

ALLEGATO 1

Nota Tecnica e Metodologica

SG44U

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

1. CRITERI PER LA COSTRUZIONE DELLO STUDIO DI SETTORE

Di seguito vengono esposti i criteri seguiti per la costruzione dello studio di settore.

Oggetto dello studio sono le attività economiche rispondenti ai codici ISTAT:

- 55.11.0 – Alberghi e motel con ristorante;
- 55.12.0 – Alberghi e motel senza ristorante.

La finalità perseguita è di determinare un “ricavo potenziale” tenendo conto non solo di variabili contabili, ma anche di variabili strutturali in grado di determinare il risultato di un’impresa.

A tale scopo, nell’ambito dello studio, vanno individuate le relazioni tra le variabili contabili e le variabili strutturali, per analizzare i possibili processi produttivi e i diversi modelli organizzativi impiegati nell’espletamento dell’attività.

Al fine di conoscere le informazioni relative alle strutture produttive in oggetto si è progettato ed inviato ai contribuenti interessati un questionario per rilevare tali informazioni (il codice del questionario relativo allo studio in oggetto è SG44).

Il numero dei questionari inviati è stato pari a 26.168, di cui 19.699 relativi al codice 55.11.0 e 6.469 relativi al codice 55.12.0.

I questionari restituiti sono stati 20.511 (rispettivamente 15.231 e 5.280 per i due codici), pari al 78,4% degli inviati.

Sui questionari sono state condotte analisi statistiche per rilevare la completezza, la correttezza e la coerenza delle informazioni in essi contenute.

Tali analisi hanno comportato, ai fini della definizione dello studio, lo scarto di 4.188 questionari, pari al 20,4% dei questionari rientrati.

I principali motivi di scarto sono stati:

- presenza di attività secondarie con un'incidenza sui ricavi complessivi superiore al 20%;
- quadro B del questionario (elementi strutturali) non compilato;
- compilazione di più quadri B;
- non compilazione delle superfici dei locali necessarie all'esercizio dell'attività presenti nel quadro B del questionario;
- quadro F del questionario (modalità di espletamento dell'attività) non compilato;
- errata compilazione delle percentuali relative alle modalità di espletamento dell'attività (quadro F del questionario);
- quadro M del questionario (elementi contabili) non compilato;
- ricavi dichiarati maggiori di 10 miliardi di lire;
- incongruenze fra i dati strutturali e i dati contabili contenuti nel questionario.

A seguito degli scarti effettuati, il numero dei questionari oggetto delle successive analisi è risultato pari a 16.323.

1.1 IDENTIFICAZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Per segmentare le imprese oggetto dell'analisi in gruppi omogenei sulla base degli aspetti strutturali, si è ritenuta appropriata una strategia di analisi che combina due tecniche statistiche:

- una tecnica basata su un approccio di tipo multivariato, che si è configurata come un'analisi fattoriale del tipo *Analyse des données* e nella fattispecie come un'*Analisi in Componenti Principali*¹;
- un procedimento di *Cluster Analysis*².

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

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

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

In un procedimento di clustering di tipo multidimensionale, quale quello adottato, l'omogeneità dei gruppi deve essere interpretata, non tanto in rapporto alle caratteristiche delle singole variabili, quanto in funzione delle

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

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

principali interrelazioni esistenti tra le variabili esaminate che contraddistinguono il gruppo stesso e che concorrono a definirne il profilo.

Le variabili prese in esame nell'Analisi in Componenti Principali sono quelle presenti in tutti i quadri di cui si compone il questionario ad eccezione del quadro M che contiene i dati contabili presenti nella dichiarazione dei redditi. Tale scelta nasce dall'esigenza di caratterizzare le imprese in base ai possibili modelli organizzativi, alle diverse tipologie di clientela, alle diverse modalità di espletamento dell'attività, etc.; tale caratterizzazione è possibile solo utilizzando le informazioni relative a quegli elementi strutturali e a tutti quegli elementi specifici che caratterizzano le diverse realtà economiche e produttive di un'impresa.

I fattori risultanti dall'Analisi in Componenti Principali vengono analizzati in termini di significatività sia economica sia statistica, al fine di individuare quelli che colgono i diversi aspetti strutturali delle attività oggetto dello studio.

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

I principali aspetti strutturali delle imprese considerati nell'analisi sono:

- la dimensione relativa dell'attività in termini di quantità di forza lavoro, ampiezza degli elementi strutturali e gamma di servizi offerti (che ha classificato le strutture alberghiere in piccole, medie, grandi e molto grandi);
- la tipologia della clientela (distinguendo quella d'affari da quella turistica);
- la presenza dell'attività di ristorazione;

In particolare l'analisi dei gruppi omogenei ha evidenziato le seguenti principali tipologie di imprese:

- alberghi di piccola dimensione ad una, due stelle e tre stelle;
- alberghi di dimensione media con prevalenza di clientela turistica;
- alberghi di piccola dimensione orientati alla clientela aziendale;
- alberghi di piccola dimensione situati nelle località montane;
- motel;
- alberghi a quattro stelle di media dimensione con attività di ristorazione;
- alberghi a quattro stelle di grande dimensione.

1.2 DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

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

Cluster 1 - Alberghi di medie dimensioni con clientela turistica

Numerosità: 631

Dall'analisi della classificazione della struttura emerge che questo cluster risulta composto prevalentemente da alberghi a tre stelle (69%) e da alberghi a quattro stelle (16%).

Comprende alberghi di medie dimensioni (circa 50 camere) con metri quadrati relativamente alti per quanto riguarda le sale comuni (oltre 165 mq) e di intrattenimento (indicate dal 47% delle imprese) e con spazi destinati a sale riunioni e congressi non sempre presenti (indicate dal 36% dei contribuenti e pari in media a 220 mq).

Gli spazi dedicati a parchi e giardini, quasi sempre presenti, risultano elevati così come quelli interni ed esterni destinati alla somministrazione dei pasti (circa 400 mq).

La struttura del personale risulta essere pari a 8 dipendenti suddivisi fra tempo pieno e tempo parziale.

La potenzialità locativa si presenta elevata, condizionata dal numero medio di camere e dal periodo di apertura che risulta di circa 7-8 mesi.

La percentuale di alberghi che ha indicato la presenza di stagionalità è pari al 49%.

Il tasso di occupazione netto delle camere è basso rispetto alla media (37%) ed appare legato alla tipologia della clientela.

Analizzando la composizione percentuale dei ricavi risulta che, in media, il 74% proviene da una clientela prevalentemente turistica (famiglie e turisti): il 51% delle strutture dichiara di ospitare anche gruppi turistici con un'incidenza sui ricavi in media pari al 28%.

Analizzando le percentuali dei ricavi realizzati sui singoli servizi emerge che il 49% di essi deriva dalle camere e il 34% dall'attività di ristorazione. Coerentemente con la tipologia della clientela, il 65% di tali strutture ha indicato di realizzare un 30% di ricavi tramite intermediazione di agenzie turistiche.

Non si rilevano particolari tipologie di servizi in camera mentre fra i principali servizi offerti all'interno della struttura risulta elevata la presenza della piscina (48%) e del tennis (45%), l'offerta di animazione (47%) e la presenza di spiagge (40%).

Elevata risulta la percentuale di coloro che effettuano trasporto di persone (43%) come confermato dal maggior peso che hanno, in questo cluster rispetto agli altri, le spese di servizi integrativi dei mezzi propri.

Cluster 2 - Grandi alberghi 4 stelle

Numerosità: 360

Dall'analisi della classificazione della struttura emerge che questo cluster risulta composto prevalentemente da alberghi a quattro stelle (67%) e da alberghi a tre stelle (28%).

Queste strutture sono di grande dimensione per numero delle camere (in media 106), per ampiezza delle sale riunioni e congressi (oltre 300 mq ed indicate dal 66% degli esercizi) e di quelle di utilizzo comune (circa 200 mq ed indicate dall'80% degli esercizi). Presentano ampi spazi dedicati a parchi e giardini e dimensione elevata delle aree destinate alla somministrazione dei pasti (circa 365 mq indicate dall'80% degli alberghi).

La struttura del personale risulta essere di circa 23 dipendenti a tempo pieno e di 4 a tempo parziale coerentemente con le potenzialità e il volume di attività di queste aziende.

La potenzialità locativa risulta elevata e il periodo di apertura di circa 11 mesi.

La presenza di stagionalità è indicata solo dal 14% delle aziende.

Il tasso di occupazione netto delle camere (59%) è il più elevato tra i cluster del settore.

Analizzando la composizione percentuale dei ricavi risulta che, il 41% proviene da una clientela prevalentemente turistica (famiglie e turisti), il 27% da clientela d'affari e il 23% da gruppi turistici.

L'84% degli alberghi di questo cluster ha indicato di avere una percentuale di ricavi derivante dall'intermediazione di agenzie turistiche pari al 44%.

I ricavi derivano per il 68% dalle camere e per il 20% dall'attività di ristorazione.

Si rileva inoltre un'elevata percentuale di servizi in camera (televisione via satellite, frigobar, condizionatore e cassaforte), mentre tra i servizi della struttura emerge quello della piscina rilevato nel 33% dei casi.

Cluster 3 - Piccoli alberghi con clientela aziendale

Numerosità: 1.957

Dall'analisi della classificazione della struttura emerge che questo cluster risulta composto prevalentemente da alberghi a tre stelle (46%) e da alberghi a due stelle (32%) di dimensione molto piccola con circa 20 camere.

Gli spazi dedicati alle sale sono nettamente inferiori alla media così come limitati risultano i metri quadri destinati a parchi e giardini.

Gli spazi destinati alla ristorazione sono in linea con la potenzialità della struttura.

Il personale addetto all'attività, sia a tempo pieno che a tempo parziale, si attesta sulle 3 unità.

La potenzialità locativa, causa il modesto numero di camere, risulta essere molto bassa e il periodo di apertura pari a 10-11 mesi con un livello di stagionalità praticamente assente.

Il tasso di occupazione netto delle camere è basso (33%).

Analizzando la composizione percentuale dei ricavi risulta che il 75% dei ricavi proviene da clientela d'affari e da gruppi aziendali.

I ricavi derivano mediamente per il 60% dalle camere mentre il 40% dei soggetti dichiara di avere un 45% di fatturato derivante dalla ristorazione.

Tra i servizi in camera si evidenzia la presenza del condizionatore (28%) e del frigobar (27%).

Cluster 4 - Medi quattro stelle con ristorante

Numerosità: 741

Dall'analisi della classificazione della struttura emerge che questo cluster risulta composto prevalentemente da alberghi a quattro stelle (84%) e da alberghi a tre stelle (9%).

Si sottolinea che, il 70% degli alberghi a 5 stelle dell'universo analizzato, sono all'interno di questo cluster.

La dimensione risulta essere media con circa 48 camere, con elevata presenza di metri quadri relativi a sale comuni e destinate a riunioni e congressi. I metri quadri destinati a parchi e giardini risultano indicati dal 69% degli alberghi. La presenza dei metri quadrati degli spazi interni ed esterni dedicati alla somministrazione dei pasti (oltre 200 mq) risulta leggermente più alta della media.

Si rileva, inoltre, un elevato numero di personale addetto all'attività, sia a tempo pieno che a tempo parziale, che si attesta sulle 11 unità.

La potenzialità locativa è elevata ed il periodo di apertura mediamente di 10 mesi con livello di stagionalità pari al 28%.

Il tasso di occupazione netto delle camere è medio (47%).

Analizzando la composizione percentuale dei ricavi risulta che il 51% dei ricavi proviene da famiglie e turisti e il 30% da clientela d'affari.

I ricavi derivano per il 64% dalle camere e per il 23% dalla ristorazione.

E' presente un'elevata dotazione dei servizi in camera (frigobar, condizionatore e televisore), propria della classificazione a quattro stelle, e tra

i servizi della struttura emergono la presenza della piscina e delle spiagge rispettivamente nel 44% e nel 17% dei casi.

Cluster 5 - Piccoli alberghi con clientela prevalente gruppi turistici

Numerosità: 1.107

Dall'analisi della classificazione della struttura emerge che questo cluster risulta composto prevalentemente da alberghi a tre stelle (56%) e da alberghi a due stelle (28%).

La dimensione risulta essere medio/piccola con circa 32 camere con presenza di metri quadri relativi alle sale della struttura uguali a quelli medi: anche gli spazi destinati alla ristorazione sono in linea con la media.

La struttura del personale risulta pari a 3 unità suddivise tra tempo pieno e tempo parziale.

La potenzialità locativa è in linea con quella media mentre il periodo di apertura risulta in media pari ad 8 mesi con un livello di stagionalità del 49%.

Il tasso di occupazione netto delle camere è medio (44%).

Analizzando la composizione percentuale dei ricavi risulta che il 63% proviene da gruppi turistici e il 33% da famiglie e turisti.

L'82% dei soggetti dichiara di avere un'elevata percentuale dei ricavi (55%) derivante dall'intermediazione delle agenzie turistiche.

I ricavi derivano in media per il 53% dalle camere; il 78% dei soggetti dichiara di avere anche un 39% dovuto alla ristorazione.

Sia per i servizi in camera che per quelli della struttura si rilevano valori inferiori alla media, ad eccezione della piscina che risulta presente nel 23% dei casi.

Cluster 6 - Tre stelle medi con elevata percentuale di ricavi derivanti da camere

Numerosità: 749

Dall'analisi della classificazione della struttura emerge che questo cluster risulta composto prevalentemente da alberghi a tre stelle (88%) e da alberghi a due stelle (8%).

La dimensione risulta essere medio/grande con circa 55 camere con valori leggermente superiori alle medie del settore per i metri quadri destinati a sale comuni: i metri quadri per spazi all'aperto sono indicati da meno della metà dei soggetti. In relazione alla prevalenza, all'interno di questo cluster, del codice di attività per alberghi e motel senza ristorante, solo il 51% delle aziende ha indicato la presenza di spazi dedicati alla somministrazione dei pasti che, laddove presenti, risultano ampi (circa 200 mq).

Si rileva una presenza di personale addetto all'attività, sia a tempo pieno che a tempo parziale, pari ad 11 unità.

La potenzialità locativa è elevata in relazione al numero medio/alto di camere e al periodo di apertura che risulta uguale a 11 mesi con conseguente assenza di stagionalità peraltro indicata solo dal 7% dei soggetti.

Il tasso di occupazione netto delle camere è medio/alto (55%).

Analizzando la composizione percentuale dei ricavi risulta che, mediamente, il 46% dei ricavi proviene da famiglie e turisti e il 36% da clientela d'affari; il 54% degli albergatori dichiara di avere una percentuale sui ricavi pari al 24% derivante da gruppi turistici.

Una discreta percentuale dei ricavi (30%) deriva dall'intermediazione delle agenzie turistiche per il 75% dei contribuenti.

I ricavi derivano in media per il 79% dalle camere, la percentuale più elevata riscontrata nell'analisi, coerentemente con il codice attività che per il 53,8% è relativo ad alberghi senza ristorante. Solo il 47% dei contribuenti dichiara di avere un'incidenza sui ricavi del 26% attribuibile all'attività di ristorazione.

Tra i servizi in camera si evidenziano la televisione via satellite (45%), il condizionatore (61%) e il frigobar (46%), mentre non emerge in modo significativo alcuna dotazione di servizi della struttura.

Cluster 7 - Motel

Numerosità: 566

Dall'analisi della classificazione della struttura emerge che questo cluster risulta composto prevalentemente da motel (59%) e da alberghi a due stelle (44%) con dimensione molto piccola pari a 19 camere.

Raramente presenti i metri quadri destinati a sale congressi ed intrattenimento. Ove presenti sale comuni risultano di medie dimensioni (80 mq circa); anche la struttura organizzativa del personale risulta di piccole dimensioni con complessivamente 2 dipendenti, sia a tempo pieno che a tempo parziale. Gli spazi dedicati alla somministrazione dei pasti, indicati solo dal 54% degli albergatori, risultano inferiori alla media (circa 110 mq).

La potenzialità locativa è bassa in relazione al modesto numero di camere: il periodo di apertura risulta uguale ad 8-9 mesi con un livello di stagionalità media (39%).

Il tasso di occupazione netto delle camere è medio/basso (36%).

Analizzando la composizione percentuale dei ricavi risulta che, in media, il 79% dei ricavi proviene da clientela familiare e turistica; solo per il 35% dei soggetti si ha un'incidenza sui ricavi, pari al 42%, dovuta alla clientela d'affari.

I ricavi derivano, in media, per il 69% dalle camere: solo per il 37% delle strutture si ha un'incidenza sui ricavi del 42% dovuta alla ristorazione.

I servizi in camera e quelli della struttura risultano inferiori alla media tranne che per il parcheggio presente nel 67% delle osservazioni.

Cluster 8 - Piccoli alberghi a tre stelle

Numerosità: 2.681

Dall'analisi della classificazione della struttura emerge che questo cluster risulta composto essenzialmente da alberghi a tre stelle (99%) con dimensione medio/piccola (32 camere).

Si rileva una presenza leggermente superiore alla media per i metri quadri destinati delle sale comuni.

Il personale addetto all'attività, sia a tempo pieno che a tempo parziale, risulta di 3 unità.

La potenzialità locativa è in linea con la media e il periodo di apertura risulta uguale a 7-8 mesi.

La presenza di stagionalità risulta elevata (57%).

Il tasso di occupazione netto delle camere è medio/basso (41%).

Analizzando la composizione percentuale dei ricavi risulta che il 91% dei ricavi proviene da clientela composta da famiglie e turisti.

I ricavi derivano in media per il 51% dalle camere: il 75% dei soggetti esaminati dichiara anche un 42% di ricavi dovuto ad attività di ristorazione.

I servizi in camera e quelli della struttura risultano inferiori od uguali alla media tranne che il parcheggio e le spiagge presenti rispettivamente nel 71% e nel 17% dei casi.

Cluster 9- Alberghi ad una stella

Numerosità: 2.736

Dall'analisi della classificazione della struttura emerge che questo cluster risulta composto prevalentemente da alberghi ad una stella (95%) di piccolissima dimensione con mediamente 15 camere.

Consistente la percentuale di strutture, all'interno di questo cluster, che dichiarano di possedere camere senza bagno (65%) e conseguente assenza di metri quadri destinati a sale. Anche gli spazi all'aperto ove presenti sono ridotti come, peraltro, gli spazi dedicati alla somministrazione dei pasti, mediamente piccoli e coerenti con la capacità locativa della struttura.

Si rileva la bassa presenza di personale dipendente (1 unità).

La potenzialità locativa è bassa mentre il periodo di apertura risulta uguale a 8 mesi con un livello di stagionalità del 41%.

Il tasso di occupazione netto delle camere è basso (33%).

Analizzando la composizione percentuale dei ricavi risulta che la quasi totalità dei ricavi (92%) deriva da famiglie e turisti.

I ricavi derivano in media per il 50% dalle camere: il 61% degli albergatori dichiara di avere anche un 48% derivante dalla ristorazione.

La classificazione ad una stella non contempla la presenza di servizi in camera e neanche di quelli della struttura che risultano pertanto tendenzialmente assenti.

Cluster 10- Alberghi a due stelle

Numerosità: 3.923

Questo risulta essere il cluster con numerosità più elevata ed è composto per la quasi totalità da alberghi a due stelle di piccolissima dimensione con 21

camere e pochi spazi destinati alle sale, agli spazi all'aperto e alla somministrazione dei pasti.

Si rileva la bassa presenza di personale dipendente (1 unità).

La potenzialità locativa è bassa e il periodo di apertura risulta uguale a 7-8 mesi.

La presenza di stagionalità è indicata nel 49% dei casi.

Il tasso di occupazione netto delle camere è basso (37%).

Analizzando la composizione percentuale dei ricavi risulta che il 92% dei ricavi proviene da famiglie e turisti.

I ricavi derivano mediamente per il 53% dalle camere: il 66% degli imprenditori dichiara anche un 43% dovuto all'attività di ristorazione.

La classificazione a due stelle, anche in questo caso, non impone al gestore l'offerta di servizi in camera o di servizi legati alla struttura che risultano pertanto tendenzialmente rari.

Cluster 11- Piccoli alberghi località montane

Numerosità: 844

Dall'analisi della classificazione della struttura emerge che questo cluster risulta composto prevalentemente da alberghi a tre stelle (72%) e da alberghi a quattro stelle (15%) con dimensione media di 31 camere, con presenza di sale comuni leggermente superiori alla media (circa 100 mq) e di spazi destinati a parchi e giardini. Gli spazi dedicati alla somministrazione dei pasti sono in linea con la media (circa 160 mq per coloro che li hanno indicati).

La struttura del personale risulta composta da 5 dipendenti.

La potenzialità locativa è media mentre il periodo di apertura risulta uguale a 8 mesi con un elevato livello di stagionalità (65%).

Il tasso di occupazione netto delle camere è alto (52%).

Analizzando la composizione percentuale dei ricavi risulta che l'88% dei ricavi proviene da famiglie e turisti.

I ricavi derivano in media per il 56% dalle camere: il 78% delle strutture ha un 34% dovuto alla ristorazione mentre il 73% degli albergatori dichiara anche un 9% dovuto al servizio bar.

I servizi presenti in camera sono la televisione (57%) e la cassaforte (69%).

Si rileva, all'interno della struttura, un'elevata presenza di servizi per il benessere fisico quali sauna (89%), piscina (57%) e palestra (40%); si sottolinea inoltre la presenza di cure termali (6%).

La tipologia dei servizi offerti dagli alberghi appartenenti a questo cluster fa presupporre una localizzazione in località montane o in zone termali. Tale ipotesi è avvalorata dall'analisi della localizzazione per provincia da cui è emerso che il 59% delle strutture di questo cluster si concentra nella provincia di Bolzano e il 15% nella provincia di Trento.

1.3 DEFINIZIONE DELLA FUNZIONE DI RICAVO

Una volta suddivise le imprese in gruppi omogenei è necessario determinare, per ciascun gruppo omogeneo, la funzione matematica che meglio si adatta all'andamento dei ricavi delle imprese appartenenti al gruppo in esame. Per determinare tale funzione si è ricorso alla *Regressione Multipla*³.

³ La Regressione Multipla è una tecnica statistica che permette di interpolare i dati con un modello statistico-matematico che descrive l'andamento della variabile dipendente in funzione di una serie di variabili indipendenti relativamente alla loro significatività statistica.

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

E’ opportuno rilevare che prima di definire il modello di regressione si è proceduto ad effettuare un’analisi sui dati delle imprese per verificare le condizioni di “normalità economica” nell’esercizio dell’attività e per scartare le imprese anomale; ciò si è reso necessario al fine di evitare possibili distorsioni nella determinazione della “funzione di ricavo”.

In particolare sono state escluse le imprese che presentano:

- (costo del venduto + costo per la produzione di servizi) negativo;
- costi e spese dichiarati nel quadro M superiori ai ricavi dichiarati.

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

- produttività per addetto = ricavi / [numero addetti⁴ * 1.000]

dove:

- numero addetti (ditte individuali) = 1 + numero dipendenti a tempo pieno + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero assunti con contratti di formazione e lavoro o a termine e lavoratori a domicilio + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell’impresa + numero collaboratori dell’impresa familiare e coniuge dell’azienda coniugale + numero associati in partecipazione che apportano lavoro

⁴ Le frequenze relative ai dipendenti sono state normalizzate all’anno in base alle giornate retribuite.

prevalentemente nell'impresa

- numero addetti (società) = Numero dipendenti a tempo pieno + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero assunti con contratti di formazione e lavoro o a termine e lavoratori a domicilio + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa + numero associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa + numero soci con occupazione prevalente nell'impresa + numero amministratori non soci

Per ogni gruppo omogeneo è stata calcolata la distribuzione ventile per l'indicatore precedentemente definito e poi sono state selezionate le imprese che presentavano valore dell'indicatore all'interno di un determinato intervallo per costituire il campione di riferimento.

Per tutti i cluster è stato utilizzato, per l'indicatore produttività per addetto, l'intervallo compreso fra l'estremo superiore del 6° ventile e l'estremo superiore del 19° ventile.

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

Per la determinazione della “funzione di ricavo” sono state utilizzate sia variabili contabili (quadro M del questionario) sia variabili strutturali. La scelta delle variabili significative è stata effettuata con il metodo stepwise.

Una volta selezionate le variabili, la determinazione della “funzione di ricavo” si è ottenuta applicando il metodo dei minimi quadrati generalizzati, che

consente di controllare l'eventuale presenza di variabilità legata a fattori dimensionali (eteroschedasticità).

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

Nella definizione della “funzione di ricavo” si è tenuto conto anche delle possibili differenze di risultati economici legate al luogo di svolgimento dell'attività.

A tale scopo si sono utilizzati i risultati di uno studio relativo alla “territorialità delle attività turistico-alberghiere⁵” che ha avuto come obiettivo la suddivisione del territorio nazionale in aree omogenee in rapporto alla:

- struttura dell'offerta ricettiva;
- dimensione dei flussi turistici;
- vocazione turistica.

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 “numero presenze”. Tali variabili hanno prodotto, ove le differenze territoriali non fossero state colte completamente nella Cluster Analysis, valori correttivi da applicare, nella stima del ricavo di riferimento, al coefficiente della variabile “numero presenze”.

Inoltre nella definizione della funzione di ricavo si è analizzato l'effetto dovuto a:

- caratteristiche di stagionalità;

⁵ I criteri e le conclusioni dello studio sono riportate nell'apposito Decreto Ministeriale.

- classificazione degli esercizi alberghieri secondo il numero di stelle;
- influenza della presenza o meno di servizio di ristorazione.

Le caratteristiche di stagionalità sono state colte ponderando alcune variabili in base ai giorni di apertura dell'esercizio⁶.

Tale ponderazione è stata applicata alle seguenti variabili:

- “valore dei beni strumentali”;
- “logaritmo in base 10 del valore dei beni strumentali”;
- “numero di collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale”;
- “numero dei soci con occupazione prevalente nell'impresa e numero degli associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa”.

La classificazione degli esercizi alberghieri secondo il numero di stelle è stata rappresentata con un insieme di variabili dummy ed è stata analizzata la loro interazione con la variabile “numero presenze”. L'utilizzo di tali variabili ha consentito di ottenere dei valori correttivi da applicare, nella stima del ricavo di riferimento, al coefficiente della variabile “numero presenze”.

Per cogliere l'influenza della presenza o meno di servizio di ristorazione è stata utilizzata una variabile dummy, relativa agli alberghi senza ristorante (codice attività 55.12.0), e ne è stata analizzata l'interazione con la variabile “costo del venduto + costo per la produzione di servizi”. L'utilizzo di tale variabile ha consentito di ottenere, nell'applicazione della funzione di ricavo, un valore correttivo per il coefficiente della variabile “costo del venduto + costo per la produzione di servizi” per gli operatori dell'attività 55.12.0.

⁶ Il fattore di ponderazione è pari al rapporto tra il numero di giorni di apertura dell'esercizio e 365.

Nell'allegato 1.A vengono riportate le variabili ed i coefficienti delle "funzioni di ricavo".

1. APPLICAZIONE DEGLI STUDI DI SETTORE ALL'UNIVERSO DEI CONTRIBUENTI

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

- *l'Analisi Discriminante*⁷;
- la stima del ricavo di riferimento.

Nell'allegato 1.B vengono riportate le variabili strutturali risultate significative nell'Analisi Discriminante.

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

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

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

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

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

ALLEGATO 1.A

Variabili e coefficienti delle funzioni di ricavo

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO
SG44U

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4
Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi	1,1261	1,0374	1,1211	1,0248
Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi per alberghi senza ristorante	0,5213		0,2569	
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	1,2712	1,5142	1,1534	1,5785
Spese per acquisti di servizi	1,1273	0,7226	0,8280	0,9264
Valore dei beni strumentali ponderato con il numero dei giorni di apertura	0,0802	0,0561	0,1050	0,0500
Logaritmo in base 10 del Valore dei beni strumentali ponderato con il numero dei giorni di apertura			5.872,4724	
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero) ponderato con il numero dei giorni di apertura			28.445,8277	
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero) ponderato con il numero dei giorni di apertura	43.477,4780		41.210,4040	67.991,3808
Numero presenze	15,2615	14,0393	22,1446	23,6423
Numero presenze alberghi ad una stella			-9,8539	
Numero presenze alberghi a due stelle			-7,6256	
Numero presenze alberghi a tre stelle				
Numero presenze alberghi fino a due stelle	-6,5560			
Numero presenze alberghi oltre tre stelle	4,9508	6,0471		

- Le variabili contabili vanno espresse in migliaia di lire.

- Il Costo del venduto viene calcolato come: Esistenze iniziali + acquisti di merci e materie prime – rimanenze finali.

- Il logaritmo in base 10 è calcolato per i soli valori maggiori di zero della variabile cui si riferisce.

CORRETTIVI TERRITORIALI DA APPLICARE AL COEFFICIENTE DEL “NUMERO PRESENZE”

SG44U

GRUPPO DELLA TERRITORIALITA' DELLE ATTIVITA' TURISTICO-ALBERGHIERE	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4
1) Aree prive di vocazione e/o funzione turistica				
2) Città d'arte di piccola dimensione				
3) Località con struttura ricettiva prevalentemente composta da seconde case				
4) Città caratterizzate da grandi flussi turistici non stagionali				
5) Città d'arte caratterizzate da grandi flussi turistici			6,2718	
6) Località balneari interessate da grandi flussi turistici, con struttura ricettiva prevalentemente composta da seconde case e da esercizi complementari				
7) Località balneari a bassa ricettività alberghiera e con flussi turistici non di massa				
8) Località montane ad elevata ricettività alberghiera				
9) Località balneari a ricettività alberghiera medio-alta				
10) Località con attrattiva esclusivamente archeologica				
11) Località montane e lacustri con media ricettività alberghiera				
12) Località balneari caratterizzate da flussi turistici di massa				

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO
SG44U

VARIABILI	CLUSTER 5	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8
Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi	1,0708	1,0257	1,2125	1,0483
Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi per alberghi senza ristorante	0,5328			
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	1,2527	1,3371	0,8816	1,2606
Spese per acquisti di servizi	1,0850	0,5308	0,6559	0,7898
Valore dei beni strumentali ponderato con il numero dei giorni di apertura	0,0662	0,0406	0,0979	0,0774
Logaritmo in base 10 del Valore dei beni strumentali ponderato con il numero dei giorni di apertura	6.682,9571		6.950,4829	7.488,2111
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero) ponderato con il numero dei giorni di apertura	36.497,1468	57.935,3105	23.736,3030	32.087,7377
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero) ponderato con il numero dei giorni di apertura	41.435,5179	66.675,6001	43.627,2748	46.478,3563
Numero presenze	9,9454	26,0773	16,6227	15,4618
Numero presenze alberghi ad una stella				
Numero presenze alberghi a due stelle				
Numero presenze alberghi a tre stelle	1,9988			
Numero presenze alberghi fino a due stelle		-9,0624		
Numero presenze alberghi oltre tre stelle	5,7553		10,2100	

- Le variabili contabili vanno espresse in migliaia di lire.

- Il Costo del venduto viene calcolato come: Esistenze iniziali + acquisti di merci e materie prime – rimanenze finali.

- Il logaritmo in base 10 è calcolato per i soli valori maggiori di zero della variabile cui si riferisce.

CORRETTIVI TERRITORIALI DA APPLICARE AL COEFFICIENTE DEL “NUMERO PRESENZE”

SG44U

GRUPPO DELLA TERRITORIALITA' DELLE ATTIVITA' TURISTICO-ALBERGHIERE	CLUSTER 5	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8
1) Aree prive di vocazione e/o funzione turistica				
2) Città d'arte di piccola dimensione				
3) Località con struttura ricettiva prevalentemente composta da seconde case				
4) Città caratterizzate da grandi flussi turistici non stagionali				
5) Città d'arte caratterizzate da grandi flussi turistici				6,7280
6) Località balneari interessate da grandi flussi turistici, con struttura ricettiva prevalentemente composta da seconde case e esercizi complementari				
7) Località balneari a bassa ricettività alberghiera e con flussi turistici non di massa	-1,5991			
8) Località montane ad elevata ricettività alberghiera	2,1320			5,2000
9) Località balneari a ricettività alberghiera medio-alta	-1,5991			
10) Località con attrattiva esclusivamente archeologica				
11) Località montane e lacustri con media ricettività alberghiera	2,1320			4,5770
12) Località balneari caratterizzate da flussi turistici di massa	-2,6385	-7,6385		

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO
SG44U

VARIABILI	CLUSTER 9	CLUSTER 10	CLUSTER 11
Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi	1,2552	1,1814	1,1307
Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi per alberghi senza ristorante		0,1327	
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	1,1604	1,1268	1,1771
Spese per acquisti di servizi	0,9023	0,8025	1,0979
Valore dei beni strumentali ponderato con il numero dei giorni di apertura	0,0395	0,0297	0,0671
Logaritmo in base 10 del Valore dei beni strumentali ponderato con il numero dei giorni di apertura	5.448,2273	7.588,1181	7.991,5429
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero) ponderato con il numero dei giorni di apertura	16.581,7702	22.833,0292	28.617,8053
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero) ponderato con il numero dei giorni di apertura	23.689,2060	42.104,0683	58.719,6661
Numero presenze	12,5894	13,5724	19,1496
Numero presenze alberghi ad una stella			
Numero presenze alberghi a due stelle			
Numero presenze alberghi a tre stelle			
Numero presenze alberghi fino a due stelle			
Numero presenze alberghi oltre tre stelle			11,2055

- Le variabili contabili vanno espresse in migliaia di lire.

- Il Costo del venduto viene calcolato come: Esistenze iniziali + acquisti di merci e materie prime – rimanenze finali

- Il logaritmo in base 10 è calcolato per i soli valori maggiori di zero della variabile cui si riferisce.

CORRETTIVI TERRITORIALI DA APPLICARE AL COEFFICIENTE DEL “NUMERO PRESENZE”

SG44U

GRUPPO DELLA TERRITORIALITA' DELLE ATTIVITA' TURISTICO-ALBERGHIERE	CLUSTER 9	CLUSTER 10	CLUSTER 11
1) Aree prive di vocazione e/o funzione turistiche			
2) Città d'arte di piccola dimensione			
3) Località con struttura ricettiva prevalentemente composta da seconde case			
4) Città caratterizzate da grandi flussi turistici non stagionali			
5) Città d'arte caratterizzate da grandi flussi turistici	2,0178	5,0476	
6) Località balneari interessate da grandi flussi turistici, con struttura ricettiva prevalentemente composta da seconde case e esercizi complementari			
7) Località balneari a bassa ricettività alberghiera e con flussi turistici non di massa			
8) Località montane ad elevata ricettività alberghiera	4,2802	2,7715	6,5910
9) Località balneari a ricettività alberghiera medio-alta			
10) Località con attrattiva esclusivamente archeologica			
11) Località montane e lacustri con media ricettività alberghiera	1,9011	1,7893	
12) Località balneari caratterizzate da flussi turistici di massa	-1,7944	-1,7439	

ALLEGATO 1.B

Variabili dell'analisi discriminante

Quadro A:

- Numero delle giornate retribuite per i dipendenti a tempo pieno
- Numero delle giornate retribuite per i dipendenti a tempo parziale
- Numero delle giornate retribuite per gli apprendisti
- Numero delle giornate retribuite per gli assunti con contratti di formazione e lavoro o a termine e lavoratori a domicilio
- Numero dei collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale
- Numero familiari diversi da quelli che prestano attività nell'impresa
- Numero dei soci con occupazione prevalente nell'impresa
- Numero dei soci diversi

Quadro B:

- Potenza installata (kw)
- Consumo di gas/metano (Mc)
- Consumo di gpl (Mc)
- Consumo di gasolio (Mc)
- Consumo di acqua (Mc)
- Numero arrivi
- Numero presenze
- Numero camere occupate
- Albergo
- Motel

- Classificazione (1 – una stella; 2 – due stelle; 3 – tre stelle; 4 – quattro stelle; 5 – cinque stelle; 6 – cinque stelle lusso)
- Numero camere con bagno
- Numero camere senza bagno
- Mq di sale riunioni e/o congressi
- Mq di locali di intrattenimento (discoteca, piano bar, ecc.)
- Mq di spazi destinati a sale comuni (sale TV, sala giochi, ecc.)
- Mq di spazi all'aperto (parchi, giardini, ecc.)
- Apertura stagionale
- Potenzialità locativa (numero camere disponibili per numero giorni di apertura)
- Mq di spazi interni ed esterni destinati alla somministrazione dei pasti

Quadro D:

- Numero autovetture
- Numero autoveicoli per trasporto promiscuo
- Numero autocarri
- Spese per servizi integrativi o sostitutivi dei mezzi propri

Quadro F:

- % Ricavi realizzati tramite intermediazione d'agenzia
- Servizi: % ricavi Camere (al lordo di breakfast)
- Servizi: % ricavi Ristorazione (cucina e cantina, coffee break, colazioni di lavoro, ecc.)
- Servizi: % ricavi Servizio bar (frigo bar, ecc.)

- Servizi: % ricavi Affitto sale
- Servizi in camera: Televisione via satellite
- Servizi in camera: PAY-TV
- Servizi in camera: Frigo bar
- Servizi in camera: Cassaforte
- Servizi in camera: Aria condizionata
- Servizi in camera: Vasca idromassaggio
- Altri servizi della struttura: Parrucchiere
- Altri servizi della struttura: Negozi
- Altri servizi della struttura: Piscina
- Altri servizi della struttura: Tennis
- Altri servizi della struttura: Palestra
- Altri servizi della struttura: Sauna
- Altri servizi della struttura: Cure termali
- Altri servizi della struttura: Spiaggia
- Altri servizi della struttura: Animazione
- Altri servizi della struttura: Parcheggio
- Altri servizi della struttura: Trasporto di persone con mezzi propri
- Tipologia della clientela: Clientela d'affari (% ricavi)
- Tipologia della clientela: Famiglie (% ricavi)
- Tipologia della clientela: Turisti (% ricavi)
- Tipologia della clientela: Gruppi aziendali (% ricavi)
- Tipologia della clientela: Gruppi turistici (% ricavi)