

ALLEGATO 5

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

EVOLUZIONE

STUDIO DI SETTORE TM24U

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 SM24U – Commercio all'ingrosso di carta, cartone e articoli di cartoleria.

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

- 51.47.2 – Commercio all'ingrosso di carta, cartone e articoli di cartoleria.

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 nello espletamento dell'attività.

L'evoluzione dello studio di settore è stata condotta analizzando i modelli per la comunicazione dei dati rilevanti ai fini dell'applicazione degli Studi di Settore per il periodo d'imposta 2004.

I contribuenti interessati sono risultati pari a 2.794.

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 42 posizioni.

I principali motivi di scarto sono stati:

- ricavi dichiarati maggiori di 5.164.569 euro;
- quadro B (unità locale destinata all'attività di vendita) non compilato;
- quadro D (elementi specifici dell'attività) non compilato;
- quadro F (elementi contabili) non compilato;
- quadro Z (Dati complementari) non compilato;
- presenza di attività secondarie con un'incidenza sui ricavi complessivi superiore al 20% ad eccezione di attività quali la commercializzazione diretta di prodotti finiti;
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia di vendita (quadro D);
- errata compilazione delle percentuali relative ai prodotti merceologici commercializzati (quadro D);
- errata compilazione delle percentuali relative alla modalità di acquisto (quadro D);
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia della clientela (quadro Z);
- incongruenze fra i dati strutturali e i dati contabili.

A seguito degli scarti effettuati, il numero dei contribuenti oggetto delle successive analisi è risultato pari a 2.752.

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.

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 delle attività oggetto dello studio.

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

DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

La suddivisione dei contribuenti in gruppi omogenei è avvenuta principalmente sulla base dei seguenti fattori discriminanti:

- tipologia di vendita;
- assortimento dei prodotti offerti;
- dimensione.

¹ L'Analisi in Componenti Principali è una tecnica statistica che permette di ridurre il numero delle variabili originarie di una matrice di dati quantitativi in un numero inferiore di nuove variabili dette componenti principali tra loro ortogonali (indipendenti, incorrelate) che spieghino il massimo possibile della varianza totale delle variabili originarie, per rendere minima la perdita di informazione; le componenti principali (fattori) sono ottenute come combinazione lineare delle variabili originarie.

² La Cluster Analysis è una tecnica statistica che, in base ai fattori dell'analisi in componenti principali, permette di identificare gruppi omogenei di imprese (cluster); in tal modo le imprese che appartengono allo stesso gruppo omogeneo presentano caratteristiche strutturali simili.

La **tipologia di vendita** ha permesso di evidenziare gruppi omogenei di imprese nei quali sono prevalenti le seguenti tipologie:

- vendita sul territorio (cluster 1, 2, 3, 4, 5, 7 e 9);
- vendita al banco/in sede (cluster 6);
- vendita al dettaglio (cluster 8).

In funzione delle caratteristiche dei **prodotti offerti** sono state individuate specializzazioni basate sull'assortimento. In particolare, vengono segnalati i grossisti specializzati nella vendita dei seguenti prodotti:

- articoli per ufficio (cluster 2 e 9);
- carta da stampa (cluster 3);
- cartone e articoli per imballaggio (cluster 4);
- articoli di cartoleria (cluster 7).

Infine, il fattore **dimensionale** ha fatto emergere grossisti con una struttura più articolata (cluster 2 e 5).

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

CLUSTER 1 – GROSSISTI CON VENDITA DI ALTRI ARTICOLI

NUMEROSITÀ: 300

Le imprese appartenenti al cluster si caratterizzano per la vendita sul territorio (77% dei ricavi) di un assortimento di prodotti che si concentra esclusivamente nella voce altro (98% dei ricavi). In questa categoria si ipotizza vi sia una gamma di articoli affini al mercato della carta e cartone, con particolare riferimento agli imballaggi (buste, sacchi, sacchetti, ecc.). La clientela è formata da altri commercianti al dettaglio (68% dei ricavi nel 49% dei casi), altri commercianti all'ingrosso (53% dei ricavi nel 35% dei casi), imprese manifatturiere (62% dei ricavi nel 16% dei casi) ed altri clienti (61% dei ricavi nel 34% dei casi).

Gli spazi destinati allo svolgimento dell'attività sono pari a 131 mq di locali destinati a deposito/magazzino e 22 mq di uffici.

Il cluster è formato sia da ditte individuali (50% dei soggetti) che da società (di capitali nel 29% dei casi e di persone nel 21%), che si avvalgono di 2 addetti (di cui 1 dipendente). Nel 66% dei casi non si fa ricorso a personale dipendente.

I mezzi di trasporto utilizzati sono rappresentati da 1 autocarro (presente nel 53% dei casi).

CLUSTER 2 – GROSSISTI DI PIÙ GRANDI DIMENSIONI SPECIALIZZATI NELLA VENDITA DI ARTICOLI PER UFFICIO

NUMEROSITÀ: 192

Il cluster è formato quasi esclusivamente da società (di capitali nel 59% dei casi e di persone nel 37%), con una struttura formata da 7 addetti di cui 5 dipendenti.

Gli spazi destinati allo svolgimento dell'attività sono rappresentati da 425 mq di locali destinati a deposito/magazzino, 79 mq di uffici e 129 mq di locali per la vendita e l'esposizione della merce.

L'attività di vendita è organizzata prevalentemente sul territorio (75% dei ricavi) ed, in misura minore, al banco (13%), ed è supportata da 4 agenti/rappresentanti (presenti nel 44% dei casi). La commercializzazione è strutturata in un mix di offerta che si concentra su articoli per l'archivio e cancelleria ufficio per il 32% dei ricavi, carta da stampa per il 12%, prodotti informatici e di supporto per il 9%, materiali di consumo (inchiostri, toner, cartucce, ecc.) per il 7%, articoli da scrittura per il 6% e colle, nastri e adesivi per il 5%.

La clientela è formata da enti pubblici e privati, scuole e comunità (27% dei ricavi), studi professionali (14%), altri commercianti all'ingrosso (34% dei ricavi nel 43% dei casi) ed imprese manifatturiere (42% dei ricavi nel 27% dei casi).

I mezzi di trasporto utilizzati sono rappresentati da 2 autocarri.

CLUSTER 3 – GROSSISTI SPECIALIZZATI NELLA VENDITA DI CARTA DA STAMPA

NUMEROSITÀ: 247

Le imprese appartenenti al cluster sono specializzate nella commercializzazione di carta da stampa (79% dei ricavi) con vendita sul territorio (82% dei ricavi), per una clientela formata da altri commercianti al dettaglio (64% dei ricavi nel 47% dei casi), altri commercianti all'ingrosso (50% dei ricavi nel 38% dei casi) ed imprese manifatturiere (68% dei ricavi nel 26% dei casi).

Le superfici utilizzate per lo svolgimento dell'attività comprendono 148 mq di locali destinati a deposito/magazzino e 26 mq di uffici.

Si tratta principalmente di società (di capitali nel 34% dei casi e di persone nel 29%) ed, in misura minore, di ditte individuali (37%), che si avvalgono di 2 addetti (di cui 1 dipendente). Nel 62% dei casi non si fa ricorso a personale dipendente.

I mezzi di trasporto utilizzati sono rappresentati da 2 autocarri (presenti nel 51% dei casi).

CLUSTER 4 – GROSSISTI SPECIALIZZATI NELLA VENDITA DI CARTONE ED ARTICOLI PER IMBALLAGGIO

NUMEROSITÀ: 565

Le imprese appartenenti al cluster si contraddistinguono per la vendita sul territorio (84% dei ricavi) di cartone e articoli per imballaggio (73% dei ricavi), per una clientela formata soprattutto da altri commercianti al dettaglio (53% dei ricavi) ed, in misura minore, da altri commercianti all'ingrosso (41% dei ricavi nel 35% dei casi) ed imprese manifatturiere (63% dei ricavi nel 17% dei casi).

Le superfici utilizzate per lo svolgimento dell'attività sono pari a 214 mq di locali destinati a deposito/magazzino e 19 mq di uffici.

Si tratta sia di ditte individuali (50% dei soggetti) che di società (di persone nel 29% dei casi e di capitali nel 21%), che si avvalgono di 2 addetti (di cui 1 dipendente).

I mezzi di trasporto utilizzati sono rappresentati da 1 autocarro.

CLUSTER 5 – GROSSISTI DI PIÙ GRANDI DIMENSIONI

NUMEROSITÀ: 209

Le imprese appartenenti al cluster si contraddistinguono per le dimensioni della struttura. Si tratta quasi esclusivamente di società (di capitali nel 65% dei casi e di persone nel 30%), con una struttura composta da 10 addetti, di cui 7 dipendenti.

Le superfici utilizzate per lo svolgimento dell'attività sono rappresentate da 1.178 mq di locali destinati a deposito/magazzino, 124 mq di uffici e 179 mq di locali per la vendita e l'esposizione della merce.

L'attività di vendita è organizzata prevalentemente sul territorio (76% dei ricavi) ed, in misura minore, al banco (11%) ed è supportata da 2 agenti/rappresentanti. I prodotti commercializzati riguardano cartone e articoli per imballaggio (31% dei ricavi), carta da stampa (17%) ed altri prodotti (25%), per una clientela diversificata e formata da altri commercianti al dettaglio (30% dei ricavi), altri commercianti all'ingrosso (18%), imprese manifatturiere (51% dei ricavi nel 26% dei casi), cartolerie/librerie (31% dei ricavi nel 29% dei casi) e grande distribuzione e distribuzione organizzata (22% dei ricavi nel 36% dei casi).

I mezzi di trasporto utilizzati sono rappresentati da 3 autocarri.

CLUSTER 6 - GROSSISTI SPECIALIZZATI NELLA VENDITA AL BANCO

NUMEROSITÀ: 288

Il cluster è composto da grossisti che derivano il 90% dei ricavi dalla vendita al banco di varie tipologie di prodotto. L'assortimento offerto è ampio e si compone di cartone e articoli per imballaggio (28% dei ricavi), articoli per l'archivio e cancelleria ufficio (16%), carta da stampa (15%), carta scuola/disegno (5%) e colle, nastri e adesivi (5%). Anche la clientela è diversificata ed è costituita da altri commercianti al dettaglio (52% dei ricavi nel 66% dei casi), altri commercianti all'ingrosso (38% dei ricavi nel 37% dei casi), studi professionali (22% dei ricavi nel 50% dei casi), enti pubblici e privati, scuole e comunità (22% dei ricavi nel 47% dei casi) e privati (15% dei ricavi nel 43% dei casi).

Le superfici destinate allo svolgimento dell'attività sono rappresentate da 197 mq di locali destinati a deposito/magazzino, 16 mq di uffici e 59 mq di locali per la vendita e l'esposizione della merce.

Si tratta sia di società (di persone nel 32% dei casi e di capitali nel 20%) che di ditte individuali (48%), che si avvalgono di 2 addetti (di cui 1 dipendente).

I mezzi di trasporto utilizzati sono rappresentati da 1 autocarro.

CLUSTER 7 - GROSSISTI SPECIALIZZATI NELLA VENDITA DI ARTICOLI DI CARTOLERIA

NUMEROSITÀ: 344

Le imprese appartenenti al cluster sono specializzate nella commercializzazione di prodotti di cartoleria, rappresentati da articoli da regalo/gadgets (19% dei ricavi), carta scuola/disegno (16%), articoli per l'archivio e cancelleria ufficio (16%), articoli da scrittura (11%) e cartelle, zaini, agende, astucci (8%). La vendita è organizzata sul territorio (73% dei ricavi) ed, in misura minore, a libero servizio (11%) ed al banco (10%).

La clientela è formata da cartolerie/librerie (55% dei ricavi nel 53% dei casi), altri commercianti al dettaglio (40% dei ricavi nel 56% dei casi), altri commercianti all'ingrosso (36% dei ricavi nel 35% dei casi) ed enti pubblici e privati, scuole e comunità (23% dei ricavi nel 34% dei casi).

Le superfici utilizzate per lo svolgimento dell'attività comprendono 185 mq di locali destinati a deposito/magazzino e 25 mq di uffici. Nel 37% dei casi sono presenti 185 mq di locali per la vendita e l'esposizione della merce.

Si tratta sia di società (di capitali nel 32% dei casi e di persone nel 27%) che di ditte individuali (41%), con una struttura composta da 3 addetti di cui 1 dipendente.

I mezzi di trasporto utilizzati sono rappresentati da 1 autocarro (presente nel 49% dei casi).

CLUSTER 8 - GROSSISTI CON VENDITA AL DETTAGLIO

NUMEROSITÀ: 155

I soggetti appartenenti al cluster effettuano attività di vendita al dettaglio (62% dei ricavi) insieme alla vendita al banco (48% dei ricavi nel 34% dei casi) e sul territorio (57% dei ricavi nel 25% dei casi). L'assortimento offerto è ampio. I prodotti commercializzati sono rappresentati da articoli da regalo/gadgets (15% dei ricavi), carta da stampa (14%), articoli per l'archivio e cancelleria ufficio (14%), cartone e articoli per imballaggio (12%) e carta scuola/disegno (8%). Coerentemente con la tipologia di attività, la clientela è formata soprattutto da privati (49% di ricavi) ed altri commercianti al dettaglio (22%).

Le superfici utilizzate per lo svolgimento dell'attività comprendono 85 mq di locali destinati a deposito/magazzino e 67 mq di locali per la vendita e l'esposizione della merce.

Si tratta di ditte individuali (55% dei soggetti) e di società di persone (35%), che si avvalgono di 2 addetti (di cui 1 dipendente). Nel 66% dei casi non si fa ricorso a personale dipendente.

I mezzi di trasporto utilizzati sono rappresentati da 1 autocarro.

CLUSTER 9 - GROSSISTI SPECIALIZZATI NELLA VENDITA DI ARTICOLI PER UFFICIO

NUMEROSITÀ: 430

Le imprese appartenenti al cluster si caratterizzano per la vendita sul territorio (87% dei ricavi) di un assortimento di prodotti costituiti prevalentemente da articoli per l'archivio e cancelleria ufficio (46% dei ricavi). La gamma è completata dall'offerta di prodotti affini al mercato della cancelleria: il 12% dei ricavi deriva dalla vendita di prodotti informatici e di supporto, il 9% dai materiali di consumo (inchiostri, toner, cartucce, ecc.) ed il 9% dalla carta da stampa.

La clientela è formata da enti pubblici e privati, scuole e comunità (32% dei ricavi), studi professionali (21%), altri commercianti all'ingrosso (41% dei ricavi nel 23% dei casi), imprese manifatturiere (50% dei ricavi nel 12% dei casi) ed altri commercianti al dettaglio (24% dei ricavi nel 26% dei casi).

Gli spazi destinati allo svolgimento dell'attività sono limitati a 82 mq di locali destinati a deposito/magazzino e 19 mq di uffici.

Si tratta sia di ditte individuali (51% dei soggetti) che di società (di persone nel 25% dei casi e di capitali nel 24%), che si avvalgono di 2 addetti.

I mezzi di trasporto utilizzati sono rappresentati da 1 autocarro (presente nel 50% dei casi).

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 superiori ai ricavi dichiarati.

Successivamente sono stati utilizzati indicatori economico-contabili specifici delle attività in esame:

- *rotazione del magazzino* = (costo del venduto / giacenza media del magazzino⁵);
- *valore aggiunto per addetto* = (ricavi - costo del venduto - costo per la produzione di servizi - spese per acquisti di servizi - altri costi per servizi)/(numero addetti⁶ * 1.000);

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 materie prime, sussidiarie, semilavorati e merci - rimanenze finali

⁵ Giacenza media del magazzino = (Esistenze iniziali + rimanenze finali) / 2

⁶ Le frequenze relative ai dipendenti sono state normalizzate all'anno in base alle giornate retribuite.

Le frequenze relative ai non dipendenti sono state normalizzate all'anno in base alla percentuale di lavoro prestato (ad eccezione dei "Collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa" e degli "Amministratori non soci").

- *marginale operativo lordo sulle vendite* = [(ricavi - costo del venduto - costo per la produzione di servizi - spese per acquisti di servizi - altri costi per servizi - spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa) / ricavi] * 100;
- *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 *rotazione del magazzino* sono stati scelti i seguenti intervalli:

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

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

- dal 1° al 19° ventile, per tutti i cluster.

Per il *marginale operativo lordo sulle vendite* sono stati scelti i seguenti intervalli:

- dal 2° ventile, per i cluster 1 e 3;
- dal 3° ventile, per i cluster 2, 4, 5, 6, 7, 8 e 9.

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

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

numero addetti = 1 + numero Dipendenti a tempo pieno + numero Dipendenti a tempo parziale, assunti con contratto di lavoro intermittente, di lavoro ripartito + numero Apprendisti + numero Assunti con contratto di formazione e lavoro, di inserimento, a termine, lavoratori a domicilio; personale con contratto di fornitura di lavoro temporaneo o di somministrazione di lavoro + 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, assunti con contratto di lavoro intermittente, di lavoro ripartito + numero Apprendisti + numero Assunti con contratto di formazione e lavoro, di inserimento, a termine, lavoratori a domicilio; personale con contratto di fornitura di lavoro temporaneo o di somministrazione di lavoro + 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.

Affinché il modello di regressione non risentisse degli effetti derivanti da soggetti anomali (outliers), sono stati esclusi tutti coloro che presentavano un valore dei residui (R di Student) al di fuori dell'intervallo compreso tra i valori -2,5 e +2,5.

Nell'allegato 5.A vengono riportate le variabili ed i rispettivi coefficienti della "funzione di ricavo".

APPLICAZIONE DEGLI STUDI DI SETTORE ALL'UNIVERSO DEI CONTRIBUENTI

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

- l'Analisi Discriminante⁷;
- la stima del ricavo di riferimento.

Nell'allegato 5.B vengono riportate le variabili strutturali risultate significative nell'Analisi Discriminante.

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

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

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

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

⁷ L'Analisi Discriminante è una tecnica che consente di associare ogni impresa ad uno dei gruppi omogenei individuati per la sua attività, attraverso la definizione di una probabilità di appartenenza a ciascuno dei gruppi stessi.

ALLEGATO 5.A

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

TM24U

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4
Costo del venduto	1,0979	1,0848	1,1114	1,1087
Costo del venduto per valori uguali o inferiori a 130.000	0,2049	-	-	-
Costo del venduto per valori uguali o inferiori a 150.000	-	-	0,1701	-
Costo del venduto per valori uguali o inferiori a 190.000	-	-	-	0,0865
Costo del venduto relativo a "Consumatori privati"	-	-	-	-
Valore dei beni strumentali al netto del valore dei beni a nolo elevato 0,3	-	-	-	-
Valore dei beni strumentali al netto del valore dei beni a nolo elevato 0,4	-	-	-	-
Valore dei beni strumentali al netto del valore dei beni a nolo elevato 0,5	-	136,8796	-	62,4029
Valore dei beni strumentali al netto del valore dei beni a nolo elevato 0,7	-	-	-	-
Valore dei beni strumentali al netto del valore dei beni a nolo elevato 0,9	0,3483	-	1,4854	-
Associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa, Associati in partecipazione diversi, Soci con occupazione prevalente nell'impresa, Soci diversi (numero normalizzato)	11.393,7643	16.003,5469	-	11.124,9026
Costo per la Produzione di servizi	1,0250	1,2369	0,7186	1,2169
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	1,0010	1,1415	0,7002	0,9560
Spese per acquisti di Servizi	1,0250	0,9446	0,7186	1,2169
Altri costi per Servizi	1,0250	0,7864	0,7186	0,7143

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

TM24U

VARIABILI	CLUSTER 5	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8	CLUSTER 9
Costo del venduto	1,0798	1,1089	1,0841	1,1687	1,1403
Costo del venduto per valori uguali o inferiori a 130.000	-	-	-	-	-
Costo del venduto per valori uguali o inferiori a 150.000	-	-	-	-	-
Costo del venduto per valori uguali o inferiori a 190.000	-	0,0927	-	-	-
Costo del venduto relativo a "Consumatori privati"	-	0,0629	-	-	-
Valore dei beni strumentali al netto del valore dei beni a nolo elevato 0,3	-	-	-	698,5700	-
Valore dei beni strumentali al netto del valore dei beni a nolo elevato 0,4	-	-	387,1785	-	328,3786
Valore dei beni strumentali al netto del valore dei beni a nolo elevato 0,5	-	-	-	-	-
Valore dei beni strumentali al netto del valore dei beni a nolo elevato 0,7	10,7100	8,6197	-	-	-
Valore dei beni strumentali al netto del valore dei beni a nolo elevato 0,9	-	-	-	-	-
Associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa, Associati in partecipazione diversi, Soci con occupazione prevalente nell'impresa, Soci diversi (numero normalizzato)	27.608,6887	5.932,9012	18.240,6344	7.652,3333	16.286,5346
Costo per la Produzione di servizi	1,1548	1,0561	1,5174	0,9562	1,1895
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	1,0149	0,9024	1,0285	0,9522	0,8992
Spese per acquisti di Servizi	1,1453	1,4176	1,1896	0,9562	1,1895
Altri costi per Servizi	1,0479	0,4754	0,6111	0,9562	0,7603

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

ALLEGATO 5.B

VARIABILI DELL'ANALISI DISCRIMINANTE

QUADRO A:

- Numero giornate retribuite: Dipendenti a tempo pieno
- Numero giornate retribuite: Dipendenti a tempo parziale, assunti con contratto di lavoro intermittente, di lavoro ripartito
- Numero giornate retribuite: Apprendisti
- Numero giornate retribuite: Assunti con contratto di formazione e lavoro, di inserimento, a termine, lavoratori a domicilio; personale con contratto di fornitura di lavoro temporaneo o di somministrazione di lavoro
- Numero: Collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa
- Numero: Collaboratori coordinati e continuativi diversi da quelli di cui al rigo precedente
- Percentuale di lavoro prestato: Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale
- Percentuale di lavoro prestato: Familiari diversi da quelli di cui al rigo precedente che prestano attività nell'impresa
- Percentuale di lavoro prestato: Associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa
- Percentuale di lavoro prestato: Associati in partecipazione diversi da quelli di cui al rigo precedente
- Percentuale di lavoro prestato: Soci con occupazione prevalente nell'impresa
- Percentuale di lavoro prestato: Soci diversi da quelli di cui al rigo precedente
- Numero: Amministratori non soci

QUADRO B:

- Mq dei Locali destinati a deposito/magazzino
- Mq dei Locali per la vendita e l'esposizione della merce
- Mq dei Locali destinati ad uffici
- Mq dei Piazzali destinati alle operazioni di carico e scarico delle merci

QUADRO D:

- Tipologia di vendita: Ingrosso con vendita al banco - % sui ricavi
- Tipologia di vendita: Ingrosso con vendita sul territorio (tramite venditori e/o via fax, modem, ecc.) - % sui ricavi
- Tipologia di vendita: Dettaglio - % sui ricavi
- Prodotti merceologici commercializzati: Carta scuola/disegno - % sui ricavi
- Prodotti merceologici commercializzati: Carta da stampa ed altro (per pacchi, per la casa) - % sui ricavi
- Prodotti merceologici commercializzati: Cartone e articoli per imballaggio - % sui ricavi
- Prodotti merceologici commercializzati: Articoli per l'archivio e cancelleria ufficio - % sui ricavi
- Prodotti merceologici commercializzati: Articoli da scrittura - % sui ricavi
- Prodotti merceologici commercializzati: Cartelle, zaini, agende, astucci - % sui ricavi
- Prodotti merceologici commercializzati: Articoli da regalo/gadgets, giochi Natale/Carnevale - % sui ricavi
- Prodotti merceologici commercializzati: Prodotti informatici e di supporto (software, hardware, cavi, accessori per computer, dischetti/CD rom, ecc.) - % sui ricavi

- Prodotti merceologici commercializzati: Materiali di consumo (inchiostri, toner, cartucce, ecc.) - % sui ricavi
- Prodotti merceologici commercializzati: Altro - % sui ricavi
- Licenza per vendita al dettaglio
- Mq dei Locali per la vendita al dettaglio
- Modalità organizzativa: Associato a gruppi di acquisto e/o a unione volontaria
- Banconisti/Magazzinieri - numero totale
- Venditori diretti - numero totale
- Spese di pubblicità, propaganda e rappresentanza

QUADRO Z:

- Tipologia della clientela: Cartolerie/librerie - % sui ricavi
- Tipologia della clientela: Altri commercianti al dettaglio - % sui ricavi
- Tipologia della clientela: Studi professionali - % sui ricavi
- Tipologia della clientela: Enti pubblici e privati, scuole e comunità - % sui ricavi
- Tipologia della clientela: Consumatori privati - % sui ricavi