

# ALLEGATO 8

---

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

EVOLUZIONE

STUDIO DI SETTORE TM34U

## 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 SM34U – Commercio all'ingrosso di calzature, pelletterie e articoli da viaggio.

Oggetto dello studio sono le attività economica rispondente ai codici ATECOFIN 2004:

- 51.42.4 - Commercio all'ingrosso di calzature e accessori;
- 51.47.8 - Commercio all'ingrosso di articoli in cuoio e articoli da viaggio.

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 2004.

I contribuenti interessati sono risultati pari a 2.192.

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 48 posizioni.

I principali motivi di scarto sono stati:

- ricavi dichiarati maggiori di 5.164.569 euro;
- quadro D (elementi specifici dell'attività) non compilato;
- quadro F (elementi contabili) non compilato;
- presenza di attività secondarie con un'incidenza sui ricavi complessivi superiore al 20%;
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia di vendita (quadro D);
- errata compilazione delle percentuali relative ai prodotti trattati (quadro D);
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia della clientela (quadro D);
- errata compilazione delle percentuali relative alla modalità di acquisto (quadro D);
- incongruenze fra i dati strutturali e i dati contabili.

A seguito degli scarti effettuati, il numero dei modelli oggetto delle successive analisi è risultato pari a 2.144.

---

### 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* <sup>1</sup>;
- un procedimento di *Cluster Analysis* <sup>2</sup>.

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 dodici 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;
- tipologia della clientela;
- commercializzazione di prodotti con marchio proprio;
- dimensione;
- localizzazione.

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

- vendita al banco/in sede (cluster 2, 3 e 9);

---

<sup>1</sup> 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.

<sup>2</sup> 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.

- vendita sul territorio (cluster 4, 5 e 12);
- ingrosso ambulante (cluster 8);
- libero servizio (cluster 10);
- vendita al dettaglio (cluster 11).

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:

- calzature (cluster 2);
- articoli di pelletteria/valigeria (cluster 3);
- accessori per la pelletteria e per le calzature (cluster 7).

La **tipologia della clientela** ha evidenziato grossisti esportatori (cluster 2) e grossisti specializzati nella vendita di accessori per la pelletteria e per le calzature ad imprese di trasformazione (cluster 7).

Il cluster 4 raggruppa invece le imprese che **commercializzano** prodotti con marchio proprio.

Sotto l'**aspetto dimensionale**, l'analisi ha fatto emergere grossisti di piccole dimensioni con vendita sul territorio (cluster 5), imprese di più grandi dimensioni (cluster 6) e grossisti di medio-grandi dimensioni con vendita sul territorio (cluster 12).

Infine, la **localizzazione** ha individuato un gruppo di grossisti che svolgono la loro attività in strutture organizzate (cluster 9).

Salvo quanto espressamente specificato, tutti i valori evidenziati sono riferiti ai valori medi del cluster di riferimento.

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

#### **CLUSTER 1 – GROSSISTI ESPORTATORI**

##### **NUMEROSITÀ: 193**

I soggetti appartenenti al cluster derivano l'85% dei ricavi dallo svolgimento di un'attività orientata all'esportazione (comprese le cessioni intracomunitarie), soprattutto di calzature (52% dei ricavi) ed, in misura minore, di pelletteria e valigeria (12%) e di accessori per la pelletteria e per le calzature (10%).

Il 49% dei ricavi è generato dall'ingrosso con vendita sul territorio; viene svolta anche la vendita al banco/in sede (25%). Nel 26% dei casi il 66% dei ricavi deriva da provvigioni per intermediazione/vendita conto terzi o conto deposito.

Gli acquisti vengono effettuati da imprese in Italia e riguardano prodotti standard per il 59% degli acquisti e prodotti con marchio commerciale proprio (linee proprie) per il 17%. L'8% degli approvvigionamenti deriva da imprese all'estero.

Gli spazi destinati allo svolgimento dell'attività sono limitati alla presenza di 119 mq di deposito/magazzino (nel 51% dei casi) e 35 mq di uffici.

Il cluster è formato prevalentemente da società (di capitali nel 59% dei casi e di persone nel 18%) ed, in misura minore, da ditte individuali (23%), con 2 addetti di cui 1 dipendente. Nel 59% dei casi non si fa ricorso a personale dipendente.

#### **CLUSTER 2 – GROSSISTI SPECIALIZZATI NELLA VENDITA AL BANCO DI CALZATURE**

##### **NUMEROSITÀ: 326**

Le imprese appartenenti al cluster si distinguono per la focalizzazione dell'assortimento offerto, rappresentato soprattutto dalle calzature (72% dei ricavi).

La vendita viene effettuata quasi esclusivamente al banco/in sede (95% dei ricavi) ed è indirizzata ad una clientela formata in prevalenza da commercianti al dettaglio (56% dei ricavi) ed ambulanti (25%) su un'area di mercato limitata alle regioni limitrofe.

Gli approvvigionamenti vengono effettuati da imprese in Italia e riguardano prodotti standard per il 47% degli acquisti, prodotti con marchio commerciale proprio (linee proprie) per il 17% e prodotti in esclusiva (con marchio del produttore) per il 12%. Il 19% degli acquisti deriva da altri operatori.

Le superfici utilizzate per lo svolgimento dell'attività comprendono 119 mq di locali destinati a deposito/magazzino e 41 mq di locali destinati alla vendita e all'esposizione interna della merce.

Le imprese del cluster sono sia società (di capitali nel 28% dei casi e di persone nel 25%) che ditte individuali (46%), con una struttura composta da 2 addetti.

Nel 47% dei casi è presente un automezzo con massa complessiva a pieno carico fino a t. 3,5.

### **CLUSTER 3 – GROSSISTI SPECIALIZZATI NELLA VENDITA AL BANCO DI ARTICOLI DI PELLETTERIA E VALIGERIA**

**NUMEROSITÀ: 267**

Le imprese del cluster si caratterizzano per la specializzazione dell'assortimento offerto, rappresentato principalmente da borse (58% dei ricavi), piccola pelletteria (14%), valigie (10%) e zaini (4%).

La modalità di vendita principale è al banco/in sede (89% dei ricavi), per una clientela formata in prevalenza da commercianti al dettaglio (55% dei ricavi) ed ambulanti (23%), su un'area di mercato che si estende fino all'ambito nazionale.

La merce proviene da imprese in Italia e riguarda prodotti standard per il 40% degli acquisti, prodotti con marchio commerciale proprio (linee proprie) per il 13% e prodotti in esclusiva (con marchio del produttore) per il 7%. Rilevante è l'approvvigionamento da imprese all'estero, con un'incidenza pari al 27% degli acquisti.

Gli spazi utilizzati per lo svolgimento dell'attività sono pari a 126 mq di deposito/magazzino e 75 mq di locali destinati alla vendita e all'esposizione interna della merce.

Le imprese del cluster sono sia ditte individuali (62% dei soggetti) che società (22% di capitali e 16% di persone), con una struttura composta da 2 addetti, di cui 1 dipendente.

Il 39% dei soggetti appartenenti al cluster utilizza un automezzo con massa complessiva a pieno carico fino a t. 3,5.

### **CLUSTER 4 – GROSSISTI CHE COMMERCIALIZZANO PRODOTTI A MARCHIO PROPRIO**

**NUMEROSITÀ: 189**

Il cluster si contraddistingue per la presenza di aziende che commercializzano prodotti con marchio commerciale proprio, mediante delega ad imprese in Italia per la realizzazione di linee personalizzate (91% degli acquisti).

Gli articoli trattati riguardano calzature (54% dei ricavi), pelletteria e valigeria (15%) e accessori per l'abbigliamento (5%) e vengono distribuiti principalmente attraverso vendita sul territorio (67% dei ricavi) ed, in misura minore, tramite vendita al banco/in sede (16%).

La clientela è costituita principalmente da commercianti al dettaglio (69% dei ricavi), su un'area di mercato che si estende fino all'ambito internazionale. Nel 28% dei casi, il 42% dei ricavi deriva da export (comprese le cessioni intracomunitarie).

Gli spazi utilizzati per lo svolgimento dell'attività sono limitati a 66 mq di deposito/magazzino e 19 mq di uffici.

Le imprese del cluster sono sia società (di capitali nel 37% dei casi e di persone nel 22%) che ditte individuali (41%), ed hanno una struttura formata da 2 addetti.

Il 38% delle imprese utilizza un automezzo con massa complessiva a pieno carico fino a t. 3,5; il servizio di consegna al cliente viene effettuato nel 67% dei casi.

#### **CLUSTER 5 - GROSSISTI DI PICCOLE DIMENSIONI CON VENDITA SUL TERRITORIO**

**NUMEROSITÀ: 311**

Il cluster è composto da grossisti che derivano l'89% dei ricavi dalla vendita sul territorio (tramite venditori e/o via fax, modem, ecc.) di varie tipologie di prodotto. L'assortimento offerto è ampio e si compone di calzature (47% dei ricavi), pelletteria/valigeria (19%) ed accessori per l'abbigliamento (7%).

La clientela è costituita principalmente da commercianti al dettaglio (73% dei ricavi), su un'area di mercato che si estende fino all'ambito nazionale.

Il reperimento della merce viene effettuato sia da imprese in Italia per prodotti standard (50% degli acquisti) e per prodotti in esclusiva (9%), che da imprese all'estero (20%).

Le superfici destinate allo svolgimento dell'attività sono limitate a 69 mq di locali destinati a deposito/magazzino.

Le imprese appartenenti al cluster sono sia società (di capitali nel 31% dei casi e di persone nel 25%) che ditte individuali (44%); nell'attività è generalmente coinvolto soltanto il titolare.

Il 33% dei soggetti si avvale di un automezzo con massa complessiva a pieno carico fino a t. 3,5; il servizio di consegna al cliente viene effettuato nel 67% dei casi.

#### **CLUSTER 6 - GROSSISTI DI PIÙ GRANDI DIMENSIONI**

**NUMEROSITÀ: 109**

Il cluster in esame è formato da imprese di più grandi dimensioni, con una organizzazione articolata e strutturata. L'attività viene svolta su 808 mq di locali destinati a deposito/magazzino, 320 mq di locali destinati alla vendita e all'esposizione interna della merce e 109 mq di uffici. Sono inoltre presenti piazzali destinati alle operazioni di carico e scarico delle merci pari a 229 mq. La struttura occupazionale si compone di 6 addetti, di cui 5 dipendenti, tra i quali si rileva la presenza di 2 venditori diretti.

Le imprese appartenenti al cluster ricorrono sia alla vendita al banco/in sede (51% dei ricavi) che a quella sul territorio (40%), avvalendosi di un agente/rappresentante nel 31% dei casi. La commercializzazione concerne soprattutto calzature (68% dei ricavi) ed, in misura minore, pelletteria/valigeria (10%), ed è orientata ad una clientela formata da commercianti al dettaglio (59% dei ricavi) ed ambulanti (16%), su un'area di mercato che si estende fino all'ambito internazionale. Il 13% dei ricavi deriva dall'export (comprese le cessioni intracomunitarie).

I canali di acquisto delle merci sono molteplici. Gli approvvigionamenti vengono effettuati da imprese in Italia e riguardano prodotti standard per il 35% degli acquisti, prodotti con marchio commerciale proprio (linee proprie) per il 22% ed in esclusiva (con marchio del produttore) per il 17%. Inoltre, il 16% dei prodotti vengono acquistati da imprese all'estero.

La natura giuridica adottata più di frequente è quella societaria, soprattutto di capitali (77% dei casi).

I mezzi di trasporto utilizzati sono rappresentati da 2 automezzi con massa complessiva a pieno carico fino a t. 3,5; il servizio di consegna al cliente viene effettuato nel 72% dei casi.

Il 38% delle imprese impiega un muletto o carrello elettrico per la movimentazione delle merci, mentre sono presenti macchine da imballo di vario tipo nel 28% dei casi.

## **CLUSTER 7 - GROSSISTI SPECIALIZZATI NELLA VENDITA DI ACCESSORI PER LA PELLETTERIA E PER LE CALZATURE AD IMPRESE DI TRASFORMAZIONE**

### **NUMEROSITÀ: 152**

Il cluster in oggetto è formato da imprese specializzate nella commercializzazione di accessori per la pelletteria e le calzature (81% dei ricavi), rivolta principalmente ad imprese di trasformazione industriale o artigianale (82% dei ricavi). L'area di mercato servita è prevalentemente nazionale.

Le tipologie di vendita sono sia al banco/in sede (49% dei ricavi) che sul territorio (41%).

Gli approvvigionamenti vengono effettuati da imprese in Italia e riguardano prodotti standard per il 59% degli acquisti, con marchio commerciale proprio (linee proprie) per il 15% ed in esclusiva per l'8%.

Le superfici utilizzate per lo svolgimento dell'attività sono pari a 216 mq di locali destinati a deposito/magazzino, 35 mq di locali destinati alla vendita e all'esposizione interna della merce e 29 mq di uffici.

Le imprese del cluster sono rappresentate sia da società (di capitali nel 40% dei casi e di persone nel 27%) che da ditte individuali (33%) ed hanno una struttura composta da 3 addetti, di cui 2 dipendenti.

Nel 51% dei casi vengono utilizzati 2 automezzi con massa complessiva a pieno carico fino a t. 3,5; il servizio di consegna al cliente viene effettuato nel 64% dei casi.

Il 25% delle imprese impiega un muletto o carrello elettrico per la movimentazione delle merci.

## **CLUSTER 8 - GROSSISTI CON TIPOLOGIA DI VENDITA AMBULANTE**

### **NUMEROSITÀ: 193**

La tipologia di vendita che caratterizza il cluster è l'ingrosso ambulante (90% dei ricavi) principalmente di calzature (58% dei ricavi) ed, in misura minore, di pelletteria/valigeria (16%) e di accessori per l'abbigliamento (6%).

La clientela è costituita da commercianti al dettaglio (61% dei ricavi) e da ambulanti (32%), su un'area di mercato limitata alle regioni limitrofe.

L'approvvigionamento delle merci viene realizzato da imprese in Italia e riguarda prodotti standard per il 65% degli acquisti ed, in misura minore, prodotti con marchio commerciale proprio (linee proprie) per l'11%.

Coerentemente con l'attività svolta, sono presenti soltanto locali destinati a deposito/magazzino (82 mq).

Le imprese del cluster sono prevalentemente ditte individuali (77% dei soggetti); nell'attività è generalmente coinvolto soltanto il titolare.

I mezzi utilizzati sono rappresentati da un automezzo con massa complessiva a pieno carico fino a t. 3,5; il servizio di consegna al cliente viene effettuato nel 68% dei casi.

## **CLUSTER 9 - GROSSISTI LOCALIZZATI IN STRUTTURE ORGANIZZATE**

### **NUMEROSITÀ: 109**

I soggetti appartenenti al cluster si caratterizzano per lo svolgimento dell'attività presso strutture organizzate (95% dei casi), rappresentate soprattutto da centri commerciali all'ingrosso.

La modalità di vendita quasi esclusiva è al banco/in sede (91% dei ricavi) per una clientela formata in prevalenza da commercianti al dettaglio (72% dei ricavi) ed, in misura minore, ambulanti (14%), su un'area di mercato che si estende fino all'ambito internazionale. Il 26% dei ricavi deriva dall'export (comprese le cessioni intracomunitarie) nel 42% delle imprese.

I prodotti commercializzati sono soprattutto calzature (67% dei ricavi) ed, in misura minore, pelletteria/valigeria (12%).

Gli acquisti vengono effettuati da imprese in Italia e riguardano prodotti standard per il 49% degli acquisti, prodotti con marchio commerciale proprio (linee proprie) per il 30% e prodotti in esclusiva (con marchio del produttore) per il 7%.

Gli spazi utilizzati per lo svolgimento dell'attività sono pari a 139 mq di deposito/magazzino e 141 mq di locali destinati alla vendita e all'esposizione interna della merce.

Le imprese del cluster sono sia società (di capitali nel 42% dei casi e di persone nel 19%) che ditte individuali (39%); sono presenti 2 addetti di cui 1 dipendente.

I mezzi di trasporto utilizzati sono rappresentati da un automezzo con massa complessiva a pieno carico fino a t. 3,5 (41% dei soggetti).

#### **CLUSTER 10 – GROSSISTI CON TIPOLOGIA DI VENDITA A LIBERO SERVIZIO (CASH & CARRY)**

##### **NUMEROSITÀ: 36**

Il cluster in oggetto comprende imprese specializzate nella vendita all'ingrosso a libero servizio (cash & carry), che genera il 95% dei ricavi. L'assortimento offerto è rappresentato da articoli di pelletteria/valigeria (50% dei ricavi) e calzature (31%).

La clientela è costituita da commercianti al dettaglio (53% dei ricavi) ed ambulanti (8%), su un'area di mercato che si estende fino all'ambito internazionale. L'export (incluse le cessioni intracomunitarie) genera il 20% dei ricavi.

Le merci vengono acquistate principalmente da imprese all'estero (45% degli acquisti) mentre l'approvvigionamento da imprese in Italia riguarda prodotti standard (30%) e prodotti con marchio commerciale proprio (8%).

Gli spazi utilizzati per lo svolgimento dell'attività sono pari a 114 mq di deposito/magazzino e 74 mq di locali destinati alla vendita e all'esposizione interna della merce.

Le imprese del cluster sono prevalentemente ditte individuali (72% dei soggetti) ed, in misura minore, società di persone (14%) e società di capitali (14%), con una struttura composta da 2 addetti di cui 1 dipendente.

#### **CLUSTER 11 – GROSSISTI CON VENDITA AL DETTAGLIO**

##### **NUMEROSITÀ: 105**

I soggetti appartenenti al cluster si caratterizzano per affiancare l'attività di vendita al dettaglio autorizzata da apposita licenza (52% dei ricavi) alla vendita al banco/in sede (27%) e sul territorio (11%). Si registra la presenza di locali destinati alla vendita al dettaglio e all'esposizione interna della merce (96 mq).

L'assortimento offerto è ampio. I prodotti commercializzati sono rappresentati da calzature (43% dei ricavi), pelletteria/valigeria (18%), accessori per la pelletteria e per le calzature (6%) ed accessori per l'abbigliamento (5%).

Coerentemente con la tipologia di attività, la clientela è formata soprattutto da consumatori privati (59% di ricavi) ed, in misura minore, da commercianti al dettaglio (29%), su un'area di mercato che si estende fino alle regioni limitrofe.

Gli acquisti vengono effettuati da imprese in Italia e riguardano prodotti standard per il 54% degli acquisti, prodotti con marchio commerciale proprio (linee proprie) per il 15% e prodotti in esclusiva (con marchio del produttore) per il 10%.

Le superfici utilizzate per lo svolgimento dell'attività comprendono 101 mq di magazzino/deposito.

Le imprese del cluster sono sia società (di capitali nel 30% dei soggetti e di persone nel 26%) che ditte individuali (44%); sono presenti 2 addetti, di cui 1 dipendente.

Il 42% dei soggetti utilizza un automezzo con massa complessiva a pieno carico fino a t. 3,5.

## CLUSTER 12 - GROSSISTI DI MEDIO-GRANDI DIMENSIONI CON VENDITA SUL TERRITORIO

NUMEROSITÀ: 119

Il cluster è composto da grossisti che derivano l'89% dei ricavi dalla vendita sul territorio (tramite venditori e/o via fax, modem, ecc.), avvalendosi di 6 agenti/rappresentanti. L'attività viene svolta su 299 mq di locali destinati a deposito/magazzino e 77 mq di uffici. La struttura occupazionale si compone di 4 addetti di cui 2 dipendenti.

La commercializzazione riguarda soprattutto calzature (63% dei ricavi) ed, in misura minore, pelletteria/valigeria (15%), per una clientela formata da commercianti al dettaglio (62% dei ricavi), su un'area di mercato che si estende fino all'ambito internazionale. L'export (comprese le cessioni intracomunitarie) genera il 21% dei ricavi. Il 52% delle imprese del cluster deriva l'83% dei ricavi dalla vendita di prodotti con marchio commerciale proprio.

I canali di acquisto delle merci sono molteplici. Gli approvvigionamenti vengono effettuati sia da imprese all'estero (44% degli acquisti) che da imprese in Italia, per prodotti con marchio commerciale proprio (31%) e per prodotti standard (14%).

L'82% delle imprese adotta la forma giuridica di società di capitali.

Sono presenti 2 automezzi con massa complessiva a pieno carico fino a t. 3,5 (nel 36% dei casi); il servizio di consegna al cliente viene effettuato nel 71% dei casi.

Il 21% delle imprese del cluster impiega un muletto o carrello elettrico per la movimentazione delle merci.

---

### 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 Multipla<sup>3</sup>.

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 venduto<sup>4</sup> 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:

- *rotazione del magazzino* = (costo del venduto/giacenza media del magazzino<sup>5</sup>);
- *valore aggiunto per addetto* = (ricavi - costo del venduto - costo per la produzione di servizi - spese per acquisti di servizi - altri costi per servizi)/(numero addetti<sup>6</sup> \* 1.000);

---

<sup>3</sup> 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.

<sup>4</sup> Costo del venduto = Esistenze iniziali + acquisti di materie prime, sussidiarie, semilavorati e merci - rimanenze finali.

<sup>5</sup> Giacenza media del magazzino = (Esistenze iniziali + rimanenze finali) / 2.

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

- *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° ventile, per tutti i cluster.

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 1° ventile, per il cluster 10
- dal 2° ventile, per i cluster 1, 2, 5, 7, 9, 11 e 12
- dal 3° ventile, per i cluster 3, 4, 6 e 8.

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

- dal 1° ventile, per i cluster 10 e 12
- dal 2° ventile, per i cluster 1, 2, 5, 6, 7, 9 e 11;
- dal 3° ventile, per i cluster 3, 4 e 8.

Così definito il campione di imprese di riferimento, si è proceduto alla definizione della “funzione di ricavo” per ciascun gruppo omogeneo.

Per la determinazione della “funzione di ricavo” sono state utilizzate sia variabili contabili (quadro F del modello) sia variabili strutturali. La scelta delle variabili significative è stata effettuata con il metodo stepwise. Una volta selezionate le variabili, la determinazione della “funzione di ricavo” si è ottenuta applicando il metodo dei minimi quadrati generalizzati, che consente di controllare l'eventuale presenza di variabilità legata a fattori dimensionali (eteroschedasticità).

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

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 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 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.

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 provinciale”<sup>7</sup> 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 8.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 Discriminante<sup>8</sup>;
- la stima del ricavo di riferimento.

Nell'allegato 8.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.

---

<sup>7</sup> I criteri e le conclusioni dello studio sono riportati nell'apposito Decreto Ministeriale.

<sup>8</sup> 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 8.A

### COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

TM34U

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5	CLUSTER 6
Costo del Venduto	1,1042	1,1032	1,0944	1,0938	1,0880	1,0722
Costo del venduto per valori uguali o inferiori a 80.000	-	-	0,2896	-	-	-
Costo del venduto per valori uguali o inferiori a 100.000	-	-	-	-	0,1410	-
Costo del venduto per valori uguali o inferiori a 130.000	0,1621	0,1493	-	0,0760	-	-
Costo del venduto per valori uguali o inferiori a 250.000	-	-	-	-	-	0,1272
Costo del Venduto relativo a "Vendita al dettaglio autorizzata da apposita licenza"	-	-	-	-	-	-
Costo del Venduto relativo a "Calzature da passeggio, calzature tecnico/sportive, pantofole etc."	-0,0307	-0,0395	-	-	-	-
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	1,4689	0,9649	1,1253	0,9139	1,0456	0,8524
Spese per acquisti di servizi e Costo per la Produzione di servizi	1,1078	0,9401	1,1453	1,4349	1,0951	1,1886
Altri costi per servizi	0,7207	0,9401	1,1453	0,5901	0,6347	0,7611
Valore dei beni strumentali al netto del valore dei beni a nolo	-	0,1068	-	-	-	0,1338
"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 0,6	-	-	-	15,8710	18,3746	-
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale e Familiari diversi che prestano attività nell'impresa (numero normalizzato)	12.449,9028	5.553,1119	-	11.460,2319	6.253,7007	-
Associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa, Associati in partecipazione diversi, Soci con occupazione prevalente nell'impresa, Soci diversi (numero normalizzato)	12.449,9028	5.553,1119	-	11.460,2319	6.253,7007	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

## COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

TM34U

CORRETTIVI TERRITORIALI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5	CLUSTER 6
Correttivo da applicare al Costo del venduto <i>Gruppo 1 della territorialità del Commercio a livello provinciale - Aree con livelli di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale</i>	-	-0,0245	-	-	-	-
Correttivo da applicare al Costo del venduto <i>Gruppo 4 della territorialità del Commercio a livello provinciale - Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale</i>	-	-0,0245	-	-	-	-
Correttivo da applicare al Costo del venduto <i>Gruppo 5 della territorialità del Commercio a livello provinciale - Aree con benessere molto elevato, in aree urbane e metropolitane fortemente terziarizzate e sviluppate, con una rete distributiva molto evoluta</i>	-	-	-	-	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

## COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

TM34U

VARIABILI	CLUSTER 7	CLUSTER 8	CLUSTER 9	CLUSTER 10	CLUSTER 11	CLUSTER 12
Costo del Venduto	1,0832	1,1050	1,0810	1,1060	1,0597	1,0507
Costo del venduto per valori uguali o inferiori a 80.000	-	-	-	-	0,1934	-
Costo del venduto per valori uguali o inferiori a 100.000	0,1705	0,1036	-	-	-	-
Costo del venduto per valori uguali o inferiori a 130.000	-	-	0,1375	-	-	0,5300
Costo del venduto per valori uguali o inferiori a 250.000	-	-	-	-	-	-
Costo del Venduto relativo a "Vendita al dettaglio autorizzata da apposita licenza"	-	-	-	-	0,0700	-
Costo del Venduto relativo a "Calzature da passeggio, calzature tecnico/sportive, pantofole etc."	-	-0,0205	-	-	-	-
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	1,1544	1,0777	1,1332	0,6050	1,1251	1,3223
Spese per acquisti di servizi + Costo per la Produzione di servizi	1,4203	0,9219	0,9998	1,4384	1,3571	1,0136
Altri costi per servizi	0,6730	0,5050	0,9998	1,0797	1,3571	0,8732
Valore dei beni strumentali al netto del valore dei beni a nolo	-	-	0,2574	-	-	-
"Valore dei beni strumentali al netto del valore dei beni a nolo" elevato 0,4	-	102,6361	-	225,8901	-	-
"Valore dei beni strumentali al netto del valore dei beni a nolo" elevato 0,6	-	-	-	-	-	-
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale e Familiari diversi che prestano attività nell'impresa (numero normalizzato)	27.542,2615	7.092,1724	7.157,6416	-	-	-
Associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa, Associati in partecipazione diversi, Soci con occupazione prevalente nell'impresa, Soci diversi (numero normalizzato)	27.542,2615	7.092,1724	7.157,6416	-	-	40.746,0569

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

## COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

TM34U

CORRETTIVI TERRITORIALI	CLUSTER 7	CLUSTER 8	CLUSTER 9	CLUSTER 10	CLUSTER 11	CLUSTER 12
Correttivo da applicare al Costo del venduto <i>Gruppo 1 della territorialità del Commercio a livello provinciale - Aree con livelli di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale</i>	-	-0,0234	-0,0246	-	-	-
Correttivo da applicare al Costo del venduto <i>Gruppo 4 della territorialità del Commercio a livello provinciale - Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale</i>	-	-0,0234	-0,0246	-	-	-
Correttivo da applicare al Costo del venduto <i>Gruppo 5 della territorialità del Commercio a livello provinciale - Aree con benessere molto elevato, in aree urbane e metropolitane fortemente terziarizzate e sviluppate, con una rete distributiva molto evoluta</i>	-	-	-	-	-	0,0396

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

## ALLEGATO 8.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, lavoranti 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:

- Locali destinati a deposito/magazzino (Mq)
- Locali per la vendita e l'esposizione interna della merce (Mq)
- Locali destinati ad uffici (Mq)
- Piazzali destinati alle operazioni di carico e scarico delle merci (Mq)
- Localizzazione (1 = autonoma; 2 = esercizio inserito in centro commerciale all'ingrosso; 3 = esercizio inserito in parco commerciale)
- Spese sostenute per beni e/o servizi comuni (in caso di localizzazione non autonoma)
- Ricavi derivanti dalla vendita al dettaglio dei prodotti provenienti dal proprio magazzino all'ingrosso

#### QUADRO D:

- Tipologia di vendita: Ingrosso con vendita al banco/in sede
- Tipologia di vendita: Vendita al dettaglio autorizzata da apposita licenza
- Tipologia di vendita: Provvigioni per intermediazione/vendita conto terzi o conto deposito
- Tipologia di vendita: Ingrosso ambulante
- Tipologia di vendita: Cash & carry
- Prodotti trattati: Borse (compresi: pochette, sottobracci, borselli, cartelle, ecc.) – Pelletteria % sui ricavi
- Prodotti trattati: Zaini – Pelletteria % sui ricavi
- Prodotti trattati: Valigie (compresi: borsoni, sacche, bauli ecc.) –Valigeria % sui ricavi
- Prodotti trattati: Piccola pelletteria –Valigeria % sui ricavi
- Prodotti trattati: Calzature sportive, tecniche e tempo libero – Calzature % sui ricavi

- Prodotti trattati: Calzature da donna – Calzature % sui ricavi
- Prodotti trattati: Calzature da uomo – Calzature % sui ricavi
- Prodotti trattati: Calzature da bambino – Calzature % sui ricavi
- Prodotti trattati: Pantofole – Calzature % sui ricavi
- Prodotti trattati: Accessori per la pelletteria e le calzature – Calzature % sui ricavi
- Prodotti trattati: Altri tipi di calzature – Calzature % sui ricavi
- Prodotti trattati: Ombrelli -Accessori per l'abbigliamento % sui ricavi
- Prodotti trattati: Foulard, cravatte -Accessori per l'abbigliamento % sui ricavi
- Prodotti trattati: Cappelli, sciarpe, guanti -Accessori per l'abbigliamento % sui ricavi
- Prodotti trattati: Bigiotteria -Accessori per l'abbigliamento % sui ricavi
- Tipologia della clientela: Commercianti al dettaglio
- Tipologia della clientela: Ambulanti
- Tipologia della clientela: Consumatori privati
- Tipologia della clientela: Export (comprese le cessioni intracomunitarie)
- Tipologia della clientela: Imprese di trasformazione industriale o artigianale
- Altri dati specifici: Consegna al cliente
- Particolari tipologie di vendita: A stock/in blocco - % sui ricavi
- Particolari tipologie di vendita: Di prodotti con marchio commerciale proprio - % sui ricavi
- Area di mercato: Nazionale (1 = comune; 2 = provincia; 3 = fino a 3 regioni; 4 = oltre 3 regioni)
- Modalità di acquisto: Da imprese in Italia per prodotti con marchio commerciale proprio (linee proprie)
- Modalità di acquisto: Da imprese in Italia per prodotti in esclusiva (con marchio del produttore)
- Modalità di acquisto: Da imprese all'estero
- Agenti/rappresentanti
- Costi sostenuti per provvigioni di vendita e rimborsi spese corrisposti
- Spese di pubblicità, propaganda e rappresentanza
- Automezzi con massa complessiva a pieno carico: fino a t. 3,5
- Automezzi con massa complessiva a pieno carico: oltre t. 3,5 e fino a t. 12
- Automezzi con massa complessiva a pieno carico: superiore a t. 12
- Spese per servizi integrativi o sostitutivi dei mezzi propri

#### QUADRO E:

- Muletti e carrelli elettrici
- Macchine da imballo di vario tipo