrano principalmente frutta fresca (36% dei ricavi) e ortaggi (35%).

L'area di mercato è regionale e la clientela è formata prevalentemente da dettaglianti (59% dei ricavi nel 66% dei casi) e, in misura minore, da pubblici esercizi (35% nel 42%) e punti vendita appartenenti alla grande distribuzione/distribuzione organizzata (52% nel 30%).

Le imprese del cluster sono in prevalenza società (37% di persone e 24% di capitali) e occupano complessivamente 4-5 addetti di cui 2 dipendenti. Gli spazi utilizzati per lo svolgimento dell'attività comprendono locali destinati a deposito/magazzino (166 mq) e a ufficio (16 mq).

Per quanto riguarda i mezzi di trasporto le imprese del cluster dispongono di 1-2 automezzi con massa fino a t. 3,5 e, nel 46% dei casi, di 1-2 automezzi con massa compresa tra t. 3,5 e t. 12. Tra i beni strumentali rientrano inoltre, nel 65% dei casi, 2 celle frigorifere e, nel 52% dei casi, 2 muletti.

CLUSTER 13 – GROSSISTI IMPORTATORI

NUMEROSITÀ: 85

Questo cluster è caratterizzato dalla presenza di imprese che si approvvigionano presso produttori e grossisti esteri.

L'attività consiste prevalentemente nell'ingrosso con consegna alla clientela (58% dei ricavi) e tra i prodotti commercializzati figurano prevalentemente ortaggi (62% dei ricavi nel 61% dei casi), frutta fresca (56% dei ricavi nel 54% dei casi) e frutta esotica (56% nel 21%).

L'area di mercato è soprattutto nazionale (56% dei ricavi) e la clientela è formata prevalentemente da altri grossisti (58% dei ricavi).

Le imprese del cluster sono perlopiù società (27% di persone e 52% di capitali) e occupano complessivamente 3-4 addetti. Gli spazi utilizzati per lo svolgimento dell'attività comprendono 26 mq destinati a ufficio e, nel 54% dei casi, 347 mq destinati a deposito/magazzino. Si ipotizza che la frequente assenza del magazzino sia da collegare al ricorso alla logistica esterna.

CLUSTER 14 – GROSSISTI CON LOCALI PER LA VENDITA AL DETTAGLIO

NUMEROSITÀ: 205

Questo cluster è caratterizzato dalla presenza di imprese per cui una quota non trascurabile dei ricavi (circa il 20%) deriva dalla vendita al dettaglio (in locali destinati esclusivamente alla vendita al dettaglio).

La principale fonte di approvvigionamento è rappresentata dai mercati generali (61% degli acquisti) e tra i prodotti commercializzati rientrano prevalentemente frutta fresca (40% dei ricavi), ortaggi (29%) e agrumi (13%).

L'area di mercato è regionale e la clientela è formata prevalentemente da dettaglianti (41% dei ricavi) e privati (19%) e, in misura minore, da pubblici esercizi (31% dei ricavi nel 58% dei casi) e comunità (15% nel 43%).

Le imprese del cluster sono soprattutto società (52% di persone e 18% di capitali) ed occupano complessivamente 4-5 addetti di cui 2-3 dipendenti. Gli spazi utilizzati per lo svolgimento dell'attività comprendono locali destinati a deposito/magazzino (189 mq), a vendita/esposizione della merce (101 mq) e a ufficio (13 mq).

Per quanto riguarda i mezzi di trasporto si rileva la presenza di 2 automezzi con massa fino a t. 3,5 e, nel 53% dei casi, 1-2 automezzi con massa compresa tra t. 3,5 e t. 12. Tra i beni strumentali rientrano inoltre 2 celle frigorifere e, nel 60% dei casi, 1-2 muletti.

CLUSTER 15 – GROSSISTI SPECIALIZZATI NELLA VENDITA DI FRUTTA SECCA

NUMEROSITÀ: 68

I soggetti del presente cluster sono specializzati nel commercio di frutta secca (95% dei ricavi) ed effettuano prevalentemente la vendita con consegna al cliente (84% dei ricavi).

L'area di mercato è in prevalenza regionale e la clientela è composta in massima parte da industria (82% dei ricavi nel 50% dei casi) e altri grossisti (66% nel 50%).

Gli approvvigionamenti avvengono principalmente presso coltivatori singoli e/o associati (59% degli acquisti) e, in via residuale, presso grossisti fuori mercato (61% degli acquisti nel 37% dei casi).

Le imprese del cluster sono suddivise quasi equamente tra ditte individuali (56% dei casi) e società (29% di persone e 15% di capitali) e occupano complessivamente 2-3 addetti; circa due terzi delle imprese non dispongono di personale dipendente.

Gli spazi utilizzati per lo svolgimento dell'attività comprendono locali destinati a deposito/magazzino (162 mq) e, nel 50% dei casi, locali destinati a ufficio (20 mq).

Per quanto riguarda i mezzi di trasporto si rileva la presenza di automezzi con massa fino a t. 3,5 (2 nel 56% dei casi) e con massa compresa tra t. 3,5 e t. 12 (1 nel 37% dei casi).

CLUSTER 16 – GROSSISTI SPECIALIZZATI NELLA VENDITA DI PRODOTTI ORTOFRUTTICOLI CONGELATI E SURGELATI

NUMEROSITÀ: 68

I soggetti del presente cluster sono specializzati nel commercio di prodotti ortofrutticoli congelati e surgelati (98% dei ricavi) ed effettuano prevalentemente la vendita all'interno dei mercati generali (92% dei ricavi nel 60% dei casi) e, in misura minore, l'ingrosso con consegna alla clientela (74% dei ricavi nel 27% dei casi).

La clientela è composta in massima parte da dettaglianti (50% dei ricavi) e, in secondo luogo, da altri grossisti (62% dei ricavi nel 32% dei casi) e punti vendita appartenenti alla grande distribuzione/distribuzione organizzata (48% nel 25%). L'area di mercato è in prevalenza regionale.

Le imprese del cluster sono prevalentemente società (31% di persone e 38% di capitali) e occupano complessivamente 3 addetti. Gli spazi utilizzati per lo svolgimento dell'attività comprendono locali destinati a deposito/magazzino (98 mq) e a ufficio (25 mq).

Gli approvvigionamenti avvengono principalmente presso coltivatori singoli e/o associati (36% degli acquisti) e presso grossisti fuori mercato (50% degli acquisti nel 59% dei casi) e ai mercati generali (59% nel 43%).

CLUSTER 17 – GROSSISTI SPECIALIZZATI NELLA VENDITA DI AGRUMI

NUMEROSITÀ: 188

I soggetti del presente cluster sono specializzati nel commercio di agrumi (88% dei ricavi) ed effettuano prevalentemente ingrosso con consegna al cliente (88% dei ricavi nel 43% dei casi) oppure ingrosso di mercato (91% dei ricavi nel 39% dei casi).

La clientela è composta in massima parte da altri grossisti (56% dei ricavi) e punti vendita appartenenti alla grande distribuzione/distribuzione organizzata (61% dei ricavi nel 26% dei casi) e dettaglianti (58% nel 23%). L'area di mercato è in prevalenza nazionale.

Le imprese del cluster sono suddivise quasi equamente tra ditte individuali (53% dei casi) e società (22% di persone e 25% di capitali) e occupano complessivamente 5 addetti di cui 4 dipendenti.

Gli spazi utilizzati per lo svolgimento dell'attività comprendono locali destinati a deposito/magazzino (179 mq) e a ufficio (13 mq) e, nel 47% dei casi, locali destinati alla trasformazione e al confezionamento dei prodotti (268 mq).

Gli approvvigionamenti avvengono principalmente presso coltivatori singoli e/o associati (65% degli acquisti).

CLUSTER 18 – GROSSISTI ESPORTATORI

NUMEROSITÀ: 105

Questo cluster è caratterizzato dalla presenza di imprese che vendono alla clientela estera (88% dei ricavi).

L'attività consiste prevalentemente nell'ingrosso con consegna alla clientela (90% dei ricavi nel 58% dei casi), ingrosso di mercato (59% dei ricavi nel 16% dei casi) e altre attività (97% dei ricavi nel 28% dei casi).

Tra i prodotti commercializzati figurano prevalentemente frutta fresca (54% dei ricavi) e, in misura minore, ortaggi (55% dei ricavi nel 52% dei casi). Gli approvvigionamenti avvengono principalmente presso coltivatori singoli e/o associati (51% degli acquisti) e, in via residuale, presso grossisti fuori mercato (45% degli acquisti nel 46% dei casi).

Le imprese del cluster sono perlopiù società (30% di persone e 52% di capitali) e occupano complessivamente 5-6 addetti di cui 4 dipendenti. Gli spazi utilizzati per lo svolgimento dell'attività comprendono 26 mq destinati a ufficio e, nel 52% dei casi, 356 mq destinati a deposito/magazzino. Si ipotizza che la frequente assenza del magazzino sia da collegare al ricorso alla logistica esterna.

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:

- **valore aggiunto per addetto** = (ricavi - costo del venduto - costo per la produzione di servizi - spese per acquisti di servizi) / (numero addetti⁵ * 1.000);
- **durata delle scorte** = (giacenza media del magazzino⁶ / costo del venduto) * 365;
- **ricarico** = ricavi / costo del venduto.

Per ogni gruppo omogeneo, distintamente per imprese con e senza personale dipendente per il “**valore aggiunto per addetto**” e per la “**durata delle scorte**” e sulla base della localizzazione territoriale per il “**ricarico**”, è stata calcolata la distribuzione ventile di ciascuno degli indicatori precedentemente definiti.

Successivamente, sono state selezionate le imprese che presentavano valori degli indicatori contemporaneamente all'interno di un determinato intervallo, per costituire il campione di riferimento.

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

- dal 3° al 19° ventile, per i cluster 1, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 12, 17, 18;
- dal 1° ventile, per il cluster 2;

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.

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.

- dal 2° ventile, per i cluster 8, 15;
- dal 3° ventile, per i cluster 10, 14;
- dal 4° al 19° ventile, per il cluster 11;
- dal 2° al 19° ventile, per i cluster 13, 16.

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

- fino al 19° ventile, per i cluster 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 14, 15, 16, 17;
- non sono stati effettuati tagli per i cluster 10, 13, 18.

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

- dal 5° al 19° ventile, per i cluster 1, 3, 7, 12;
- dal 3° ventile, per il cluster 2;
- dall'8° al 19° ventile, per i cluster 4, 9, 11;
- dal 7° al 19° ventile, per il cluster 5;
- dal 4° al 19° ventile, per i cluster 6, 17, 18;
- dal 6° ventile, per i cluster 8, 14;
- dal 7° ventile, per il cluster 10;
- dal 4° ventile, per i cluster 13, 15;
- dal 3° al 19° ventile, per il cluster 16.

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 regionale”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”.

Nell'allegato 2.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.

- 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

TM21A

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5	CLUSTER 6
Costo del venduto	1,0729	1,2199	1,0521	1,0538	1,0960	1,0399
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	0,7864	0,5282	1,0337	0,9421	1,2077	0,9646
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	1,0838	1,0160	1,0784	0,9566	0,7357	0,8294
Valore dei beni strumentali	0,1508	0,1098	0,1894	0,0996	0,1368	0,1949
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale e familiari diversi (numero normalizzato)	-	-	13.954,4442	9.737,8033	-	13.239,4765
Soci e associati in partecipazione (numero normalizzato)	-	-	13.954,4442	9.737,8033	-	13.239,4765
Costo del venduto "Quota fino a 80 mila euro"	-	-	-	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 90 mila euro"	-	-	-	-	0,1459	-
Costo del venduto "Quota fino a 130 mila euro"	-	-	-	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 150 mila euro"	0,1723	-	-	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 170 mila euro"	-	-	0,1757	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 200 mila euro"	-	-	-	0,1024	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 210 mila euro"	-	-	-	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 250 mila euro"	-	-	-	-	-	0,0789
Costo del venduto "Quota fino a 300 mila euro"	-	-	-	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 350 mila euro"	-	-	-	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 400 mila euro"	-	-	-	-	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAPO

TM21A

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 regionale – Aree con livelli di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale</i>	-0,0326	-	-0,0420	-0,0130	-	-
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto <i>Gruppo 2 della territorialità del commercio a livello regionale – Aree con elevata dotazione di servizi commerciali specialmente tradizionali; livello di benessere medio</i>	-0,0326	-	-0,0420	-0,0130	-	-
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto <i>Gruppo 4 della territorialità del commercio a livello regionale – Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale</i>	-0,0326	-	-0,0420	-0,0130	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

TM21A

VARIABILI	CLUSTER 7	CLUSTER 8	CLUSTER 9	CLUSTER 10	CLUSTER 11	CLUSTER 12
Costo del venduto	1,0455	1,1609	1,0421	1,0634	1,0558	1,0575
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	0,9109	0,7052	0,9205	0,7644	0,9590	0,8367
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	1,1104	1,0946	1,2703	0,8011	1,0038	1,0640
Valore dei beni strumentali	0,1648	0,1246	0,1846	0,1555	0,1997	0,1771
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale e familiari diversi (numero normalizzato)	14.566,9730	-	7.653,8503	10.804,8380	8.155,7166	7.250,5022
Soci e associati in partecipazione (numero normalizzato)	14.566,9730	-	7.653,8503	10.804,8380	8.155,7166	7.250,5022
Costo del venduto "Quota fino a 80 mila euro"	-	-	-	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 90 mila euro"	-	-	-	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 130 mila euro"	-	-	0,1806	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 150 mila euro"	-	-	-	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 170 mila euro"	-	-	-	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 200 mila euro"	-	-	-	-	0,1220	0,1424
Costo del venduto "Quota fino a 210 mila euro"	0,0902	-	-	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 250 mila euro"	-	-	-	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 300 mila euro"	-	-	-	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 350 mila euro"	-	-	-	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 400 mila euro"	-	-	-	0,0782	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAPO

TM21A

CORRETTIVI TERRITORIALI	CLUSTER 7	CLUSTER 8	CLUSTER 9	CLUSTER 10	CLUSTER 11	CLUSTER 12
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto <i>Gruppo 1 della territorialità del commercio a livello regionale – Aree con livelli di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale</i>	-0,0132	-	-0,0202	-0,0347	-0,0228	-0,0119
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto <i>Gruppo 2 della territorialità del commercio a livello regionale – Aree con elevata dotazione di servizi commerciali specialmente tradizionali; livello di benessere medio</i>	-0,0132	-	-0,0202	-0,0347	-0,0228	-0,0119
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto <i>Gruppo 4 della territorialità del commercio a livello regionale – Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale</i>	-0,0132	-	-0,0202	-0,0347	-0,0228	-0,0119

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

TM21A

VARIABILI	CLUSTER 13	CLUSTER 14	CLUSTER 15	CLUSTER 16	CLUSTER 17	CLUSTER 18
Costo del venduto	1,0292	1,1084	1,0684	1,0305	1,0310	1,0436
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	0,9519	0,4198	1,3098	0,8127	1,1056	1,0237
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	1,0608	0,7024	1,3098	0,8127	0,9387	1,0237
Valore dei beni strumentali	0,1871	0,2139	0,2149	0,2994	0,2089	0,1615
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale e familiari diversi (numero normalizzato)	-	-	-	-	-	-
Soci e associati in partecipazione (numero normalizzato)	-	-	-	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 80 mila euro"	-	-	-	-	0,1971	-
Costo del venduto "Quota fino a 90 mila euro"	-	-	-	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 130 mila euro"	-	-	-	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 150 mila euro"	-	-	-	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 170 mila euro"	-	-	-	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 200 mila euro"	-	0,1123	-	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 210 mila euro"	-	-	-	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 250 mila euro"	-	-	-	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 300 mila euro"	-	-	-	0,1180	-	0,1612
Costo del venduto "Quota fino a 350 mila euro"	0,1704	-	-	-	-	-
Costo del venduto "Quota fino a 400 mila euro"	-	-	-	-	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAPO

TM21A

CORRETTIVI TERRITORIALI	CLUSTER 13	CLUSTER 14	CLUSTER 15	CLUSTER 16	CLUSTER 17	CLUSTER 18
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto <i>Gruppo 1 della territorialità del commercio a livello regionale – Aree con livelli di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale</i>	-	-0,0245	-	-	-	-0,0341
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto <i>Gruppo 2 della territorialità del commercio a livello regionale – Aree con elevata dotazione di servizi commerciali specialmente tradizionali; livello di benessere medio</i>	-	-0,0245	-	-	-	-0,0341
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto <i>Gruppo 4 della territorialità del commercio a livello regionale – Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale</i>	-	-0,0245	-	-	-	-0,0341

- 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 lavoratori a domicilio
- Numero di collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa
- Percentuale di lavoro prestato dai collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale
- Percentuale di lavoro prestato dai familiari diversi da quelli di cui al rigo precedente che prestano attività nell'impresa
- Percentuale di lavoro prestato dagli associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa
- Percentuale di lavoro prestato dagli associati in partecipazione diversi da quelli di cui al rigo precedente
- Percentuale di lavoro prestato dai soci con occupazione prevalente nell'impresa
- Percentuale di lavoro prestato dai soci diversi da quelli di cui al rigo precedente
- Numero di amministratori non soci

QUADRO B DEL MODELLO ALLEGATO ALLA DICHIARAZIONE:

- Locali destinati a deposito/magazzino (Mq)
- Locali destinati alla trasformazione e confezionamento di prodotti (Mq)
- Localizzazione (1 = autonoma; 2 = inserita in centro commerciale all'ingrosso; 3 = in parco commerciale; 4 = in mercati generali)
- Apertura stagionale (1 = fino a tre mesi; 2 = fino a sei mesi; 3 = fino a nove mesi)
- Giorni di apertura nell'anno

QUADRO D DEL QUESTIONARIO:

- Tipologia dell'attività: Ingrosso di mercato (commercializzazione all'interno di un mercato generale all'ingrosso)
- Tipologia dell'attività: Ingrosso con consegna al cliente
- Tipologia dell'attività: Ingrosso con vendita interna (cash & carry, al banco, franco fabbrica)
- Tipologia dell'attività: Ingrosso con tentata vendita (truck jobbers)
- Tipologia dell'attività: Vendita al dettaglio (in locali destinati esclusivamente alla vendita al dettaglio)
- Tipologia dell'attività: Intermediazione per la vendita in conto terzi con contratto di commissione (commissioni)
- Categorie merceologiche prevalenti: Ortofrutta - codice 001 Agrumi
- Categorie merceologiche prevalenti: Ortofrutta - codice 004 Frutta secca
- Categorie merceologiche prevalenti: Ortofrutta - codice 008 Tuberi
- Categorie merceologiche prevalenti: Prodotti congelati e surgelati - codice 603 Ortofrutta
- Fonti di approvvigionamento: Coltivatori/pescatori/allevatori anche organizzati in forma di cooperative, associazioni e consorzi
- Fonti di approvvigionamento: Produttori e grossisti esteri (importazioni)
- Costi e spese specifici: Corrispettivi pagati per la concessione di posteggio/i di vendita all'interno di mercati all'ingrosso di prodotti ortofrutticoli, ittici e delle carni

QUADRO D DEL MODELLO ALLEGATO ALLA DICHIARAZIONE:

- Tipologia di clientela: Estera
- Altri dati: Consegna alla clientela
- Altri dati: Licenza per vendita al dettaglio
- Altri dati: Percentuale degli acquisti sottoposti ad operazioni di trasformazione, confezionamento
- Area di mercato: Estero