

ALLEGATO 24

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

STUDIO DI SETTORE UM25B

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 UM25B, evoluzione dello studio TM25B.

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

- 46.49.40 – Commercio all'ingrosso di articoli sportivi (incluse le biciclette);
- 46.69.11 – Commercio all'ingrosso di imbarcazioni da diporto.

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 dell'attività.

L'evoluzione dello studio di settore è stata condotta analizzando il modello TM25B 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 856.

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 157 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 di vendita (quadro D);
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia dell'offerta (quadro D);
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia della 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);
- errata compilazione delle percentuali relative agli altri dati (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 699.

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 localizzazione, alle diverse modalità di espletamento dell'attività, 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 24.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.

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 è stato utilizzato un indicatore di natura economico-contabile specifico delle attività in esame:

- ***Durata delle scorte.***

La formula dell'indicatore economico-contabile è riportata nel Sub Allegato 24.C.

Per ogni gruppo omogeneo è stata calcolata la distribuzione ventile² dell'indicatore precedentemente definito.

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.

² Nella terminologia statistica, si definisce "distribuzione ventile" 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.

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

Nel Sub Allegato 24.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”³. 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).

Nel Sub Allegato 24.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 24.A).

Nel Sub Allegato 24.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:

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

³ 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.

Ai fini della individuazione dell'intervallo di coerenza economica per gli indicatori utilizzati sono state analizzate le distribuzioni ventili differenziate per gruppo omogeneo; per gli indicatori “Valore aggiunto per addetto”, “Margine operativo lordo per addetto non dipendente” e “Ricarico” anche sulla base della “territorialità del commercio a livello provinciale”⁴ 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 caso di assegnazione a più gruppi omogenei, i valori soglia di coerenza economica vengono ponderati con le relative probabilità di appartenenza. Per gli indicatori “Valore aggiunto per addetto”, “Margine operativo lordo per addetto non dipendente” e “Ricarico” 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 24.C e nel Sub Allegato 24.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:

- ***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 “Durata delle scorte” e “Incidenza dei costi residuali di gestione sui ricavi” sono state analizzate le distribuzioni ventili 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 24.C e nel Sub Allegato 24.F.

DURATA DELLE SCORTE

In presenza di un valore dell'indicatore “Durata delle scorte” non normale⁵ viene applicata l'analisi di normalità economica nella gestione del magazzino.

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 sia inferiore al valore normale di riferimento delle rimanenze finali⁶, come differenza tra le

⁴ I criteri e le conclusioni dello studio sono riportati nell'apposito Decreto Ministeriale.

⁵ 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;
- Il valore delle rimanenze finali è superiore a quello delle esistenze iniziali.

⁶ Il valore normale di riferimento delle rimanenze finali è pari a:

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

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 economica⁷.

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 economica⁸.

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

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

Cluster	Valore mediano
1	70,59
2	70,23
3	68,50
4	65,55
5	70,69
6	65,85
7	58,02

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 posizioni 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).

⁷ 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.

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 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.

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	1,1328
2	1,1499
3	1,1406
4	1,1283
5	1,1214
6	1,1549
7	1,1130

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%⁹.

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 24.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 24.H vengono riportate le variabili ed i rispettivi coefficienti delle “funzioni di ricavo”.

⁹ 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 24.A - DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

L'analisi di settore ha condotto alla classificazione dei contribuenti in 7 gruppi omogenei. I fattori utilizzati per l'individuazione dei modelli sono stati:

- la tipologia dell'offerta;
- la tipologia di vendita;
- la modalità di acquisto delle merci.

La tipologia di offerta ha consentito di classificare i grossisti con vendita prevalente o specializzata in abbigliamento (cluster 2), articoli per varie discipline sportive, comprese le attrezzature/accessori per la montagna e le calzature tecnico-sportive (cluster 4), biciclette ed articoli sportivi per il ciclismo (cluster 5) ed articoli sportivi per la caccia, il sub e la pesca sportiva (cluster 6).

La tipologia di vendita ha contribuito a distinguere le imprese che effettuano la vendita al dettaglio (cluster 1) nonché quelle che commercializzano su catalogo (cluster 3).

La modalità di acquisto ha permesso di rilevare i grossisti importatori dall'area Cina/Asia meridionale/Sud-Est asiatico (cluster 7).

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

CLUSTER 1 – IMPRESE CON VENDITA AL DETTAGLIO

NUMEROSITÀ: 67

Il cluster si compone di imprese che vendono in prevalenza al dettaglio (79% dei ricavi).

La maggioranza dei soggetti presenta un assortimento despecializzato, ad eccezione di quelli che trattano biciclette ed articoli sportivi per il ciclismo (63% dei ricavi nel 27% dei casi).

Il ventaglio di clientela è rappresentato principalmente da privati (48% dei ricavi), commercianti al dettaglio (41% dei ricavi per la metà circa dei soggetti) e da palestre, associazioni e circoli sportivi (34% per il 37%).

Le superfici utilizzate per lo svolgimento dell'attività comprendono: 105 metri quadrati per la vendita all'ingrosso e l'esposizione della merce, 130 metri quadrati per il deposito/magazzino, 17 metri quadrati per gli uffici e, nella metà circa dei casi, 69 metri quadrati per la vendita al dettaglio e l'esposizione della merce.

Si tratta di imprese, organizzate soprattutto in forma societaria (di capitali nel 40% dei casi e di persone nel 22%), che si avvalgono di 2 addetti.

Gli approvvigionamenti si realizzano soprattutto da ditte produttrici (68% del totale).

CLUSTER 2 – GROSSISTI DI ABBIGLIAMENTO

NUMEROSITÀ: 174

Il cluster comprende i grossisti che presentano in assortimento capi di abbigliamento tecnico-sportivo e casual (56% dei ricavi).

L'attività di vendita è svolta soprattutto sul territorio tramite venditori diretti (57% dei ricavi) e, nel 34% dei casi, al banco (77% dei ricavi).

L'offerta è rivolta ad una clientela eterogenea: commercianti al dettaglio (40% dei ricavi), palestre, associazioni e circoli sportivi (28%), Enti pubblici e privati (22% dei ricavi per il 28% dei soggetti) ed altri commercianti all'ingrosso (38% per il 25%).

I locali destinati allo svolgimento dell'attività si articolano in 55 metri quadrati di superfici per la vendita e l'esposizione della merce, 174 metri quadrati per il deposito/magazzino e 30 metri quadrati per gli uffici.

Le imprese, organizzate nel 61% dei casi in forma societaria (il 40% in società di capitali), si avvalgono di 2-3 addetti.

Il canale principale di approvvigionamento è rappresentato dalle ditte produttrici (70% degli acquisti). Si segnala, inoltre, che il 21% dei soggetti si rivolge ad importatori e/o concessionarie di marche estere (la metà circa dei rifornimenti).

CLUSTER 3 – GROSSISTI CHE EFFETTUANO LA VENDITA SU CATALOGO

NUMEROSITÀ: 103

Le imprese del cluster si caratterizzano per la modalità di vendita all'ingrosso che si realizza in maniera pressoché esclusiva su catalogo.

Le merceologie maggiormente trattate sono gli articoli sportivi per varie discipline sportive, comprese le attrezzature/accessori per la montagna e le calzature tecnico-sportive (66% dei ricavi per il 46% dei casi), articoli di abbigliamento (38% per il 39%), biciclette ed articoli sportivi per il ciclismo (53% per il 20%) e le imbarcazioni da diporto (91% per il 4%).

L'offerta è rivolta a diverse tipologie di clientela (tra cui privati, palestre, associazioni e circoli sportivi) comprendendo nel 41% dei casi anche soggetti esteri (30% ricavi).

Coerentemente con la tipologia di vendita, le imprese utilizzano per lo più locali destinati a deposito/magazzino (73 metri quadrati) e ad uffici (22 metri quadrati). Il 34% delle imprese effettua la consegna diretta della merce dal produttore all'utilizzatore di merci (61% dei ricavi).

La natura giuridica adottata in prevalenza è la società (di capitali nel 40% dei casi e di persone nel 19%); il numero di addetti è pari a 2.

I soggetti del cluster ricorrono direttamente a ditte produttrici per una quota rilevante di approvvigionamenti (71%). Si segnala che il 28% delle imprese effettua il 54% degli acquisti all'estero.

CLUSTER 4 – GROSSISTI SPECIALIZZATI IN ARTICOLI SPORTIVI PER VARIE DISCIPLINE SPORTIVE (COMPRESSE LE ATTREZZATURE/ACCESSORI PER LA MONTAGNA E LE CALZATURE TECNICO-SPORTIVE)

NUMEROSITÀ: 103

Le imprese del cluster commercializzano un'ampia gamma di articoli sportivi: attrezzature/accessori per varie discipline sportive (49% dei ricavi), attrezzature/accessori per la montagna, lo sci ed altri sport invernali (70% dei ricavi per il 25% dei soggetti) e calzature tecnico-sportive (39% per il 41%).

Per il 59% dei contribuenti la vendita avviene principalmente sul territorio tramite venditori diretti (92% dei ricavi) e per il 39% al banco (83%).

La merce viene distribuita soprattutto a commercianti al dettaglio (51% dei ricavi) e a palestre, associazioni e circoli sportivi (40% dei ricavi per il 47% dei soggetti); il 38% delle imprese tratta con una clientela estera realizzando il 32% dei ricavi totali. Inoltre, si segnala che il 22% dei soggetti effettua la consegna diretta della merce dal produttore all'utilizzatore (oltre la metà dei ricavi).

Le superfici utilizzate per lo svolgimento dell'attività comprendono: 238 metri quadrati di deposito/magazzino, 37 metri quadrati di uffici e, nel 41% dei casi, 126 metri quadrati di spazi adibiti alla vendita e l'esposizione della merce.

La natura giuridica più frequentemente adottata è la forma societaria (di capitali nel 50% dei casi e di persone nel 23%); ad operare nell'impresa sono 3 addetti di cui uno è dipendente.

Gli approvvigionamenti si realizzano principalmente da ditte produttrici (78% degli acquisti).

CLUSTER 5 – GROSSISTI DI BICICLETTE ED ARTICOLI SPORTIVI PER IL CICLISMO

NUMEROSITÀ: 85

Il cluster raggruppa i grossisti specializzati nella vendita di biciclette ed articoli sportivi per il ciclismo (70% dei ricavi).

Per la metà circa dei soggetti la vendita è svolta quasi esclusivamente sul territorio tramite venditori diretti (91% dei ricavi) e per il 44% principalmente al banco (76%).

La clientela di riferimento è costituita da commercianti al dettaglio (58% dei ricavi), altri grossisti (37% per la metà circa dei casi) e da palestre, associazioni e circoli sportivi (31% per il 33%).

Le superfici utilizzate per l'esercizio dell'attività consistono in 339 metri quadrati di deposito/magazzino, 41 metri quadrati di uffici e, nel 45% dei casi, 97 metri quadrati di spazi destinati alla vendita e l'esposizione della merce.

Le imprese, organizzate per lo più in forma societaria (di capitali il 46% e di persone il 24%), presentano 3 addetti (che risultano essere dipendenti nel 49% dei casi).

Per gli approvvigionamenti i soggetti del cluster ricorrono a diverse fonti: ditte produttrici (59% degli acquisti), altri commercianti all'ingrosso (29%) ed importatori e/o concessionari di marche estere (34% degli acquisti nel 33% dei casi).

CLUSTER 6 – GROSSISTI DI ARTICOLI PER LA CACCIA, IL SUB E LA PESCA SPORTIVA

NUMEROSITÀ: 99

Gli esercizi all'ingrosso annoverati all'interno di questo cluster sono specializzati in articoli, attrezzature ed accessori sportivi per la caccia, il sub e la pesca sportiva (96% dei ricavi).

La vendita avviene principalmente sul territorio tramite venditori diretti (53% dei ricavi) e nel 42% dei casi al banco (58% dei ricavi).

L'offerta è rivolta soprattutto a commercianti al dettaglio (73% dei ricavi); la metà delle imprese ottiene il 39% dei ricavi dalla vendita ad altri commercianti all'ingrosso. Sul mercato estero opera il 47% dei soggetti con un peso del 17% sui ricavi totali.

La struttura dell'impresa è composta da 162 metri quadrati di deposito/magazzino, 28 metri quadrati di uffici e, nel 43% dei casi, da 146 metri quadrati di locali destinati alla vendita ed esposizione della merce.

La forma giuridica adottata in prevalenza è la società (65% delle imprese, con una quota di società di capitali pari al 34%); gli addetti coinvolti nell'attività sono 2-3.

Per l'approvvigionamento delle merci i contribuenti si rivolgono a ditte produttrici (61% degli acquisti totali), ad altri commercianti all'ingrosso (23%) e, nel 38% dei casi, ad importatori e/o concessionarie di marche estere (38% dei ricavi).

CLUSTER 7 – GROSSISTI IMPORTATORI DALL'AREA CINA/ASIA MERIDIONALE/SUD-EST ASIATICO

NUMEROSITÀ: 49

Il cluster concentra i grossisti che trattano merci acquistate direttamente all'estero soprattutto nell'area Cina/Asia meridionale/Sud-Est asiatico (86% degli acquisti diretti).

Le tipologie di prodotto maggiormente importate sono: articoli sportivi per varie discipline sportive, comprese le attrezzature/accessori per la montagna e le calzature tecnico-sportive (64% dei ricavi per la metà circa dei soggetti), articoli di abbigliamento (51% per il 35%) nonché biciclette ed articoli per il ciclismo (76% per il 22%).

La vendita è svolta sul territorio tramite venditori diretti (55% dei ricavi) e, in taluni casi, su catalogo, al banco nonché a libero servizio.

La clientela di riferimento è costituita principalmente da commercianti al dettaglio (51% dei ricavi), altri commercianti all'ingrosso (45% dei ricavi per il 51% dei soggetti) e da palestre, associazioni e circoli sportivi (43% per il 33%). La metà circa delle imprese realizza il 26% dei ricavi con clienti esteri.

Per lo svolgimento dell'attività i contribuenti dispongono di 236 metri quadrati di deposito/magazzino, 35 metri quadrati di uffici e, nel 39% dei casi, di 77 metri quadrati di spazi destinati alla vendita ed esposizione della merce.

Il cluster segnala la maggiore concentrazione di imprese organizzate sotto forma di società (il 67% di capitali ed il 22% di persone). Gli addetti sono 2-3.

Le ditte produttrici rappresentano la fonte principale di approvvigionamento (87% degli acquisti totali).

SUB ALLEGATO 24.B - VARIABILI DELL'ANALISI DISCRIMINANTE

QUADRO D:

- Tipologia di vendita: Ingrosso con vendita al banco
- Tipologia di vendita: Dettaglio
- Tipologia di vendita: Vendite su catalogo o tramite rete telematica, via fax, on line, etc.
- Tipologia dell'offerta: Abbigliamento e calzature per il tempo libero
- Tipologia dell'offerta: Biciclette ed articoli per il ciclismo
- Tipologia dell'offerta: Articoli sportivi per la caccia, il sub e la pesca sportiva
- Tipologia dell'offerta: Calzature tecnico-sportive per le varie discipline sportive
- Tipologia dell'offerta: Articoli sportivi per la montagna (alpinismo, roccia, ecc.), lo sci e gli altri sport invernali
- Tipologia dell'offerta: Articoli sportivi per le rimanenti discipline sportive (tennis, golf, equitazione, basket, calcio, rugby, palla a volo, palla a nuoto, pattinaggio, etc.)
- Tipologia della clientela: Altri commercianti all'ingrosso
- Tipologia della clientela: Privati
- Area di mercato: Estera (sia intra U.E. che extra U.E.)
- Modalità di acquisto: Da altri commercianti all'ingrosso (diretto o tramite intermediari del commercio)
- Addetti all'attività di vendita: Non Dipendenti – Agenti/Rappresentanti ed altri intermediari

QUADRO Z:

- Area di acquisto diretto delle merci (importazioni): da imprese all'estero
- Area di acquisto diretto delle merci (importazioni): - di cui localizzate in Cina/Asia meridionale/Sud-Est asiatico

SUB ALLEGATO 24.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*** = $\{[(\text{Esistenze iniziali} + \text{Rimanenze finali})/2] \cdot 365\} / (\text{Costo del venduto} + \text{Costo per la produzione di servizi})$;
- ***Incidenza del costo del venduto e del costo per la produzione di servizi sui ricavi*** = $(\text{Costo del venduto} + \text{Costo per la produzione di servizi}) \cdot 100 / (\text{Ricavi dichiarati})$;
- ***Incidenza dei costi residuali di gestione sui ricavi*** = $(\text{Costi residuali di gestione} \cdot 100) / (\text{Ricavi da congruità e da normalità economica})$;
- ***Margine operativo lordo per addetto non dipendente*** = $(\text{Margine operativo lordo} / 1.000) / (\text{Numero addetti non dipendenti}^{10})$;
- ***Ricarico*** = $(\text{Ricavi dichiarati}) / (\text{Costo del venduto} + \text{Costo per la produzione di servizi})$;
- ***Valore aggiunto per addetto*** = $(\text{Valore aggiunto} / 1.000) / (\text{Numero addetti}^{11})$.

¹⁰ 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
---	--

¹¹ Le frequenze relative ai dipendenti sono state normalizzate all'anno in base alle giornate.

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
--------------------------------------	---

Numero addetti = (società)	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 "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)].

SUB ALLEGATO 24.D - INTERVALLI PER LA SELEZIONE DEL CAMPIONE

Cluster	Modalità di distribuzione	Durata delle scorte (giorni)	
		Ventile minimo	Ventile massimo
1	Tutti i soggetti	nessuno	12°
2	Tutti i soggetti	nessuno	14°
3	Tutti i soggetti	nessuno	12°
4	Tutti i soggetti	nessuno	14°
5	Tutti i soggetti	nessuno	16°
6	Tutti i soggetti	nessuno	14°
7	Tutti i soggetti	nessuno	12°

SUB ALLEGATO 24.E - VALORI SOGLIA PER GLI INDICATORI DI COERENZA

Cluster	Modalità di distribuzione	Margine operativo lordo per addetto non dipendente (in migliaia di euro)		Ricarico	
		Soglia minima	Soglia massima	Soglia minima	Soglia massima
1	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	15,92	99999	1,32	3,83
	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	16,63	99999	1,41	3,83
2	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	20,75	99999	1,31	3,83
	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	22,44	99999	1,35	3,83
3	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	15,65	99999	1,33	3,83
	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	19,30	99999	1,37	3,83
4	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	16,27	99999	1,33	3,83
	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	21,76	99999	1,37	3,83
5	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	15,13	99999	1,26	3,83
	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	20,47	99999	1,31	3,83
6	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	17,05	99999	1,32	3,83
	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	20,51	99999	1,36	3,83
7	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	17,62	99999	1,42	3,83
	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	21,08	99999	1,48	3,83

Cluster	Modalità di distribuzione	Valore aggiunto per addetto (in migliaia di euro)	
		Soglia minima	Soglia massima
1	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	15,92	81,95
	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	16,63	81,95
2	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	20,75	113,94
	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	22,44	113,94
3	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	15,65	113,94
	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	19,30	113,94
4	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	16,27	113,94
	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	21,76	113,94
5	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	15,13	113,94
	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	20,47	113,94
6	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	17,05	113,94
	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	20,51	113,94
7	Gruppo territoriale 1, 2 e 4	17,62	113,94
	Gruppo territoriale 3, 5 e 6	21,08	113,94

Cluster	Modalità di distribuzione	Durata delle scorte (giorni)	
		Soglia minima	Soglia massima
1	Tutti i soggetti	0,00	408,00
2	Tutti i soggetti	0,00	238,00
3	Tutti i soggetti	0,00	136,00
4	Tutti i soggetti	0,00	223,00
5	Tutti i soggetti	0,00	301,00
6	Tutti i soggetti	0,00	337,00
7	Tutti i soggetti	0,00	266,00

SUB ALLEGATO 24.F - VALORI SOGLIA PER GLI INDICATORI DI NORMALITÀ ECONOMICA

Indicatore	Cluster	Modalità di distribuzione	Soglia massima
Incidenza dei costi residuali di gestione	1	Tutti i soggetti	4,55
	2	Tutti i soggetti	3,58
	3	Tutti i soggetti	5,17
	4	Tutti i soggetti	3,55
	5	Tutti i soggetti	3,54
	6	Tutti i soggetti	4,71
	7	Tutti i soggetti	3,57
Durata delle scorte (giorni)	1	Tutti i soggetti	408,00
	2	Tutti i soggetti	238,00
	3	Tutti i soggetti	136,00
	4	Tutti i soggetti	223,00
	5	Tutti i soggetti	301,00
	6	Tutti i soggetti	337,00
	7	Tutti i soggetti	266,00

SUB ALLEGATO 24.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 venduto¹²** = 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 fisso¹²** = 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.

¹² Se la variabile è minore di zero, viene posta uguale a zero.

SUB ALLEGATO 24.H - COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAPO

VARIABILE	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5	CLUSTER 6	CLUSTER 7
Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi + Altri costi per servizi + Costo per beni acquisiti in dipendenza di contratti di locazione non finanziaria (noli) + Oneri diversi di gestione di cui per abbonamenti a riviste e giornali + Oneri diversi di gestione di cui per spese per omaggio a clienti ed articoli promozionali + Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa (Costi totali)	1,0857	1,0882	1,0687	1,0702	1,0932	1,0755	1,0237
Costi totali - quota fino a 300.000	0,1155	-	0,1555	0,1822	-	-	-
Costi totali - quota fino a 700.000	-	0,1129	-	-	-	-	-
Costi totali - quota fino a 120.000	-	-	-	-	0,2161	-	-
Costi totali - quota fino a 800.000	-	-	-	-	-	0,1008	-
Costi totali - quota fino a 1.200.000	-	-	-	-	-	-	0,1312

- Le variabili contabili vanno espresse in euro