

ALLEGATO 19

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

STUDIO DI SETTORE UM21E

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 e le variazioni di mercato all'interno del settore economico.

Di seguito vengono esposti i criteri seguiti per la costruzione dello Studio di Settore UM21E, evoluzione dello studio TM21E.

Oggetto dello studio sono le attività economiche rispondenti ai codici ATECO 2007:

- 46.31.20 - Commercio all'ingrosso di frutta e ortaggi conservati;
- 46.32.20 - Commercio all'ingrosso di prodotti di salumeria;
- 46.33.10 - Commercio all'ingrosso di prodotti lattiero-caseari e di uova;
- 46.33.20 - Commercio all'ingrosso di oli e grassi alimentari di origine vegetale o animale;
- 46.36.00 - Commercio all'ingrosso di zucchero, cioccolato, dolci e prodotti da forno;
- 46.37.02 - Commercio all'ingrosso di tè, cacao e spezie;
- 46.38.30 - Commercio all'ingrosso di pasti e piatti pronti;
- 46.38.90 - Commercio all'ingrosso di altri prodotti alimentari;
- 46.39.10 - Commercio all'ingrosso non specializzato di prodotti surgelati;
- 46.39.20 - Commercio all'ingrosso non specializzato di prodotti alimentari, bevande e tabacco.

La finalità perseguita è di determinare un "ricavo potenziale" attribuibile ai contribuenti cui si applica lo Studio di Settore tenendo conto non solo di variabili contabili, ma anche di variabili strutturali in grado di influenzare il risultato dell'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 delle attività.

L'evoluzione dello studio di settore è stata condotta analizzando il modello TM21E per la comunicazione dei dati rilevanti ai fini dell'applicazione degli Studi di Settore per il periodo d'imposta 2006 trasmesso dai contribuenti unitamente al modello UNICO 2007.

I contribuenti interessati sono risultati pari a 13.312.

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, l'esclusione di 2.119 posizioni.

I principali motivi di esclusione sono stati:

- ricavi dichiarati maggiori di 7.500.000 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;
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia dell'attività (quadro D);
- errata compilazione delle percentuali relative alle categorie merceologiche prevalenti (quadro D);
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia di clientela (quadro D);

- errata compilazione delle percentuali relative all'area di mercato (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 stato pari a 11.193.

IDENTIFICAZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Per suddividere 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*;
- un procedimento di *Cluster Analysis*.

L'Analisi in Componenti Principali è una tecnica statistica che permette di ridurre il numero delle variabili originarie pur conservando gran parte dell'informazione iniziale. A tal fine vengono identificate nuove variabili, dette componenti principali, tra loro ortogonali (indipendenti, incorrelate) che spiegano il massimo possibile della varianza iniziale.

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 i soggetti in base ai possibili modelli organizzativi, alle diverse tipologie di clientela, 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.

Le nuove variabili risultanti dall'Analisi in Componenti Principali vengono analizzate in termini di significatività sia economica sia statistica, al fine di individuare quelle che colgono i diversi aspetti strutturali delle attività oggetto dello studio.

La Cluster Analysis è una tecnica statistica che, in base ai risultati dell'Analisi in Componenti Principali, permette di identificare gruppi omogenei di imprese (cluster); in tal modo è possibile raggruppare le imprese con caratteristiche strutturali ed organizzative simili (la descrizione dei gruppi omogenei identificati con la Cluster Analysis è riportata nel Sub Allegato 19.A)¹.

L'utilizzo combinato delle due tecniche è preferibile rispetto a un'applicazione diretta delle tecniche di Cluster Analysis, poiché 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.

In un procedimento di clustering 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 e che concorrono a definirne il profilo.

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 allo stesso gruppo. Per determinare tale funzione si è ricorso alla Regressione Multipla.

¹ Nella fase di cluster analysis, al fine di garantire la massima omogeneità dei soggetti appartenenti a ciascun gruppo, vengono classificate solo le osservazioni che presentano caratteristiche strutturali simili rispetto a quelle proprie di uno specifico gruppo omogeneo. Non vengono, invece, presi in considerazione, ai fini della classificazione, i soggetti che possiedono aspetti strutturali riferibili contemporaneamente a due o più gruppi omogenei. Ugualmente non vengono classificate le osservazioni che presentano un profilo strutturale molto dissimile rispetto all'insieme dei cluster individuati.

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.

La stima della “funzione di ricavo” è stata effettuata individuando la relazione tra il ricavo (variabile dipendente) e i dati contabili e strutturali delle imprese (variabili indipendenti).

È opportuno rilevare che prima di definire il modello di regressione è stata effettuata un'analisi sui dati delle imprese per verificare le condizioni di “coerenza 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”.

A tal fine sono stati utilizzati degli indicatori di natura economico-contabile specifici delle attività in esame:

- *Durata delle scorte;*
- *Margine operativo lordo per addetto non dipendente.*

Le formule degli indicatori economico-contabili sono riportate nel Sub Allegato 19.C.

Per ogni gruppo omogeneo è stata calcolata la distribuzione ventilica² di ciascuno degli indicatori precedentemente definiti. Le distribuzioni dell'indicatore “Margine operativo lordo per addetto non dipendente” sono state costruite distintamente anche in base all'appartenenza ai gruppi territoriali, definiti utilizzando i risultati di uno studio relativo alla “territorialità del commercio a livello provinciale”³ 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.

In seguito, ai fini della determinazione del campione di riferimento, sono state selezionate le imprese che presentavano valori degli indicatori contemporaneamente all'interno dell'intervallo definito per ciascun indicatore.

Nel Sub Allegato 19.D vengono riportati gli intervalli scelti per la selezione del campione di riferimento.

Così definito il campione 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”⁴. 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).

² Nella terminologia statistica, si definisce “distribuzione ventilica” l'insieme dei valori che suddividono le osservazioni, ordinate per valori crescenti dell'indicatore, in 20 gruppi di uguale numerosità. Il primo ventile è il valore al di sotto del quale si posiziona il primo 5% delle osservazioni; il secondo ventile è il valore al di sotto del quale si posiziona il primo 10% delle osservazioni, e così via.

³ I criteri e le conclusioni dello studio sono riportati nell'apposito Decreto Ministeriale.

⁴ Il metodo stepwise unisce due tecniche statistiche per la scelta del miglior modello di stima: la regressione forward (“in avanti”) e la regressione backward (“indietro”). La regressione forward prevede di partire da un modello senza variabili e di introdurre passo dopo passo la variabile più significativa, mentre la regressione backward inizia considerando nel modello tutte le variabili disponibili e rimuovendo passo per passo quelle non significative. Con il metodo stepwise, partendo da un modello di regressione senza variabili, si procede per passi successivi alternando due fasi: nella prima fase, si introduce la variabile maggiormente significativa fra quelle considerate; nella seconda, si riesamina l'insieme delle variabili introdotte per verificare se è possibile eliminarne qualcuna non più significativa. Il processo continua fino a quando non è più possibile apportare alcuna modifica all'insieme delle variabili, ovvero quando nessuna variabile può essere aggiunta oppure eliminata.

Nella definizione della “funzione di ricavo” si è tenuto conto delle possibili differenze di risultati economici legate al luogo di svolgimento dell’attività. In questo contesto, particolare attenzione è stata riservata all’influenza del livello dei canoni degli affitti dei locali commerciali nei diversi comuni.

A tale scopo sono stati utilizzati rispettivamente i risultati dello studio relativo alla “territorialità del commercio a livello provinciale” e dello studio “Il livello dei canoni di affitto dei locali commerciali a livello comunale”⁵.

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 + Costo per la produzione di servizi” relativo alla vendita al dettaglio e con la variabile “Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi” relativo alla vendita non al dettaglio. 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, ai coefficienti della variabile “Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi” relativo alla vendita al dettaglio e della variabile “Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi” relativo alla vendita non al dettaglio.

Nel Sub Allegato 19.H vengono riportate le variabili ed i rispettivi coefficienti della “funzione di ricavo”.

APPLICAZIONE DELLO STUDIO DI SETTORE

In fase di applicazione dello studio di settore sono previste le seguenti fasi:

- *Analisi Discriminante;*
- *Analisi della Coerenza;*
- *Analisi della Normalità Economica;*
- *Analisi della Congruità.*

ANALISI DISCRIMINANTE

L’Analisi Discriminante è una tecnica statistica che consente di associare ogni impresa ad uno o più gruppi omogenei individuati con relativa probabilità di appartenenza (la descrizione dei gruppi omogenei individuati con la Cluster Analysis è riportata nel Sub Allegato 19.A).

Nel Sub Allegato 19.B vengono riportate le variabili strutturali risultate significative nell’Analisi Discriminante.

ANALISI DELLA COERENZA

L’analisi della coerenza permette di valutare l’impresa sulla base di indicatori economico-contabili specifici del settore.

Con tale analisi si valuta il posizionamento di ogni singolo indicatore del soggetto rispetto ad un intervallo, individuato come economicamente coerente, in relazione al gruppo omogeneo di appartenenza.

Gli indicatori utilizzati nell’analisi della coerenza sono i seguenti:

- *Ricarico;*
- *Durata delle scorte;*

⁵ I criteri e le conclusioni dello studio sono riportati nell’apposito Decreto Ministeriale.

- *Valore aggiunto per addetto;*
- *Margine operativo lordo per addetto non dipendente.*

Ai fini della individuazione dell'intervallo di coerenza economica, per gli indicatori utilizzati sono state analizzate le distribuzioni ventiliche differenziate per gruppo omogeneo, per gli indicatori "Ricarico", "Valore aggiunto per addetto" e "Margine operativo lordo per addetto non dipendente" anche sulla base della "territorialità del commercio a livello provinciale".

In caso di assegnazione a più gruppi omogenei, i valori soglia di coerenza economica vengono ponderati con le relative probabilità di appartenenza. Per gli indicatori "Ricarico", "Valore aggiunto per addetto" e "Margine operativo lordo per addetto non dipendente" i valori soglia di coerenza economica vengono ponderati anche sulla base della percentuale di appartenenza alle diverse aree territoriali.

Le formule degli indicatori utilizzati e i relativi valori soglia di coerenza sono riportati, rispettivamente, nel Sub Allegato 19.C e nel Sub Allegato 19.E.

ANALISI DELLA NORMALITÀ ECONOMICA

L'analisi della normalità economica si basa su una particolare metodologia mirata ad individuare la correttezza dei dati dichiarati. A tal fine, per ogni singolo soggetto vengono calcolati indicatori economico-contabili da confrontare con i valori di riferimento che individuano le condizioni di normalità economica in relazione al gruppo omogeneo di appartenenza.

Gli indicatori di normalità economica individuati sono i seguenti:

- *Incidenza degli ammortamenti per beni strumentali mobili rispetto al valore storico degli stessi;*
- *Incidenza dei costi per beni mobili acquisiti in dipendenza di contratti di locazione finanziaria rispetto al valore storico degli stessi;*
- *Incidenza dei costi per beni mobili acquisiti in dipendenza di contratti di locazione non finanziaria rispetto al valore storico degli stessi;*
- *Durata delle scorte;*
- *Incidenza del costo del venduto e del costo per la produzione di servizi sui ricavi;*
- *Incidenza dei costi residuali di gestione sui ricavi.*

Per ciascuno di questi indicatori vengono definiti eventuali maggiori ricavi da aggiungersi al ricavo puntuale di riferimento e al ricavo minimo ammissibile stimati con l'analisi della congruità dello studio di settore.

Ai fini della individuazione dei valori soglia di normalità economica, per gli indicatori "Incidenza degli ammortamenti per beni strumentali mobili rispetto al valore storico degli stessi", "Incidenza dei costi per beni mobili acquisiti in dipendenza di contratti di locazione finanziaria rispetto al valore storico degli stessi", "Durata delle scorte" e "Incidenza dei costi residuali di gestione sui ricavi" sono state analizzate le distribuzioni ventiliche differenziate per gruppo omogeneo. In caso di assegnazione a più gruppi omogenei, i valori soglia di normalità economica vengono ponderati con le relative probabilità di appartenenza.

Le formule degli indicatori utilizzati e i relativi valori soglia di normalità economica sono riportati, rispettivamente, nel Sub Allegato 19.C e nel Sub Allegato 19.F.

INCIDENZA DEGLI AMMORTAMENTI PER BENI STRUMENTALI MOBILI RISPETTO AL VALORE STORICO DEGLI STESSI

Per ogni contribuente, si determina il valore massimo ammissibile per la variabile “Ammortamenti per beni mobili strumentali” moltiplicando la soglia massima di coerenza dell’indicatore per il “Valore dei beni strumentali mobili in proprietà”⁶.

Nel caso in cui il valore dichiarato degli “Ammortamenti per beni mobili strumentali” si posizioni al di sopra di detto valore massimo ammissibile, la parte degli ammortamenti eccedente tale valore costituisce parametro di riferimento per la determinazione dei maggiori ricavi da normalità economica, calcolati moltiplicando tale parte eccedente per il relativo coefficiente (pari a 1,7628).

Tale coefficiente è stato calcolato, per lo specifico settore, come rapporto tra l’ammontare del ricavo puntuale, derivante dall’applicazione delle funzioni di ricavo dello studio di settore alla sola variabile “Valore dei beni strumentali mobili in proprietà”, e l’ammontare degli “Ammortamenti per beni mobili strumentali”.

INCIDENZA DEI COSTI PER BENI MOBILI ACQUISITI IN DIPENDENZA DI CONTRATTI DI LOCAZIONE FINANZIARIA RISPETTO AL VALORE STORICO DEGLI STESSI

Per ogni contribuente, si determina il valore massimo ammissibile per la variabile “Canoni per beni mobili acquisiti in dipendenza di contratti di locazione finanziaria” moltiplicando la soglia massima di coerenza dell’indicatore per il “Valore dei beni strumentali mobili relativo a beni acquisiti in dipendenza di contratti di locazione finanziaria”⁶.

Nel caso in cui il valore dichiarato dei “Canoni per beni mobili acquisiti in dipendenza di contratti di locazione finanziaria” si posizioni al di sopra di detto valore massimo ammissibile, la parte dei canoni eccedente tale valore costituisce parametro di riferimento per la determinazione dei maggiori ricavi da normalità economica, calcolati moltiplicando tale parte eccedente per il relativo coefficiente (pari a 0,6978).

Tale coefficiente è stato calcolato, per lo specifico settore, come rapporto tra l’ammontare del ricavo puntuale, derivante dall’applicazione delle funzioni di ricavo dello studio di settore alla sola variabile “Valore dei beni strumentali mobili relativo a beni acquisiti in dipendenza di contratti di locazione finanziaria”, e l’ammontare dei “Canoni per beni mobili acquisiti in dipendenza di contratti di locazione finanziaria”.

INCIDENZA DEI COSTI PER BENI MOBILI ACQUISITI IN DIPENDENZA DI CONTRATTI DI LOCAZIONE NON FINANZIARIA RISPETTO AL VALORE STORICO DEGLI STESSI

L’indicatore risulta non normale quando assume valore nullo. In tale caso, il “Valore dei beni strumentali mobili relativo a beni acquisiti in dipendenza di contratti di locazione non finanziaria” viene aggiunto al “Valore dei beni strumentali mobili”⁷ utilizzato ai fini dell’analisi di congruità.

Il nuovo “Valore dei beni strumentali mobili” costituisce il parametro di riferimento per la riapplicazione dell’analisi della congruità e per la determinazione dei maggiori ricavi da normalità economica⁸.

DURATA DELLE SCORTE

In presenza di un valore dell’indicatore “Durata delle scorte” non normale⁹ viene applicata l’analisi di normalità economica nella gestione del magazzino.

⁶ La variabile viene normalizzata all’anno in base al numero dei mesi di attività nel corso del periodo d’imposta.

⁷ Valore dei beni strumentali mobili = Valore dei beni strumentali - Valore dei beni strumentali relativo a beni acquisiti in dipendenza di contratti di locazione non finanziaria.

⁸ I maggiori ricavi da normalità economica correlati a tale indicatore sono calcolati come differenza tra il ricavo puntuale di riferimento, derivante dalla riapplicazione dell’analisi della congruità con il nuovo “Valore dei beni strumentali mobili”, e il ricavo puntuale di riferimento di partenza, calcolato sulla base dei dati dichiarati dal contribuente.

⁹ L’indicatore “Durata delle scorte” risulta non normale quando vengono contemporaneamente verificate le seguenti condizioni:

- il valore calcolato dell’indicatore è superiore alla soglia massima di normalità economica;

In tale caso, il costo del venduto è aumentato per un importo pari all'incremento non normale del magazzino, calcolato come differenza tra le rimanenze finali e le esistenze iniziali ovvero, nel caso in cui il valore delle esistenze iniziali è inferiore al valore normale di riferimento delle rimanenze finali¹⁰, come differenza tra le rimanenze finali e tale valore normale di riferimento.

Il nuovo costo del venduto costituisce il parametro di riferimento per la riapplicazione dell'analisi della congruità e per la determinazione dei maggiori ricavi da normalità economica¹¹.

INCIDENZA DEL COSTO DEL VENDUTO E DEL COSTO PER LA PRODUZIONE DI SERVIZI SUI RICAVI

L'indicatore risulta non normale quando assume un valore non superiore a zero. In tale caso, si determina il valore normale di riferimento del "Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi", moltiplicando i ricavi dichiarati dal contribuente per il valore mediano dell'indicatore "Incidenza del costo del venduto e del costo per la produzione di servizi sui ricavi".

Tale valore mediano è calcolato distintamente per gruppo omogeneo (vedi tabella 1).

Il nuovo "Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi" costituisce il parametro di riferimento per la riapplicazione dell'analisi della congruità e per la determinazione dei maggiori ricavi da normalità economica¹².

In caso di assegnazione a più gruppi omogenei, il valore mediano viene ponderato sulla base delle relative probabilità di appartenenza.

-
- il valore delle rimanenze finali è superiore a quello delle esistenze iniziali.

¹⁰ Il valore normale di riferimento delle rimanenze finali è pari a:

$$[2 \times \text{soglia_massima} \times (\text{Esistenze iniziali} + \text{Costi acquisto materie prime} + \text{Costo per la produzione di servizi}) - (\text{Esistenze iniziali} \times 365)]$$

$$(2 \times \text{soglia_massima} + 365)$$

¹¹ I maggiori ricavi da normalità economica correlati a tale indicatore sono calcolati come differenza tra il ricavo puntuale di riferimento, derivante dalla riapplicazione dell'analisi della congruità con il nuovo costo del venduto, e il ricavo puntuale di riferimento di partenza, calcolato sulla base dei dati dichiarati dal contribuente.

¹² I maggiori ricavi da normalità economica correlati a tale indicatore sono calcolati come differenza tra il ricavo puntuale di riferimento, derivante dalla riapplicazione dell'analisi della congruità con il nuovo costo del venduto e costo per la produzione di servizi, e il ricavo puntuale di riferimento di partenza, calcolato sulla base dei dati dichiarati dal contribuente.

Tabella 1 - Valori mediani dell'incidenza del costo del venduto e del costo per la produzione di servizi sui ricavi

Cluster	Valore mediano
1	79,71
2	75,45
3	77,78
4	72,63
5	83,30
6	72,88
7	85,15
8	83,09
9	73,95
10	75,47
11	73,39
12	75,41
13	82,11
14	78,95
15	77,12
16	82,16
17	75,70
18	73,28
19	82,21
20	80,32
21	73,37
22	70,99

INCIDENZA DEI COSTI RESIDUALI DI GESTIONE SUI RICAVI

Per ogni contribuente, si determina il valore massimo ammissibile per la variabile “Costi residuali di gestione” moltiplicando la soglia massima di normalità economica dell'indicatore per i “Ricavi da congruità e da normalità”.

Nel caso in cui il valore dichiarato dei “Costi residuali di gestione” si posiziona al di sopra di detto valore massimo ammissibile, la parte di costi eccedente tale valore costituisce parametro di riferimento per la determinazione dei maggiori ricavi da normalità economica, calcolati moltiplicando tale parte eccedente per il relativo coefficiente.

Tale coefficiente è stato calcolato, distintamente per gruppo omogeneo (cluster), come rapporto tra l'ammontare del ricavo puntuale, derivante dall'applicazione delle funzioni di ricavo dello studio di settore alle sole variabili contabili di costo, e l'ammontare delle stesse variabili contabili di costo (vedi tabella 2).

In caso di assegnazione a più gruppi omogenei, il coefficiente viene ponderato sulla base delle relative probabilità di appartenenza.

Tabella 2 – Coefficienti di determinazione dei maggiori ricavi da applicarsi ai costi residuali di gestione

Cluster	Coefficiente
1	1,0969
2	1,0479
3	1,0661
4	1,0405
5	1,0665
6	1,0874
7	1,0544
8	1,0560
9	1,0595
10	1,0756
11	1,0484
12	1,0951
13	1,0530
14	1,0772
15	1,0681
16	1,0716
17	1,0786
18	1,0725
19	1,0488
20	1,0459
21	1,0994
22	1,0892

ANALISI DELLA CONGRUITÀ

Per ogni gruppo omogeneo vengono calcolati il ricavo puntuale, come somma dei prodotti fra i coefficienti del gruppo stesso e le variabili dell'impresa, e il ricavo minimo, determinato sulla base dell'intervallo di confidenza al livello del 99,99%¹³.

La media, ponderata con le relative probabilità di appartenenza, dei ricavi puntuali di ogni gruppo omogeneo costituisce il "ricavo puntuale di riferimento" dell'impresa.

La media, ponderata con le relative probabilità di appartenenza, dei ricavi minimi di ogni gruppo omogeneo costituisce il "ricavo minimo ammissibile" dell'impresa.

Al ricavo puntuale di riferimento e al ricavo minimo ammissibile stimati con l'analisi della congruità vengono aggiunti gli eventuali maggiori ricavi derivanti dall'applicazione dell'analisi della normalità economica.

Nel Sub Allegato 19.G vengono riportate le modalità di neutralizzazione delle variabili per la componente relativa all'attività di vendita di beni soggetti ad aggio e/o ricavo fisso.

Nel Sub Allegato 19.H vengono riportate le variabili ed i rispettivi coefficienti delle "funzioni di ricavo".

¹³ Nella terminologia statistica, per "intervallo di confidenza" si intende un intervallo, posizionato intorno al ricavo puntuale e delimitato da due estremi (uno inferiore e l'altro superiore), che include con un livello di probabilità prefissato il valore dell'effettivo ricavo del contribuente. Il limite inferiore dell'intervallo di confidenza costituisce il ricavo minimo.

SUB ALLEGATI

SUB ALLEGATO 19.A – DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

L'analisi del comparto ha permesso di classificare le imprese che svolgono l'attività di commercio all'ingrosso di prodotti alimentari in 22 gruppi omogenei. Gli elementi che hanno maggiormente contribuito alla determinazione dei modelli di business sono i seguenti:

- dimensione;
- tipologia dell'offerta;
- tipologia dell'attività;
- commercializzazione di prodotti con marchio proprio.

Sulla base della **dimensione** dell'impresa è stato possibile individuare le realtà commerciali maggiormente strutturate (cluster 4).

La **tipologia dell'offerta** ha consentito di individuare gli ingrossi che vendono prevalentemente: uova (cluster 1, 14), bevande (cluster 3), latte (cluster 5), conserve alimentari e prodotti alimentari in scatola (cluster 6), oli di oliva, altri oli vegetali e grassi alimentari (cluster 7, 22), formaggi e altri derivati del latte (cluster 8, 13), gelati (cluster 9, 10), prodotti alimentari congelati/surgelati (cluster 11, 18), dolciumi (cluster 12, 17), prosciutti e altri prodotti di salumeria (cluster 16, 20), farine, lieviti, pane, paste alimentari e altri prodotti da forno (cluster 21).

La **tipologia dell'attività** ha permesso di distinguere i grossisti che effettuano prevalentemente la consegna al cliente (cluster 2, 9, 14, 17) da quelli che operano in tentata vendita (cluster 1, 8, 10, 15, 18) piuttosto che con vendita interna (cash & carry, al banco, franco fabbrica) (cluster 19).

La **commercializzazione di prodotti** a marchio proprio infine ha consentito di individuare i commercianti all'ingrosso di oli di oliva, altri oli vegetali e grassi alimentari a marchio proprio (cluster 22).

Di seguito vengono descritti i cluster emersi dall'analisi.

Salvo segnalazione diversa, i cluster sono stati rappresentati attraverso il riferimento ai valori medi delle variabili principali.

CLUSTER 1 – INGROSSI CHE COMMERCIALIZZANO PREVALENTEMENTE UOVA IN TENTATA VENDITA

NUMEROSITÀ: 181

I soggetti del presente cluster commercializzano prevalentemente uova (95% dei ricavi) ed operano perlopiù in tentata vendita (truck jobbers) (72% dei ricavi). Nel 16% dei casi i prodotti commercializzati sono a marchio proprio (83% dei ricavi).

La clientela è composta in massima parte da dettaglianti tradizionali (compresi ambulanti) (59% dei ricavi), nel 54% dei casi il 31% dei ricavi deriva da vendite ad alberghi, bar, ristoranti ed altri locali pubblici (discoteche, stabilimenti balneari, ecc.).

Le imprese del cluster sono soprattutto ditte individuali (59% dei casi) e generalmente occupano 2 addetti.

Gli spazi utilizzati per lo svolgimento dell'attività comprendono locali destinati a deposito/magazzino (80 mq) e, nel 40% dei casi, uffici di piccole dimensioni (16 mq).

Gli approvvigionamenti avvengono prevalentemente presso allevatori singoli o associati (82% degli acquisti nel 49% dei casi), grossisti fuori mercato (62% nel 33%) e presso l'industria alimentare nazionale di produzione e trasformazione (74% nel 31%).

Le imprese del cluster solitamente dispongono di 1 automezzo con massa complessiva a pieno carico fino a 3,5 tonnellate.

CLUSTER 2 – INGROSSI CON ASSORTIMENTO AMPIO CHE EFFETTUANO PREVALENTEMENTE LA CONSEGNA AL CLIENTE

NUMEROSITÀ: 2.164

I soggetti appartenenti a questo cluster adottano come modalità di vendita principale l'ingrosso con consegna al cliente (78% dei ricavi).

La gamma dei prodotti venduti dai grossisti appartenenti al cluster è ampia e si compone di conserve alimentari e prodotti alimentari in scatola (14% dei ricavi nel 36% dei casi), farine, lieviti, pane, paste alimentari e altri prodotti da forno (17% nel 35%), oli di oliva, altri oli vegetali, grassi alimentari (11% nel 35%), formaggi e altri derivati del latte (22% nel 32%), prosciutti e altri prodotti di salumeria (23% nel 28%), bevande (18% nel 28%), zucchero (16% nel 25%) e dolci (14% nel 22%). Il 12% dei soggetti commercializza prodotti a marchio proprio (51% dei ricavi).

La clientela è composta soprattutto da dettaglianti (37% dei ricavi), circa la metà dei soggetti appartenenti al cluster rifornisce anche alberghi, bar, ristoranti ed altri locali pubblici (discoteche, stabilimenti balneari, ecc.) (52% dei ricavi).

Si tratta di ditte individuali (33% dei casi) e società (37% di capitali e 30% di persone) e generalmente sono presenti 3 addetti.

Gli spazi dedicati allo svolgimento dell'attività sono costituiti da locali destinati a deposito/magazzino di 200 mq e uffici di 24 mq.

Gli acquisti avvengono perlopiù presso l'industria alimentare nazionale di produzione e trasformazione (51% degli acquisti) e presso grossisti fuori mercato (52% degli acquisti nel 33% dei casi).

Le imprese del cluster solitamente dispongono di 1 automezzo con massa complessiva a pieno carico fino a 3,5 tonnellate e di 2 celle frigorifere nel 45% dei casi.

CLUSTER 3 – INGROSSI CHE COMMERCIALIZZANO PREVALENTEMENTE BEVANDE

NUMEROSITÀ: 503

I soggetti del presente cluster commercializzano in misura prevalente bevande (84% dei ricavi), in particolare: vino (30% dei ricavi), birra (26% dei ricavi per il 47% dei soggetti), superalcolici (15% per il 44%), altre bevande alcoliche (20% per il 36%), acqua (29% per il 47%) e altre bevande analcoliche (27% per il 56%). Alle bevande si affiancano altre categorie merceologiche tra cui, più frequentemente: dolci (14% dei ricavi per il 27% dei soggetti), oli di oliva, altri oli vegetali e grassi alimentari (7% per il 25%), conserve alimentari e prodotti alimentari in scatola (9% per il 24%).

La modalità di vendita prevalente è l'ingrosso con consegna al cliente (59% dei ricavi); il 17% dei soggetti, inoltre, effettua la vendita interna (cash & carry, al banco, franco fabbrica) (55% dei ricavi) mentre il 12% la tentata vendita (truck jobbers) (71%).

La clientela è composta perlopiù da alberghi, bar, ristoranti ed altri locali pubblici (discoteche, stabilimenti balneari, ecc.) (40% dei ricavi) e dettaglianti tradizionali (compresi ambulanti) (25%).

La forma giuridica più frequentemente adottata è quella societaria (di capitali nel 42% dei casi e di persone nel 22%); gli addetti occupati sono generalmente 2 o 3.

Gli spazi destinati all'attività comprendono locali destinati a deposito/magazzino (209 mq) e uffici di piccole dimensioni (19 mq).

Gli approvvigionamenti avvengono perlopiù presso l'industria alimentare nazionale di produzione e trasformazione (42% degli acquisti), nel 35% dei casi, il 57% degli acquisti avviene presso grossisti fuori mercato.

Le imprese del cluster solitamente dispongono di 1 automezzo con massa complessiva a pieno carico inferiore a 3,5 tonnellate.

CLUSTER 4 – INGROSSI ALIMENTARI DI PIÙ GRANDI DIMENSIONI

NUMEROSITÀ: 225

Il cluster si caratterizza per la presenza di imprese con una struttura organizzativa di dimensioni superiori alla media del settore. Si tratta quasi esclusivamente di società soprattutto di capitali (78% dei casi); gli addetti occupati sono 14 di cui 11 dipendenti. Nel 39% dei casi i prodotti commercializzati sono a marchio proprio (55% dei ricavi).

Gli spazi destinati allo svolgimento dell'attività comprendono locali destinati a deposito/magazzino (1.376 mq), uffici (199 mq), piazzali di sosta (766 mq) e locali destinati alle operazioni di carico e scarico (210 mq).

Nella maggior parte dei casi la modalità di vendita prevalente è quella con consegna al cliente (74% dei ricavi).

La gamma dei prodotti venduti è ampia e si compone di farine, lieviti, pane, paste alimentari e altri prodotti da forno (19% dei ricavi nel 50% dei casi), conserve alimentari e prodotti alimentari in scatola (15% nel 45%), formaggi e altri derivati del latte (23% nel 43%), bevande (20% nel 42%), oli di oliva, altri oli vegetali, grassi alimentari (10% nel 40%), prosciutti e altri prodotti di salumeria (15% nel 33%) e dolci (25% nel 29%).

La clientela è composta perlopiù da dettaglianti tradizionali (compresi ambulanti) (31% dei ricavi), da alberghi, bar, ristoranti ed altri locali pubblici (discoteche, stabilimenti balneari, ecc.) (28% dei ricavi) e nel 51% dei casi dalla grande distribuzione e distribuzione organizzata (40% dei ricavi).

La fonte di approvvigionamento principale è l'industria alimentare nazionale di produzione e trasformazione (68% degli acquisti).

Coerentemente con le dimensioni della struttura organizzativa, le imprese del cluster dispongono di 3 automezzi con massa complessiva a pieno carico fino a 3,5 tonnellate, di 4 o 5 automezzi con massa complessiva a pieno carico tra 3,5 tonnellate e 12 tonnellate (42% dei casi) e di 2 celle frigorifere.

CLUSTER 5 – INGROSSI CHE COMMERCIALIZZANO PREVALENTEMENTE LATTE

NUMEROSITÀ: 212

I soggetti del cluster presentano un'offerta rappresentata principalmente da latte (82% dei ricavi), a cui talvolta affiancano formaggi e altri derivati del latte (18% dei ricavi per il 64% dei soggetti).

Le modalità di vendita prevalenti sono la tentata vendita (truck jobbers) (85% dei ricavi nel 50% dei casi) e l'ingrosso con consegna al cliente (86% nel 44%); la clientela è composta soprattutto da dettaglianti tradizionali (compresi ambulanti) (44% dei ricavi), da alberghi, bar, ristoranti ed altri locali pubblici (discoteche, stabilimenti balneari, ecc.) (40% dei ricavi nel 43% dei casi) e dalla grande distribuzione e distribuzione organizzata (32% nel 37%).

La forma giuridica adottata più di frequente è quella societaria (di capitali nel 35% dei casi e di persone nel 25%); gli addetti all'attività sono generalmente pari a 3.

Le superfici utilizzate per lo svolgimento dell'attività comprendono locali destinati a deposito/magazzino (141 mq) e uffici di piccole dimensioni (21 mq).

Gli approvvigionamenti avvengono perlopiù presso l'industria alimentare nazionale di produzione e trasformazione (63% degli acquisti), il 20% dei soggetti effettua gli acquisti direttamente dagli allevatori singoli o associati (90% degli acquisti) mentre il 12% presso grossisti fuori mercato (47%).

Il 65% delle imprese del cluster dispone di 3 automezzi con massa complessiva a pieno carico inferiore a 3,5 tonnellate mentre un terzo delle imprese dispone di 3 automezzi con massa complessiva compresa tra 3,5 e 12 tonnellate. Nella metà dei casi si rileva la presenza di 2 celle frigorifere.

CLUSTER 6 – INGROSSI CHE VENDONO PREVALENTEMENTE CONSERVE ALIMENTARI E PRODOTTI ALIMENTARI IN SCATOLA

NUMEROSITÀ: 304

I soggetti appartenenti al cluster presentano un assortimento costituito prevalentemente da conserve alimentari e prodotti alimentari in scatola (80% dei ricavi). Nel 27% dei casi i prodotti commercializzati sono a marchio proprio (77% dei ricavi).

La modalità di vendita principale è l'ingrosso con consegna al cliente (62% dei ricavi); l'11% dei soggetti, inoltre, effettua la vendita interna (cash & carry, al banco, franco fabbrica) (67% dei ricavi).

La clientela è composta soprattutto da dettaglianti tradizionali (compresi ambulanti) (55% dei ricavi per il 52% dei soggetti), da alberghi, bar, ristoranti ed altri locali pubblici (discoteche, stabilimenti balneari, ecc.) (51% nel 42%), ma anche dalla clientela estera (55% per il 28%), dalla grande distribuzione e distribuzione organizzata (35% nel 26%) e da imprese all'ingrosso nazionali (38% per il 25%). L'area di mercato, prevalentemente regionale, si estende a livello nazionale (48% dei ricavi nel 43% dei casi) ed estero (sia intra U.E. che extra U.E) (50% nel 35%).

Per quanto concerne la natura giuridica, si tratta di ditte individuali (33% dei casi) e di società (45% di capitali e 21% di persone); gli addetti occupati sono generalmente pari a 2.

Gli spazi per lo svolgimento dell'attività comprendono locali destinati a deposito/magazzino di 156 mq e uffici di 25 mq.

Gli approvvigionamenti avvengono prevalentemente presso l'industria alimentare nazionale di produzione e trasformazione (60% degli acquisti).

Il 48% delle imprese del cluster dispone di 1 o 2 automezzi con massa complessiva a pieno carico inferiore a 3,5 tonnellate.

CLUSTER 7 – INGROSSI CHE VENDONO PREVALENTEMENTE OLI DI OLIVA, ALTRI OLI VEGETALI E GRASSI ALIMENTARI

NUMEROSITÀ: 357

I soggetti del presente cluster vendono prevalentemente oli di oliva, altri oli vegetali e grassi alimentari (91% dei ricavi).

Nella maggior parte dei casi la modalità di vendita principale è quella con consegna al cliente (89% dei ricavi nel 61% dei casi); il 17% dei soggetti, inoltre, effettua la vendita interna (67% dei ricavi) ed il 9% la tentata vendita (truck jobbers) (84% dei ricavi).

La clientela comprende dettaglianti tradizionali (compresi ambulanti) (56% dei ricavi per il 43% dei soggetti), imprese all'ingrosso nazionali (65% per il 32%), alberghi, bar, ristoranti ed altri locali pubblici (discoteche, stabilimenti balneari, ecc.) (43% per il 31%) e privati (29% per il 31%).

Le imprese del cluster sono perlopiù società (37% di capitali e 23% di persone) e occupano generalmente 2 addetti.

Gli spazi utilizzati per lo svolgimento dell'attività sono composti da locali destinati a deposito/magazzino (147 mq) e da uffici di piccole dimensioni (16 mq).

Gli approvvigionamenti avvengono presso l'industria alimentare nazionale di produzione e trasformazione (76% degli acquisti nel 45% dei casi), coltivatori singoli o associati (72% nel 32%) e grossisti fuori mercato (61% nel 29%).

Il 45% delle imprese del cluster dispone di 1 o 2 automezzi con massa complessiva a pieno carico fino a 3,5 tonnellate.

CLUSTER 8 – INGROSSI CHE COMMERCIALIZZANO PREVALENTEMENTE FORMAGGI E ALTRI DERIVATI DEL LATTE PERLOPIÙ IN TENTATA VENDITA

NUMEROSITÀ: 982

I soggetti appartenenti al cluster effettuano prevalentemente la tentata vendita (truck jobbers) (94% dei ricavi) di formaggi e altri derivati del latte (88% dei ricavi), in particolare: formaggi fusi, freschi e molli (57% dei ricavi), formaggi duri e semiduri (19%) e altri derivati del latte (panna, burro, latte in polvere, caseina e altre proteine del latte, ecc.) (22% dei ricavi per il 51% dei soggetti).

La clientela è composta prevalentemente da dettaglianti tradizionali (compresi ambulanti) (59% dei ricavi) e da alberghi, bar, ristoranti ed altri locali pubblici (discoteche, stabilimenti balneari, ecc.) (25%).

Si tratta di ditte individuali nel 61% dei casi e di società di persone nel 22%; gli addetti occupati sono generalmente pari a 2.

Gli spazi utilizzati per lo svolgimento dell'attività comprendono locali destinati a deposito/magazzino di 79 mq e, nel 46% dei casi, uffici di 29 mq.

Gli approvvigionamenti avvengono presso l'industria alimentare nazionale di produzione e trasformazione (68% degli acquisti) e presso grossisti fuori mercato (54% degli acquisti nel 30% dei casi).

Si rileva la presenza di 2 automezzi con massa complessiva a pieno carico fino a 3,5 tonnellate e di 2 celle frigorifere nel 59% dei casi.

CLUSTER 9 – INGROSSI CHE VENDONO PREVALENTEMENTE GELATI PERLOPIÙ CON CONSEGNA AL CLIENTE

NUMEROSITÀ: 156

I soggetti del presente cluster commercializzano prevalentemente gelati (87% dei ricavi) e presentano, come modalità di vendita principale, la consegna al cliente (71% dei ricavi).

La clientela è composta solitamente da alberghi, bar, ristoranti ed altri locali pubblici (discoteche, stabilimenti balneari, ecc.) (65% dei ricavi) e, nel 42% dei casi, da dettaglianti tradizionali (compresi ambulanti) (47% dei ricavi).

La forma giuridica più frequentemente adottata è quella societaria (di capitali nel 33% dei casi e di persone nel 30%); gli addetti occupati sono generalmente pari a 4.

Gli spazi destinati all'attività comprendono locali destinati a deposito/magazzino (233 mq) ed uffici (29 mq).

Gli approvvigionamenti avvengono perlopiù presso l'industria alimentare nazionale di produzione e trasformazione (78% degli acquisti).

Le imprese del cluster dispongono di 2 automezzi con massa complessiva a pieno carico fino a 3,5 tonnellate, di 4 automezzi con massa complessiva a pieno carico compresa tra 3,5 e 12 tonnellate (37% dei casi) e di 2 celle frigorifere (62%).

CLUSTER 10 – INGROSSI CHE VENDONO PREVALENTEMENTE GELATI PERLOPIÙ IN TENTATA VENDITA

NUMEROSITÀ: 201

I grossisti del presente cluster vendono prevalentemente gelati (86% dei ricavi) ed effettuano perlopiù la tentata vendita (95% dei ricavi).

La clientela è rappresentata principalmente da alberghi, bar, ristoranti ed altri locali pubblici (discoteche, stabilimenti balneari, ecc.) (77% dei ricavi).

Si tratta in prevalenza ditte individuali (39% dei casi) e società di persone (35%), gli addetti occupati sono generalmente pari a 4.

Gli spazi destinati all'attività comprendono locali destinati a deposito/magazzino (245 mq) e di uffici (40 mq).

Gli approvvigionamenti avvengono perlopiù presso l'industria alimentare nazionale di produzione e trasformazione (79% degli acquisti).

Le imprese del cluster dispongono di 2 o 3 automezzi con massa complessiva a pieno carico fino a 3,5 tonnellate, di 6 automezzi con massa complessiva a pieno carico compresa tra 3,5 e 12 tonnellate (48% dei casi) e di 2 celle frigorifere (67%).

CLUSTER 11 – INGROSSI CHE VENDONO PREVALENTEMENTE PRODOTTI ALIMENTARI CONGELATI E SURGELATI

NUMEROSITÀ: 389

Le imprese di questo cluster vendono prevalentemente prodotti congelati e surgelati (91% dei ricavi) ed effettuano perlopiù la consegna al cliente (73% dei ricavi).

La clientela è rappresentata principalmente da alberghi, bar, ristoranti ed altri locali pubblici (discoteche, stabilimenti balneari, ecc.) (49% dei ricavi) e, per circa la metà dei soggetti, da dettaglianti tradizionali (compresi ambulanti) (48% dei ricavi).

La forma giuridica più frequentemente adottata è quella societaria (di capitali nel 47% dei casi e di persone nel 25%); il numero di addetti è generalmente pari a 4, di cui 2 o 3 dipendenti.

Gli spazi utilizzati per lo svolgimento dell'attività comprendono locali destinati a deposito/magazzino (209 mq) e uffici (35 mq).

Gli approvvigionamenti avvengono in massima parte presso l'industria alimentare nazionale di produzione e trasformazione (57% degli acquisti); il 27% dei soggetti, inoltre, effettua il 67% degli acquisti presso grossisti fuori mercato.

Le imprese del cluster dispongono di 2 automezzi con massa complessiva a pieno carico fino a 3,5 tonnellate e, nel 27% dei casi, di 3 automezzi con massa complessiva a pieno carico compresa tra 3,5 e 12 tonnellate.

CLUSTER 12 – INGROSSI CHE VENDONO PREVALENTEMENTE DOLCIUMI

NUMEROSITÀ: 520

I soggetti appartenenti a questo cluster presentano un'offerta rappresentata perlopiù da dolciumi (87% dei ricavi) e, nella maggior parte dei casi, operano prevalentemente in tentata vendita (truck jobbers) (70% dei ricavi). Il 7% dei soggetti, inoltre, effettua la vendita interna (cash & carry, al banco, franco fabbrica) (80% dei ricavi).

La clientela è composta principalmente da dettaglianti tradizionali (compresi ambulanti) (49% dei ricavi) e da alberghi, bar, ristoranti ed altri locali pubblici (discoteche, stabilimenti balneari, ecc.) (35%).

La natura giuridica delle imprese è soprattutto quella di ditta individuale (63% dei casi); il numero di addetti occupati è generalmente pari a 2.

Gli spazi utilizzati per lo svolgimento dell'attività comprendono locali destinati a deposito/magazzino (104 mq) e, nel 42% dei casi, uffici (26 mq).

Gli approvvigionamenti avvengono perlopiù presso l'industria alimentare nazionale di produzione e trasformazione (57% degli acquisti) e presso grossisti fuori mercato (64% degli acquisti per il 30% dei soggetti).

Le imprese del cluster solitamente dispongono di 1 automezzo con massa complessiva a pieno carico fino a 3,5 tonnellate.

CLUSTER 13 – INGROSSI CHE VENDONO PREVALENTEMENTE FORMAGGI E ALTRI DERIVATI DEL LATTE

NUMEROSITÀ: 845

I grossisti appartenenti al cluster vendono prevalentemente formaggi e altri derivati del latte (89% dei ricavi), in particolare: formaggi fusi, freschi e molli (38% dei ricavi), formaggi duri e semiduri (36%) e altri derivati del latte (panna, burro, latte in polvere, caseina e altre proteine del latte, ecc.) (35% dei ricavi per il 43% dei soggetti). La modalità di vendita prevalente è l'ingrosso con consegna al cliente (77% dei ricavi).

La clientela è composta perlopiù da dettaglianti tradizionali (compresi ambulanti) (43% dei ricavi); il 43% dei soggetti effettua il 39% dei ricavi da vendite ad alberghi, bar, ristoranti ed altri locali pubblici (discoteche, stabilimenti balneari, ecc.) e il 32% dei soggetti realizza il 38% dei ricavi da vendite alla grande distribuzione e distribuzione organizzata.

L'area di mercato è rappresentata principalmente dalla regione di appartenenza, tuttavia, il 34% dei soggetti opera anche a livello nazionale (56% dei ricavi).

Le imprese del cluster sono ditte individuali (42% dei casi) e società (31% di capitali e 27% di persone) e occupano generalmente 3 addetti.

Gli spazi per lo svolgimento dell'attività comprendono locali destinati a deposito/magazzino di 139 mq e uffici di 22 mq.

Gli approvvigionamenti avvengono principalmente presso l'industria alimentare nazionale di produzione e trasformazione (54% degli acquisti) e presso grossisti fuori mercato (54% degli acquisti per il 27% dei soggetti).

Tra i beni strumentali si riscontrano 1 o 2 automezzi con massa complessiva a pieno carico fino a 3,5 tonnellate e 2 celle frigorifere nel 57% dei casi.

CLUSTER 14 – INGROSSI CHE VENDONO PREVALENTEMENTE UOVA PERLOPIÙ CON CONSEGNA AL CLIENTE

NUMEROSITÀ: 141

I soggetti del presente cluster vendono prevalentemente uova (95% dei ricavi) e nella maggior parte dei casi effettuano la consegna al cliente (94% dei ricavi). Nel 18% dei casi i prodotti commercializzati sono a marchio proprio (78% dei ricavi).

La clientela è composta nella maggior parte dei casi da dettaglianti tradizionali (compresi ambulanti) (57% dei ricavi); inoltre per la metà dei soggetti da alberghi, bar, ristoranti ed altri locali pubblici (discoteche, stabilimenti balneari, ecc.) (21% dei ricavi).

Le imprese del cluster sono soprattutto ditte individuali (63% dei casi) e occupano generalmente 2 addetti.

Gli spazi utilizzati per lo svolgimento dell'attività comprendono locali destinati a deposito/magazzino (99 mq) e, nel 42% dei casi, uffici di 22 mq.

Gli approvvigionamenti sono effettuati principalmente presso allevatori singoli o associati (53% degli acquisti), presso l'industria alimentare nazionale di produzione e trasformazione (55% degli acquisti nel 31% dei casi) e grossisti fuori mercato (69% nel 28%).

Le imprese del cluster dispongono di 1 o 2 automezzi con massa complessiva a pieno carico fino a 3,5 tonnellate.

CLUSTER 15 – INGROSSI CON ASSORTIMENTO AMPIO CHE EFFETTUANO PREVALENTEMENTE LA TENTATA VENDITA

NUMEROSITÀ: 937

I grossisti appartenenti al cluster effettuano prevalentemente la tentata vendita (truck jobbers) (82% dei ricavi).

La gamma dei prodotti venduti è ampia e comprende formaggi e altri derivati del latte (31% dei ricavi nel 37% dei casi), conserve alimentari e prodotti alimentari in scatola (15% nel 36%), farine, lieviti, pane, paste alimentari e altri prodotti da forno (21% nel 31%), prosciutti e altri prodotti di salumeria (17% nel 30%), oli di oliva, altri oli vegetali, grassi alimentari (11% nel 27%), dolciumi (17% nel 26%) e bevande (18% nel 24%).

La clientela è composta maggiormente da dettaglianti tradizionali (compresi ambulanti) (52% dei ricavi) e da alberghi, bar, ristoranti ed altri locali pubblici (discoteche, stabilimenti balneari, ecc.) (29%).

La natura giuridica è quella di ditta individuale nel 51% dei casi, di società di persone nel 28% dei casi e di capitali nel 20%; gli addetti occupati sono generalmente 2 o 3.

Per lo svolgimento dell'attività sono disponibili locali destinati a deposito/magazzino (126 mq) e uffici di piccole dimensioni (16 mq).

Gli approvvigionamenti vengono effettuati soprattutto presso l'industria alimentare nazionale di produzione e trasformazione (55% degli acquisti) e, nel 37% dei casi, presso grossisti fuori mercato (60% degli acquisti).

Le imprese del cluster solitamente dispongono di 2 automezzi con massa complessiva a pieno carico fino a 3,5 tonnellate e di 2 celle frigorifere in circa la metà dei casi.

CLUSTER 16 - INGROSSI CHE VENDONO PREVALENTEMENTE PROSCIUTTI E ALTRI PRODOTTI DI SALUMERIA

NUMEROSITÀ: 451

I grossisti del presente cluster sono specializzati nel commercio di prosciutti e altri prodotti di salumeria (86% dei ricavi), effettuano principalmente la vendita con consegna al cliente (68% dei ricavi) e, nel 12% dei casi, la vendita interna (cash & carry, al banco, franco fabbrica) (56% dei ricavi).

La clientela è composta da dettaglianti tradizionali (compresi ambulanti) (42% dei ricavi), da alberghi, bar, ristoranti ed altri locali pubblici (discoteche, stabilimenti balneari, ecc.) (40% dei ricavi per il 43% dei soggetti) e dalle imprese all'ingrosso nazionali (70% per il 23%). L'area di mercato si estende prevalentemente alla regione di appartenenza, tuttavia, nel 27% dei casi si estende a livello nazionale (57% dei ricavi).

Le imprese del cluster sono società nel 53% dei casi (31% di persone e 22% di capitali) e ditte individuali nel 47% dei casi ed occupano complessivamente 2 addetti.

Gli spazi utilizzati per lo svolgimento dell'attività comprendono locali destinati a deposito/magazzino di 82 mq e, nel 62% dei casi, uffici di 20 mq.

Gli approvvigionamenti avvengono in massima parte presso l'industria alimentare nazionale di produzione e trasformazione (70% degli acquisti).

Il 57% delle imprese del cluster dispone di 1 o 2 automezzi con massa complessiva a pieno carico inferiore a 3,5 tonnellate e il 56% di 2 celle frigorifere.

CLUSTER 17 - INGROSSI CHE VENDONO PREVALENTEMENTE DOLCIUMI PERLOPIÙ CON CONSEGNA AL CLIENTE

NUMEROSITÀ: 651

I soggetti del presente cluster vendono prevalentemente dolciumi (79% dei ricavi) ed effettuano perlopiù la consegna al cliente (90% dei ricavi).

La clientela è composta principalmente da dettaglianti tradizionali (compresi ambulanti) (43% dei ricavi) e da alberghi, bar, ristoranti ed altri locali pubblici (discoteche, stabilimenti balneari, ecc.) (34%).

La forma giuridica adottata più di frequente è quella societaria (di persone nel 34% dei casi e di capitali nel 27%); gli addetti sono generalmente 2 o 3.

Gli spazi utilizzati per lo svolgimento dell'attività comprendono locali destinati a deposito/magazzino (227 mq) e uffici (25 mq).

Gli approvvigionamenti avvengono perlopiù presso l'industria alimentare nazionale di produzione e trasformazione (64% degli acquisti) e presso grossisti fuori mercato (48% degli acquisti per il 28% dei soggetti).

Le imprese del cluster solitamente dispongono di 1 automezzo con massa complessiva a pieno carico fino a 3,5 tonnellate.

CLUSTER 18 – INGROSSI CHE VENDONO PREVALENTEMENTE PRODOTTI ALIMENTARI CONGELATI E SURGELATI PERLOPIÙ IN TENTATA VENDITA

NUMEROSITÀ: 222

Le imprese di questo cluster vendono prevalentemente prodotti congelati e surgelati (92% dei ricavi) ed operano generalmente in tentata vendita (truck jobbers) (90% dei ricavi).

La clientela è composta in massima parte da alberghi, bar, ristoranti ed altri locali pubblici (discoteche, stabilimenti balneari, ecc.) (62% dei ricavi) e, nel 51% dei casi, da dettaglianti tradizionali (compresi ambulanti) (50% dei ricavi).

Le imprese del cluster sono società (30% di capitali e 27% di persone) e per la restante parte ditte individuali; gli addetti sono generalmente 3 o 4.

Gli spazi utilizzati per lo svolgimento dell'attività comprendono locali destinati a deposito/magazzino (196 mq) e uffici (32 mq).

Gli approvvigionamenti avvengono prevalentemente presso l'industria alimentare nazionale di produzione e trasformazione (66% degli acquisti) e, per il 24% delle imprese presso grossisti fuori mercato (64% degli acquisti).

Tra i beni strumentali a disposizione delle imprese si annoverano: 2 o 3 automezzi con massa complessiva a pieno carico fino a 3,5 tonnellate, 4 automezzi con massa complessiva a pieno carico compresa tra 3,5 e 12 tonnellate per un terzo dei soggetti e 2 celle frigorifere per il 68% dei soggetti.

CLUSTER 19 – INGROSSI CON ASSORTIMENTO AMPIO CHE EFFETTUANO PREVALENTEMENTE LA VENDITA INTERNA

NUMEROSITÀ: 567

Gli ingrossi appartenenti al cluster effettuano prevalentemente la vendita interna (cash & carry, al banco, franco fabbrica) (88% dei ricavi).

La gamma dei prodotti venduti dagli operatori del cluster è ampia e comprende conserve alimentari e prodotti alimentari in scatola (17% dei ricavi nel 50% dei casi), oli di oliva, altri oli vegetali, grassi alimentari (11% nel 46%), bevande (19% nel 43%), farine, lieviti, pane, paste alimentari e altri prodotti da forno (18% nel 43%), formaggi e altri derivati del latte (37% nel 36%), prosciutti e altri prodotti di salumeria (23% nel 36%) e dolci (25% nel 32%).

La clientela è composta da dettaglianti tradizionali (compresi ambulanti) (44% dei ricavi), da alberghi, bar, ristoranti ed altri locali pubblici (discoteche, stabilimenti balneari, ecc.) (41% dei ricavi nel 52% dei casi) e da privati (21% nel 26%).

La forma giuridica adottata più di frequente è quella societaria (di capitali nel 40% dei casi e di persone nel 31%); gli addetti sono generalmente pari a 3, di cui 2 dipendenti.

Per lo svolgimento dell'attività sono disponibili locali destinati a deposito/magazzino (259 mq) e uffici (25 mq); il 39% dei grossisti dispone di locali destinati alla vendita e all'esposizione della merce di 282 mq.

Gli approvvigionamenti avvengono perlopiù presso l'industria alimentare nazionale di produzione e trasformazione (55% degli acquisti) e in misura minore presso grossisti fuori mercato (49% degli acquisti nel 36% dei casi).

Le imprese dispongono di 1 automezzo con massa complessiva a pieno carico fino a 3,5 tonnellate e di 2 celle frigorifere nel 55% dei casi.

CLUSTER 20 - INGROSSI CHE VENDONO PREVALENTEMENTE PROSCIUTTI E ALTRI PRODOTTI DI SALUMERIA PERLOPIÙ IN TENTATA VENDITA

NUMEROSITÀ: 117

I grossisti del presente cluster vendono prevalentemente prosciutti e altri prodotti di salumeria (86% dei ricavi) adottando, come modalità di vendita principale, la tentata vendita (truck jobbers) (69% dei ricavi). Nel 29% dei casi i prodotti commercializzati sono a marchio proprio (87% dei ricavi).

La clientela è composta prevalentemente da dettaglianti tradizionali (compresi ambulanti) (57% dei ricavi), da alberghi, bar, ristoranti ed altri locali pubblici (discoteche, stabilimenti balneari, ecc.) (32% dei ricavi nel 53% dei casi), da punti vendita della grande distribuzione e distribuzione organizzata (35% nel 27%). L'area di mercato si estende prevalentemente alla regione di appartenenza, tuttavia, il 32% dei soggetti opera anche a livello nazionale (52% dei ricavi).

Si tratta di ditte individuali nel 51% dei casi e di società di capitali nel 28%; gli addetti sono generalmente pari a 2.

Gli spazi utilizzati per lo svolgimento dell'attività comprendono locali destinati a deposito/magazzino (131 mq) e, nel 56% dei casi, uffici (23 mq).

Gli approvvigionamenti avvengono perlopiù presso l'industria alimentare nazionale di produzione e trasformazione (61% degli acquisti) e, nel 32% dei casi, presso grossisti fuori mercato (54% degli acquisti).

Tra i beni strumentali si annoverano 1 automezzo con massa complessiva a pieno carico inferiore a 3,5 tonnellate e 2 celle frigorifere per il 68% dei soggetti.

CLUSTER 21 - INGROSSI CHE VENDONO PREVALENTEMENTE FARINE, LIEVITI, PANE, PASTE ALIMENTARI E ALTRI PRODOTTI DA FORNO

NUMEROSITÀ: 893

I soggetti del presente cluster vendono prevalentemente farine, lieviti, pane, paste alimentari e altri prodotti da forno (89% dei ricavi).

La modalità di vendita è, nella maggioranza dei casi, la consegna al cliente (53% dei ricavi) e, per il 36% dei soggetti, la tentata vendita (truck jobbers) (86% dei ricavi).

La clientela è composta perlopiù da dettaglianti tradizionali (compresi ambulanti) (51% dei ricavi), il 41% dei soggetti realizza circa la metà dei ricavi da vendite ad alberghi, bar, ristoranti ed altri locali pubblici (discoteche, stabilimenti balneari, ecc.).

Si tratta prevalentemente di ditte individuali (57% dei casi); gli addetti sono generalmente pari a 2.

Gli spazi utilizzati per lo svolgimento dell'attività comprendono locali destinati a deposito/magazzino (103 mq) e, nel 49% dei casi, uffici (25 mq).

Gli approvvigionamenti sono effettuati in massima parte presso l'industria alimentare nazionale di produzione e trasformazione (66% degli acquisti) e, per il 19% delle imprese, presso grossisti fuori mercato (56% degli acquisti).

Le imprese del cluster dispongono solitamente di 1 automezzo con massa complessiva a pieno carico fino a 3,5 tonnellate.

CLUSTER 22 - INGROSSI CHE VENDONO PREVALENTEMENTE OLI DI OLIVA, ALTRI OLI VEGETALI E GRASSI ALIMENTARI PERLOPIÙ A MARCHIO PROPRIO

NUMEROSITÀ: 125

I soggetti del cluster vendono prevalentemente oli di oliva, altri oli vegetali e grassi alimentari (90% dei ricavi), perlopiù a marchio proprio (92% dei ricavi).

La modalità di vendita principale è la consegna al cliente (68% dei ricavi); l'8% dei soggetti, inoltre, effettua la tentata vendita (truck jobbers) (80% dei ricavi).

L'area di mercato, prevalentemente regionale, si estende sia a livello nazionale (41% dei ricavi nel 76% dei casi) che verso l'estero (sia intra U.E. che extra U.E.) (29% nel 48%).

La clientela è composta perlopiù da dettaglianti tradizionali (compresi ambulanti) (26% dei ricavi), alberghi, bar, ristoranti ed altri locali pubblici (discoteche, stabilimenti balneari, ecc.) (20%), privati (13%), clientela estera (30% dei ricavi nel 46% dei casi) e punti vendita della grande distribuzione e distribuzione organizzata (34% nel 33%).

La forma giuridica più frequentemente adottata è quella societaria (di capitali nel 41% dei casi e di persone nel 38%) e gli addetti occupati nell'attività sono generalmente 2.

Gli spazi destinati allo svolgimento dell'attività comprendono locali destinati a deposito/magazzino (157 mq), uffici (31 mq) e, nel 56% dei casi, locali destinati alla trasformazione e confezionamento dei prodotti (174 mq).

Le fonti di approvvigionamento sono varie: industria alimentare nazionale di produzione e trasformazione (40% degli acquisti), coltivatori singoli o associati (62% nel 47%) e grossisti fuori mercato (63% nel 25%).

Il 51% delle imprese del cluster dispone di 1 o 2 automezzi con massa complessiva a pieno carico fino a 3,5 tonnellate e il 58% di 2 macchine confezionatrici.

SUB ALLEGATO 19.B - VARIABILI DELL'ANALISI DISCRIMINANTE

- Mesi di attività nel corso del periodo d'imposta

QUADRO A:

- Numero delle giornate retribuite per i dipendenti a tempo pieno
- Numero delle giornate retribuite per i dipendenti a tempo parziale, assunti con contratto di lavoro intermittente, di lavoro ripartito
- Numero delle giornate retribuite per gli apprendisti
- Numero delle giornate retribuite per gli 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 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:

- Metri quadri dei locali destinati a deposito/magazzino
- Metri quadri dei locali destinati ad uffici

QUADRO D:

- 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)
- Categorie merceologiche prevalenti: Carne fresca e salumi - codice 206 Prosciutti e altri prodotti di salumeria
- Categorie merceologiche prevalenti: Prodotti lattiero caseari e uova - codice 301 Uova
- Categorie merceologiche prevalenti: Prodotti lattiero caseari e uova - codice 302 Latte
- Categorie merceologiche prevalenti: Prodotti lattiero caseari e uova - codice 303 Formaggi fusi, freschi e molli
- Categorie merceologiche prevalenti: Prodotti lattiero caseari e uova - codice 304 Formaggi duri e semiduri
- Categorie merceologiche prevalenti: Prodotti lattiero caseari e uova - codice 305 Altri derivati del latte (panna, burro, latte in polvere, caseina e altre proteine del latte, ecc.)
- Categorie merceologiche prevalenti: Bevande - codice 401 Acqua
- Categorie merceologiche prevalenti: Bevande - codice 402 Altre bevande analcoliche
- Categorie merceologiche prevalenti: Bevande - codice 403 Vino
- Categorie merceologiche prevalenti: Bevande - codice 404 Birra
- Categorie merceologiche prevalenti: Bevande - codice 405 Superalcolici

- Categorie merceologiche prevalenti: Bevande - codice 406 Altre bevande alcoliche
- Categorie merceologiche prevalenti: Altri prodotti alimentari - codice 501 Oli di oliva, altri oli vegetali, grassi alimentari
- Categorie merceologiche prevalenti: Altri prodotti alimentari - codice 504 Dolciumi
- Categorie merceologiche prevalenti: Altri prodotti alimentari - codice 507 Farine, lieviti, pane, paste alimentari e altri prodotti da forno
- Categorie merceologiche prevalenti: Altri prodotti alimentari - codice 508 Gelati
- Categorie merceologiche prevalenti: Altri prodotti alimentari - codice 509 Conserve alimentari e prodotti alimentari in scatola
- Categorie merceologiche prevalenti: Prodotti congelati e surgelati - codice 601 Carne
- Categorie merceologiche prevalenti: Prodotti congelati e surgelati - codice 602 Pesce
- Categorie merceologiche prevalenti: Prodotti congelati e surgelati - codice 603 Ortofrutta
- Categorie merceologiche prevalenti: Prodotti congelati e surgelati - codice 604 Altri prodotti congelati e surgelati
- Altri elementi specifici: Vendita di prodotti a marchio proprio

SUB ALLEGATO 19.C - FORMULE DEGLI INDICATORI

Di seguito sono riportate le formule degli indicatori economico-contabili utilizzati in costruzione e/o applicazione dello studio di settore:

- *Durata delle scorte* = $\{[(\text{Esistenze iniziali} + \text{Rimanenze finali})/2]*365\}/(\text{Costo del venduto} + \text{Costo per la produzione di servizi})$;
- *Incidenza degli ammortamenti per beni strumentali mobili rispetto al valore storico degli stessi* = $(\text{Ammortamenti per beni mobili strumentali} * 100)/(\text{Valore dei beni strumentali mobili in proprietà}^{14})$;
- *Incidenza dei costi per beni mobili acquisiti in dipendenza di contratti di locazione finanziaria rispetto al valore storico degli stessi* = $(\text{Canoni per beni mobili acquisiti in dipendenza di contratti di locazione finanziaria} * 100)/(\text{Valore dei beni strumentali mobili relativo a beni acquisiti in dipendenza di contratti di locazione finanziaria}^{14})$;
- *Incidenza dei costi per beni mobili acquisiti in dipendenza di contratti di locazione non finanziaria rispetto al valore storico degli stessi* = $(\text{Canoni per beni mobili acquisiti in dipendenza di contratti di locazione non finanziaria} * 100)/(\text{Valore dei beni strumentali mobili relativo a beni acquisiti in dipendenza di contratti di locazione non finanziaria}^{14})$;
- *Incidenza del costo del venduto e del costo per la produzione di servizi sui ricavi* = $(\text{Costo del venduto} + \text{Costo per la produzione di servizi}) * 100 / (\text{Ricavi dichiarati})$;
- *Incidenza dei costi residuali di gestione sui ricavi* = $(\text{Costi residuali di gestione} * 100) / (\text{Ricavi da congruità e da normalità economica})$;
- *Margine operativo lordo per addetto non dipendente* = $(\text{Margine operativo lordo} / 1.000) / (\text{Numero addetti non dipendenti}^{15})$;
- *Ricarico* = $(\text{Ricavi dichiarati}) / (\text{Costo del venduto} + \text{Costo per la produzione di servizi})$;
- *Valore aggiunto per addetto* = $(\text{Valore aggiunto} / 1.000) / (\text{Numero addetti}^{16})$.

¹⁴ La variabile viene normalizzata all'anno in base al numero dei mesi di attività nel corso del periodo d'imposta.

¹⁵ Le frequenze relative ai soci, agli associati, ai collaboratori dell'impresa familiare, al coniuge dell'azienda coniugale e ai familiari diversi sono normalizzate all'anno in base alla percentuale di lavoro prestato.

Le frequenze relative agli amministratori non soci e al titolare sono normalizzate all'anno in base al numero dei mesi di attività nel corso del periodo d'imposta.

Numero addetti non dipendenti = (ditte individuali) Titolare + 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 non dipendenti = (società) 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

¹⁶ Le frequenze relative ai dipendenti sono state normalizzate all'anno in base alle giornate retribuite.

Le frequenze relative ai collaboratori coordinati e continuativi sono normalizzate all'anno in base al numero dei mesi di attività nel corso del periodo d'imposta.

Numero addetti = (ditte individuali) Numero dipendenti + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa + numero addetti non dipendenti

Dove:

- **Aggi derivanti dalla vendita di generi soggetti ad aggio o ricavo fisso** = Ricavi derivanti dalla vendita di generi soggetti ad aggio o ricavo fisso - (Esistenze iniziali relative a prodotti soggetti ad aggio o ricavo fisso - Rimanenze finali relative a prodotti soggetti ad aggio o ricavo fisso + Costi per l'acquisto di prodotti soggetti ad aggio o ricavo fisso);
- **Costi residuali di gestione** = Oneri diversi di gestione - Abbonamenti a riviste e giornali, acquisto di libri, spese per cancelleria - Spese per omaggio a clienti ed articoli promozionali + Altre componenti negative - Utili spettanti agli associati in partecipazione con apporti di solo lavoro;
- **Costo del venduto** = Costi per l'acquisto di materie prime, sussidiarie, semilavorati e merci + Esistenze iniziali - Rimanenze finali;
- **Esistenze iniziali** = Esistenze iniziali relative a merci, prodotti finiti, materie prime e sussidiarie, semilavorati e ai servizi non di durata ultrannuale + Esistenze iniziali relative ad opere, forniture e servizi di durata ultrannuale di cui all'art. 93, comma 5, del TUIR;
- **Margine operativo lordo** = [(Ricavi dichiarati + Aggi derivanti dalla vendita di generi soggetti ad aggio o ricavo fisso) - (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi + Altri costi per servizi + Costo per il godimento di beni di terzi + Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa + Oneri diversi di gestione + Altre componenti negative - Utili spettanti agli associati in partecipazione con apporti di solo lavoro)];
- **Ricavi da congruità e da normalità economica** = Ricavo puntuale di riferimento da analisi della congruità + Maggiore ricavo da normalità economica relativo all'indicatore "Incidenza degli ammortamenti per beni strumentali mobili rispetto al valore storico degli stessi" + Maggiore ricavo da normalità economica relativo all'indicatore "Incidenza dei costi per beni mobili acquisiti in dipendenza di contratti di locazione finanziaria rispetto al valore storico degli stessi" + Maggiore ricavo da normalità economica relativo all'indicatore "Incidenza dei costi per beni mobili acquisiti in dipendenza di contratti di locazione non finanziaria rispetto al valore storico degli stessi" + Maggiore ricavo da normalità economica relativo all'indicatore "Durata delle scorte" + Maggiore ricavo da normalità economica relativo all'indicatore "Incidenza del costo del venduto e del costo per la produzione di servizi sui ricavi";
- **Rimanenze finali** = Rimanenze finali relative a merci, prodotti finiti, materie prime e sussidiarie, semilavorati e ai servizi non di durata ultrannuale + Rimanenze finali relative ad opere, forniture e servizi di durata ultrannuale di cui all'art. 93, comma 5, del TUIR;
- **Valore aggiunto** = [(Ricavi dichiarati + Aggi derivanti dalla vendita di generi soggetti ad aggio o ricavo fisso) - (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi + Altri costi per servizi + Costo per il godimento di beni di terzi + Oneri diversi di gestione + Altre componenti negative - Utili spettanti agli associati in partecipazione con apporti di solo lavoro)];
- **Valore dei beni strumentali mobili in proprietà** = Valore dei beni strumentali - Valore relativo a beni acquisiti in dipendenza di contratti di locazione non finanziaria - Valore relativo a beni acquisiti in dipendenza di contratti di locazione finanziaria.

Numero addetti = (società) Numero dipendenti + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa + numero addetti non dipendenti

SUB ALLEGATO 19.D - INTERVALLI PER LA SELEZIONE DEL CAMPIONE

Cluster	Modalità di distribuzione	Margine operativo lordo per addetto non dipendente (in migliaia di euro)	
		Ventile minimo	Ventile massimo
1	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	1°	nessuno
1	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	2°	nessuno
2	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	2°	nessuno
2	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	2°	nessuno
3	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	2°	nessuno
3	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	3°	nessuno
4	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	2°	nessuno
4	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	3°	nessuno
5	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	2°	nessuno
5	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	2°	nessuno
6	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	3°	nessuno
6	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	2°	nessuno
7	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	3°	nessuno
7	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	2°	nessuno
8	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	1°	nessuno
8	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	1°	nessuno
9	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	1°	nessuno
9	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	1°	nessuno
10	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	2°	nessuno
10	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	1°	nessuno
11	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	2°	nessuno
11	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	3°	nessuno
12	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	2°	nessuno
12	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	1°	nessuno
13	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	2°	nessuno
13	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	2°	nessuno
14	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	1°	nessuno
14	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	2°	nessuno
15	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	2°	nessuno
15	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	2°	nessuno
16	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	2°	nessuno
16	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	3°	nessuno
17	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	1°	nessuno
17	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	2°	nessuno
18	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	1°	nessuno
18	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	2°	nessuno

Cluster	Modalità di distribuzione	Margine operativo lordo per addetto non dipendente (in migliaia di euro)	
		Ventile minimo	Ventile massimo
19	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	2°	nessuno
19	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	3°	nessuno
20	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	2°	nessuno
20	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	3°	nessuno
21	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	1°	nessuno
21	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	1°	nessuno
22	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	2°	nessuno
22	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	2°	nessuno

Cluster	Modalità di distribuzione	Durata delle scorte (in giorni)	
		Ventile minimo	Ventile massimo
1	Tutti i soggetti	nessuno	16°
2	Tutti i soggetti	nessuno	17°
3	Tutti i soggetti	nessuno	17°
4	Tutti i soggetti	nessuno	18°
5	Tutti i soggetti	nessuno	17°
6	Tutti i soggetti	nessuno	18°
7	Tutti i soggetti	nessuno	17°
8	Tutti i soggetti	nessuno	19°
9	Tutti i soggetti	nessuno	17°
10	Tutti i soggetti	nessuno	18°
11	Tutti i soggetti	nessuno	18°
12	Tutti i soggetti	nessuno	17°
13	Tutti i soggetti	nessuno	16°
14	Tutti i soggetti	nessuno	15°
15	Tutti i soggetti	nessuno	18°
16	Tutti i soggetti	nessuno	16°
17	Tutti i soggetti	nessuno	17°
18	Tutti i soggetti	nessuno	18°
19	Tutti i soggetti	nessuno	17°
20	Tutti i soggetti	nessuno	18°
21	Tutti i soggetti	nessuno	18°
22	Tutti i soggetti	nessuno	17°

SUB ALLEGATO 19.E - VALORI SOGLIA PER GLI INDICATORI DI COERENZA

CLUSTER	Modalità di distribuzione	Ricarico		Valore aggiunto per addetto (in migliaia di euro)		Margine operativo lordo per addetto non dipendente (in migliaia di euro)	
		Soglia minima	Soglia massima	Soglia minima	Soglia massima	Soglia minima	Soglia massima
1	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	1,15	2,00	18,36	150,62	18,36	99999
1	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	1,19	2,00	24,34	150,62	24,34	99999
2	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	1,15	2,50	24,89	150,62	24,89	99999
2	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	1,23	2,50	28,06	150,62	28,06	99999
3	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	1,12	3,00	23,27	150,62	23,27	99999
3	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	1,2	3,00	25,04	150,62	25,04	99999
4	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	1,18	2,50	27,59	150,62	27,59	99999
4	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	1,26	2,50	30,31	150,62	30,31	99999
5	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	1,11	2,50	22,69	150,62	22,69	99999
5	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	1,13	2,50	27,97	150,62	27,97	99999
6	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	1,16	2,50	23,00	150,62	23,00	99999
6	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	1,23	2,50	24,15	150,62	24,15	99999
7	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	1,08	2,50	22,10	150,62	22,10	99999
7	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	1,16	2,50	27,57	150,62	27,57	99999
8	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	1,11	2,50	22,90	150,62	22,90	99999
8	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	1,13	2,50	26,62	150,62	26,62	99999
9	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	1,17	4,00	23,39	150,62	23,39	99999
9	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	1,28	4,00	26,04	150,62	26,04	99999
10	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	1,20	4,00	22,68	150,62	22,68	99999
10	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	1,29	4,00	28,77	150,62	28,77	99999
11	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	1,21	2,50	23,87	150,62	23,87	99999
11	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	1,24	2,50	28,00	150,62	28,00	99999

CLUSTER	Modalità di distribuzione	Ricarico		Valore aggiunto per addetto (in migliaia di euro)		Margine operativo lordo per addetto non dipendente (in migliaia di euro)	
		Soglia minima	Soglia massima	Soglia minima	Soglia massima	Soglia minima	Soglia massima
12	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	1,15	2,50	22,73	150,62	22,73	99999
12	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	1,24	2,50	25,95	150,62	25,95	99999
13	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	1,13	2,50	22,37	150,62	22,37	99999
13	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	1,13	2,50	27,39	150,62	27,39	99999
14	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	1,18	2,00	18,51	150,62	18,51	99999
14	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	1,18	2,00	25,67	150,62	25,67	99999
15	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	1,15	2,50	22,45	150,62	22,45	99999
15	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	1,20	2,50	26,24	150,62	26,24	99999
16	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	1,11	2,00	23,58	150,62	23,58	99999
16	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	1,14	2,00	25,64	150,62	25,64	99999
17	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	1,17	2,50	23,21	150,62	23,21	99999
17	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	1,23	2,50	27,27	150,62	27,27	99999
18	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	1,20	2,50	23,97	150,62	23,97	99999
18	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	1,24	2,50	27,41	150,62	27,41	99999
19	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	1,11	2,00	23,35	150,62	23,35	99999
19	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	1,15	2,00	26,83	150,62	26,83	99999
20	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	1,12	2,00	23,81	150,62	23,81	99999
20	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	1,17	2,00	25,96	150,62	25,96	99999
21	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	1,16	2,50	23,35	150,62	23,35	99999
21	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	1,25	2,50	26,40	150,62	26,40	99999
22	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	1,14	2,50	24,31	150,62	24,31	99999
22	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	1,24	2,50	29,69	150,62	29,69	99999

CLUSTER	Modalità di distribuzione	Durata delle scorte (in giorni)	
		Soglia minima	Soglia massima
1	Tutti i soggetti	0,00	27,00
2	Tutti i soggetti	0,00	140,00
3	Tutti i soggetti	0,00	220,00
4	Tutti i soggetti	0,00	154,00
5	Tutti i soggetti	0,00	36,00
6	Tutti i soggetti	0,00	204,00
7	Tutti i soggetti	0,00	195,00
8	Tutti i soggetti	0,00	74,00
9	Tutti i soggetti	0,00	64,00
10	Tutti i soggetti	0,00	65,00
11	Tutti i soggetti	0,00	115,00
12	Tutti i soggetti	0,00	127,00
13	Tutti i soggetti	0,00	74,00
14	Tutti i soggetti	0,00	28,00
15	Tutti i soggetti	0,00	175,00
16	Tutti i soggetti	0,00	231,00
17	Tutti i soggetti	0,00	122,00
18	Tutti i soggetti	0,00	108,00
19	Tutti i soggetti	0,00	173,00
20	Tutti i soggetti	0,00	199,00
21	Tutti i soggetti	0,00	94,00
22	Tutti i soggetti	0,00	222,00

SUB ALLEGATO 19.F - VALORI SOGLIA PER GLI INDICATORI DI NORMALITÀ ECONOMICA

INDICATORE	CLUSTER	Modalità di distribuzione	Soglia massima
Incidenza degli ammortamenti per beni strumentali mobili rispetto al valore storico degli stessi	1	Tutti i soggetti	25,00
	2	Tutti i soggetti	25,00
	3	Tutti i soggetti	25,00
	4	Tutti i soggetti	25,00
	5	Tutti i soggetti	25,00
	6	Tutti i soggetti	25,00
	7	Tutti i soggetti	25,00
	8	Tutti i soggetti	25,00
	9	Tutti i soggetti	25,00
	10	Tutti i soggetti	25,00
	11	Tutti i soggetti	25,00
	12	Tutti i soggetti	25,00
	13	Tutti i soggetti	25,00
	14	Tutti i soggetti	25,00
	15	Tutti i soggetti	25,00
	16	Tutti i soggetti	25,00
	17	Tutti i soggetti	25,00
	18	Tutti i soggetti	25,00
	19	Tutti i soggetti	25,00
	20	Tutti i soggetti	25,00
	21	Tutti i soggetti	25,00
	22	Tutti i soggetti	25,00

INDICATORE	CLUSTER	Modalità di distribuzione	Soglia massima
Incidenza dei costi per beni mobili acquisiti in dipendenza di contratti di locazione finanziaria rispetto al valore storico degli stessi	1	Tutti i soggetti	55,00
	2	Tutti i soggetti	55,00
	3	Tutti i soggetti	55,00
	4	Tutti i soggetti	55,00
	5	Tutti i soggetti	55,00
	6	Tutti i soggetti	55,00
	7	Tutti i soggetti	55,00
	8	Tutti i soggetti	55,00
	9	Tutti i soggetti	55,00
	10	Tutti i soggetti	55,00
	11	Tutti i soggetti	55,00
	12	Tutti i soggetti	55,00
	13	Tutti i soggetti	55,00
	14	Tutti i soggetti	55,00
	15	Tutti i soggetti	55,00
	16	Tutti i soggetti	55,00
	17	Tutti i soggetti	55,00
	18	Tutti i soggetti	55,00
	19	Tutti i soggetti	55,00
	20	Tutti i soggetti	55,00
	21	Tutti i soggetti	55,00
	22	Tutti i soggetti	55,00

INDICATORE	CLUSTER	Modalità di distribuzione	Soglia massima
Durata delle scorte (in giorni)	1	Tutti i soggetti	27,00
	2	Tutti i soggetti	140,00
	3	Tutti i soggetti	220,00
	4	Tutti i soggetti	154,00
	5	Tutti i soggetti	36,00
	6	Tutti i soggetti	204,00
	7	Tutti i soggetti	195,00
	8	Tutti i soggetti	74,00
	9	Tutti i soggetti	64,00
	10	Tutti i soggetti	65,00
	11	Tutti i soggetti	115,00
	12	Tutti i soggetti	127,00
	13	Tutti i soggetti	74,00
	14	Tutti i soggetti	28,00
	15	Tutti i soggetti	175,00
	16	Tutti i soggetti	231,00
	17	Tutti i soggetti	122,00
	18	Tutti i soggetti	108,00
	19	Tutti i soggetti	173,00
	20	Tutti i soggetti	199,00
	21	Tutti i soggetti	94,00
	22	Tutti i soggetti	222,00

INDICATORE	CLUSTER	Modalità di distribuzione	Soglia massima
Incidenza dei costi residuali di gestione sui ricavi	1	Tutti i soggetti	4,38
	2	Tutti i soggetti	4,70
	3	Tutti i soggetti	4,69
	4	Tutti i soggetti	4,38
	5	Tutti i soggetti	4,38
	6	Tutti i soggetti	4,70
	7	Tutti i soggetti	4,38
	8	Tutti i soggetti	4,21
	9	Tutti i soggetti	4,98
	10	Tutti i soggetti	5,16
	11	Tutti i soggetti	4,58
	12	Tutti i soggetti	4,48
	13	Tutti i soggetti	4,85
	14	Tutti i soggetti	4,21
	15	Tutti i soggetti	4,30
	16	Tutti i soggetti	4,21
	17	Tutti i soggetti	4,92
	18	Tutti i soggetti	4,98
	19	Tutti i soggetti	4,70
	20	Tutti i soggetti	4,34
	21	Tutti i soggetti	4,19
	22	Tutti i soggetti	4,98

SUB ALLEGATO 19.G - NEUTRALIZZAZIONE DEGLI AGGI E/O RICAVI FISSI

Le variabili utilizzate nell'analisi della congruità relative ai quadri del personale e degli elementi contabili, annotate in maniera indistinta, vanno neutralizzate per la componente relativa all'attività di vendita di beni soggetti ad aggio o ricavo fisso.

Tale neutralizzazione viene effettuata in base al coefficiente di scorporo, calcolato nel modo seguente:

$$\text{Coefficiente di scorporo} = \frac{\text{Aggi derivanti dalla vendita di generi soggetti ad aggio o ricavo fisso}}{\text{Margine lordo complessivo aziendale.}}$$

La neutralizzazione non viene effettuata nei seguenti casi:

- Ricavi dichiarati non superiori al Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi;
- Ricavi derivanti dalla vendita di generi soggetti ad aggio o ricavo fisso non superiori al Costo del venduto relativo alla vendita di generi soggetti ad aggio o ricavo fisso.

Dove:

- *Aggi derivanti dalla vendita di generi soggetti ad aggio o ricavo fisso* = Ricavi derivanti dalla vendita di generi soggetti ad aggio o ricavo fisso - Costo del venduto relativo alla vendita di generi soggetti ad aggio o ricavo fisso;
- *Costo del venduto*¹⁷ = Costi per l'acquisto di materie prime, sussidiarie, semilavorati e merci + Esistenze iniziali - Rimanenze finali;
- *Costo del venduto relativo alla vendita di generi soggetti ad aggio o ricavo fisso* = Esistenze iniziali relative a prodotti soggetti ad aggio o ricavo fisso - Rimanenze finali relative a prodotti soggetti ad aggio o ricavo fisso + Costi per l'acquisto di prodotti soggetti ad aggio o ricavo fisso;
- *Esistenze iniziali* = Esistenze iniziali relative a merci, prodotti finiti, materie prime e sussidiarie, semilavorati e ai servizi non di durata ultrannuale + Esistenze iniziali relative ad opere, forniture e servizi di durata ultrannuale di cui all'art. 93, comma 5, del TUIR;
- *Margine lordo complessivo aziendale* = [(Ricavi dichiarati + Aggi derivanti dalla vendita di generi soggetti ad aggio o ricavo fisso) - (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi)];
- *Rimanenze finali* = Rimanenze finali relative a merci, prodotti finiti, materie prime e sussidiarie, semilavorati e ai servizi non di durata ultrannuale + Rimanenze finali relative ad opere, forniture e servizi di durata ultrannuale di cui all'art. 93, comma 5, del TUIR.

¹⁷ Se la variabile è minore di zero, viene posta uguale a zero.

SUB ALLEGATO 19.H - COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8
Costo del Venduto + Costo per la produzione di servizi	1,0892	1,0051	1,0293	1,0186	1,0402	1,0066	1,0419	1,0358
Spese per acquisti di servizi	1,0581	1,0512	1,1285	1,0186	1,0890	1,1947	1,3116	0,9634
Altri costi per servizi + Abbonamenti a riviste e giornali, acquisto di libri, spese per cancelleria + Spese per omaggio a clienti ed articoli promozionali + Costo per beni mobili acquisiti in dipendenza di contratti di locazione non finanziaria	0,7517	0,9336	1,1285	1,0186	0,6875	0,9535	0,6505	0,9007
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	0,8953	1,0512	1,1285	1,0186	1,2375	1,1947	1,3116	1,0093
Valore beni strumentali mobili*	-	0,1649	0,1420	-	-	0,1050	0,1802	0,1653
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale e familiari diversi (numero normalizzato)	7.145,9316	21.187,1511	12.468,6863	21.662,5182	14.234,2208	15.487,0895	-	19.199,1845
Soci e associati in partecipazione (numero normalizzato, escluso il primo socio*)	7.145,9316	21.187,1511	12.468,6863	21.662,5182	14.234,2208	15.487,0895	-	19.199,1845
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) "Quota fino 30 mila euro"	-	-	-	-	-	0,4285	-	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) "Quota fino 50 mila euro"	-	0,3037	-	-	-	-	0,2536	0,2316
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) "Quota fino 100 mila euro"	0,1682	-	-	-	-	-	-	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) "Quota fino 150 mila euro"	-	-	0,2169	-	-	-	-	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) "Quota fino 200 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) "Quota fino 300 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) "Quota fino 450 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) "Quota fino 500 mila euro"	-	-	-	-	0,1010	-	0,0372	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) "Quota fino 600 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) "Quota fino 700 mila euro"	-	-	-	-	-	0,0930	-	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) "Quota fino 1.000 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	0,0164
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) "Quota fino 1.500 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) "Quota fino 2.000 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) "Quota fino 2.300 mila euro"	-	0,0319	-	-	-	-	-	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) "Quota fino 2.500 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

* La variabile viene normalizzata all'anno in base al numero dei mesi di attività nel corso del periodo d'imposta

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8
(Costo del Venduto + Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi + Altri costi per servizi + Abbonamenti a riviste e giornali, acquisto di libri, spese per cancelleria + Spese per omaggio a clienti ed articoli promozionali + Costo per beni mobili acquisiti in dipendenza di contratti di locazione non finanziaria + Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa) "Quota fino 200 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-	-
(Costo del Venduto + Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi + Altri costi per servizi + Abbonamenti a riviste e giornali, acquisto di libri, spese per cancelleria + Spese per omaggio a clienti ed articoli promozionali + Costo per beni mobili acquisiti in dipendenza di contratti di locazione non finanziaria + Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa) "Quota fino 3.400 mila euro"	-	-	-	0,0293	-	-	-	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) relativo alla tipologia di clientela "Grande distribuzione e distribuzione organizzata"	-0,0323	-	-	-	-	-	-	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) per tipologia di attività "Vendita al dettaglio (in locali destinati esclusivamente alla vendita al dettaglio)" relativo al livello del canone di affitto dei locali commerciali a livello comunale	-	-	-	-	-	-	-	0,1870

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

CORRETTIVI TERRITORIALI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8
Correttivo da applicare al (Costo del Venduto + Costo per la Produzione di Servizi) per tipologia di attività diversa da "Vendita al dettaglio (in locali destinati esclusivamente alla vendita al dettaglio)" <i>Gruppo 1 e 4 della Territorialità del commercio a livello provinciale</i>	-0,0351	-	-0,0189	-	-0,0166	-	-0,0352	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

Aree della Territorialità del commercio a livello provinciale

Gruppo 1 - Aree con livello di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale

Gruppo 4 - Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale

VARIABILI	CLUSTER 9	CLUSTER 10	CLUSTER 11	CLUSTER 12	CLUSTER 13	CLUSTER 14	CLUSTER 15
Costo del Venduto + Costo per la produzione di servizi	1,1389	1,0455	1,0199	1,0814	1,0178	1,0664	1,0051
Spese per acquisti di servizi	0,7613	0,9982	1,1332	0,8466	1,0974	0,9802	0,9927
Altri costi per servizi + Abbonamenti a riviste e giornali, acquisto di libri, spese per cancelleria + Spese per omaggio a clienti ed articoli promozionali + Costo per beni mobili acquisiti in dipendenza di contratti di locazione non finanziaria	0,6750	0,8344	0,9260	0,7807	0,8329	0,9802	0,9927
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	0,6934	0,9982	1,0483	1,0481	1,1086	0,9802	0,9927
Valore beni strumentali mobili*	0,1774	0,0505	0,1606	0,1892	0,1735	0,1292	0,1780
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale e familiari diversi (numero normalizzato)	-	-	10.541,5155	10.074,1006	11.199,8929	12.624,2581	19.440,0279
Soci e associati in partecipazione (numero normalizzato, escluso il primo socio*)	-	-	10.541,5155	10.074,1006	11.199,8929	12.624,2581	22.029,6727
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) "Quota fino 30 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) "Quota fino 50 mila euro"	-	-	0,1914	-	0,3280	-	0,4174
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) "Quota fino 100 mila euro"	-	-	-	0,1750	-	-	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) "Quota fino 150 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) "Quota fino 200 mila euro"	-	-	-	-	-	0,0976	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) "Quota fino 300 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) "Quota fino 450 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) "Quota fino 500 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) "Quota fino 600 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) "Quota fino 700 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) "Quota fino 1.000 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) "Quota fino 1.500 mila euro"	-	-	0,0197	-	-	-	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) "Quota fino 2.000 mila euro"	-	-	-	-	0,0246	-	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) "Quota fino 2.300 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) "Quota fino 2.500 mila euro"	-	0,0659	-	-	-	-	0,0392

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

* La variabile viene normalizzata all'anno in base al numero dei mesi di attività nel corso del periodo d'imposta

VARIABILI	CLUSTER 9	CLUSTER 10	CLUSTER 11	CLUSTER 12	CLUSTER 13	CLUSTER 14	CLUSTER 15
(Costo del Venduto + Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi + Altri costi per servizi + Abbonamenti a riviste e giornali, acquisto di libri, spese per cancelleria + Spese per omaggio a clienti ed articoli promozionali + Costo per beni mobili acquisiti in dipendenza di contratti di locazione non finanziaria + Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa) "Quota fino 200 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-
(Costo del Venduto + Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi + Altri costi per servizi + Abbonamenti a riviste e giornali, acquisto di libri, spese per cancelleria + Spese per omaggio a clienti ed articoli promozionali + Costo per beni mobili acquisiti in dipendenza di contratti di locazione non finanziaria + Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa) "Quota fino 3.400 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) relativo alla tipologia di clientela "Grande distribuzione e distribuzione organizzata"	-	-	-	-	-	-0,0616	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) per tipologia di attività "Vendita al dettaglio (in locali destinati esclusivamente alla vendita al dettaglio)" relativo al livello del canone di affitto dei locali commerciali a livello comunale	-	-	-	-	-	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

CORRETTIVI TERRITORIALI	CLUSTER 9	CLUSTER 10	CLUSTER 11	CLUSTER 12	CLUSTER 13	CLUSTER 14	CLUSTER 15
Correttivo da applicare al (Costo del Venduto + Costo per la Produzione di Servizi) per tipologia di attività diversa da "Vendita al dettaglio (in locali destinati esclusivamente alla vendita al dettaglio)" <i>Gruppo 1 e 4 della Territorialità del commercio a livello provinciale</i>	-	-	-	-	-	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

Aree della Territorialità del commercio a livello provinciale

Gruppo 1 - Aree con livello di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale

Gruppo 4 - Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale

VARIABILI	CLUSTER 16	CLUSTER 17	CLUSTER 18	CLUSTER 19	CLUSTER 20	CLUSTER 21	CLUSTER 22
Costo del Venduto + Costo per la produzione di servizi	1,0261	1,0583	1,0692	1,0253	1,0030	1,0437	1,0447
Spese per acquisti di servizi	1,1208	1,0195	1,0228	1,0483	0,9221	1,0823	1,0447
Altri costi per servizi + Abbonamenti a riviste e giornali, acquisto di libri, spese per cancelleria + Spese per omaggio a clienti ed articoli promozionali + Costo per beni mobili acquisiti in dipendenza di contratti di locazione non finanziaria	0,6985	0,9016	0,9323	1,0483	0,7902	0,7606	1,0447
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	1,1208	0,9542	1,0228	1,0434	0,9221	1,0823	1,0447
Valore beni strumentali mobili*	0,1847	0,1635	-	0,1825	0,2386	0,1129	0,1035
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale e familiari diversi (numero normalizzato)	-	-	-	16.654,9565	29.623,4956	15.560,8931	-
Soci e associati in partecipazione (numero normalizzato, escluso il primo socio*)	-	-	-	16.654,9565	29.623,4956	15.560,8931	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) "Quota fino 30 mila euro"	0,5811	-	-	-	0,3566	-	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) "Quota fino 50 mila euro"	-	-	-	-	-	0,2905	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) "Quota fino 100 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) "Quota fino 150 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) "Quota fino 200 mila euro"	-	0,1746	-	-	-	-	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) "Quota fino 300 mila euro"	-	-	0,0704	-	-	-	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) "Quota fino 450 mila euro"	-	-	-	-	-	0,0628	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) "Quota fino 500 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) "Quota fino 600 mila euro"	-	-	-	0,0657	-	-	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) "Quota fino 700 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) "Quota fino 1.000 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) "Quota fino 1.500 mila euro"	0,0338	-	-	-	0,0640	-	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) "Quota fino 2.000 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) "Quota fino 2.300 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) "Quota fino 2.500 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

* La variabile viene normalizzata all'anno in base al numero dei mesi di attività nel corso del periodo d'imposta

VARIABILI	CLUSTER 16	CLUSTER 17	CLUSTER 18	CLUSTER 19	CLUSTER 20	CLUSTER 21	CLUSTER 22
(Costo del Venduto + Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi + Altri costi per servizi + Abbonamenti a riviste e giornali, acquisto di libri, spese per cancelleria + Spese per omaggio a clienti ed articoli promozionali + Costo per beni mobili acquisiti in dipendenza di contratti di locazione non finanziaria + Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa) "Quota fino 200 mila euro"	-	-	-	-	-	-	0,2076
(Costo del Venduto + Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi + Altri costi per servizi + Abbonamenti a riviste e giornali, acquisto di libri, spese per cancelleria + Spese per omaggio a clienti ed articoli promozionali + Costo per beni mobili acquisiti in dipendenza di contratti di locazione non finanziaria + Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa) "Quota fino 3.400 mila euro"	-	-	-	-	-	-	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) relativo alla tipologia di clientela "Grande distribuzione e distribuzione organizzata"	-	-	-	-	-	-	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) per tipologia di attività "Vendita al dettaglio (in locali destinati esclusivamente alla vendita al dettaglio)" relativo al livello del canone di affitto dei locali commerciali a livello comunale	-	-	-	-	-	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

CORRETTIVI TERRITORIALI	CLUSTER 16	CLUSTER 17	CLUSTER 18	CLUSTER 19	CLUSTER 20	CLUSTER 21	CLUSTER 22
Correttivo da applicare al (Costo del Venduto + Costo per la Produzione di Servizi) per tipologia di attività diversa da "Vendita al dettaglio (in locali destinati esclusivamente alla vendita al dettaglio)" <i>Gruppo 1 e 4 della Territorialità del commercio a livello provinciale</i>	-0,0183	-0,0203	-	-0,0110	-	-0,0202	-0,0318

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

Aree della Territorialità del commercio a livello provinciale

Gruppo 1 - Aree con livello di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale

Gruppo 4 - Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale