

ALLEGATO 6

Nota Tecnica e Metodologica

SG63U

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 è l'attività economica rispondente al codice ISTAT:

- 55.40.4 – Bar, caffè con intrattenimento e spettacolo.

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 SG63).

Il numero dei questionari inviati è stato pari a 1.677. I questionari restituiti sono stati 608, pari al 36,3% 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 138 questionari, pari al 22,7 % 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 (unità locali) non compilato;
- compilazione di più quadri B;
- non compilazione delle superfici dei locali destinati 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 ai servizi offerti (quadro F del questionario);
- quadro G del questionario (elementi specifici dell'attività) non compilato;
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia della clientela (quadro G 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 470.

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 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 quattro 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 dell'unità locale e beni strumentali;
- la tipologia di servizio offerto;
- la tipologia d'intrattenimento.

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

- bar tradizionali con modesto intrattenimento;
- snack-music-bar;

- dancing-bar;
- bar con somministrazione ed intrattenimento.

1.2 DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

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

Cluster 1 - Bar tradizionali con modesto intrattenimento

Numerosità 181

Il cluster comprende prevalentemente attività di medio piccole dimensioni poco strutturate con una tipologia d'offerta tendenzialmente tradizionale (solamente l'1% dichiara un'apertura esclusiva dopo le ore 18:00) in cui l'intrattenimento svolge un ruolo ausiliare a supporto dell'attività principale o un'offerta saltuaria e poco strutturata.

Il costo sostenuto per artisti ed intrattenimento, infatti, è di circa 7 volte inferiore alla media del settore, così come l'ammontare dei diritti di autore versati alla SIAE.

La superficie media destinata alla vendita si aggira sui 75 mq, con una capacità ricettiva interna di 36 posti a sedere (il 40% ha indicato anche la disponibilità di posti a sedere esterni).

Di conseguenza, i ricavi rilevati dal modello organizzativo derivano principalmente dall'erogazione di prodotti di caffetteria (27%), da bevande alcoliche ed analcoliche (42%), da pasticceria e gelati (14%) e prodotti gastronomici (10%), mentre i ricavi direttamente imputabili all'intrattenimento incidono in maniera irrilevante sul totale dei ricavi

(solamente il 23% dei soggetti appartenenti al cluster ha infatti indicato ricavi da intrattenimento per un valore medio del 13% del totale).

Coerentemente con il modello individuato, la percentuale dei ricavi derivanti da clientela attratta dallo spettacolo e/o turistica risulta molto inferiore alla media del settore (solamente il 38% degli appartenenti al cluster li ha indicati).

Gli addetti impiegati sono mediamente due. L'impiego di figure professionali specializzate risulta estremamente limitato: i barman sono presenti nel 41% dei casi, i camerieri ai tavoli nel 25% dei casi; assenti risultano, invece, i profili specifici dell'intrattenimento (tecnici luci/suoni, animatori).

La tipologia di intrattenimento proposta è principalmente costituita dall'offerta di musica riprodotta o dalla trasmissione video di eventi sportivi.

La dotazione media di beni strumentali utilizzati per l'erogazione del servizio principale evidenzia, rispetto agli altri cluster, una presenza consistente di beni strumentali collegati alla preparazione e all'esposizione dei prodotti di gelateria, quali: il montapanna, il bancone gelateria, le vaschette esposte.

Per quanto riguarda i beni strumentali utilizzati per l'erogazione dell'intrattenimento si rileva una dotazione coerente con la struttura descritta.

Cluster 2 – Snack–Music–Bar

Numerosità 123

Il cluster definito Snack-Music-Bar identifica una tipologia organizzativa di locale volta a soddisfare il bisogno della clientela d'impiegare il proprio tempo libero; l'80% circa degli appartenenti al cluster, infatti, dichiara un'apertura dopo le ore 18:00.

Le dimensioni delle attività comprese all'interno del cluster identificano aziende di medio-piccole dimensioni (circa 100 mq), con una capacità ricettiva di circa 60 posti a sedere interni.

In tale tipologia organizzativa è mediamente impiegato un numero di addetti pari a due; si rileva, mediamente, la presenza di un barman (indicato dal 61% circa dei soggetti), mentre sono tendenzialmente assenti i profili professionali specializzati nella gestione dei beni strumentali dedicati all'intrattenimento ed all'animazione; evidentemente la dimensione non giustifica tale inserimento per un ruolo spesso ricoperto dallo stesso gestore.

I ricavi medi del modello organizzativo, infatti, derivano principalmente dall'erogazione di bevande alcoliche ed analcoliche (72%), di prodotti gastronomici proposti in accompagnamento alle bevande (10%), mentre i ricavi direttamente imputabili all'intrattenimento incidono, mediamente, per l'8% circa (il 34% dei soggetti li ha indicati per un valor medio del 23%).

L'azienda si rivolge e serve principalmente un mercato locale di tipo residenziale, anche se circa la metà dei soggetti ha indicato, mediamente, che il 47% dei ricavi proviene da persone attratte dallo spettacolo offerto e/o presenti per motivi turistici.

L'intrattenimento offerto è principalmente costituito dall'esecuzione in pubblico di musica dal vivo (60% dei casi) e dalla diffusione di composizioni registrate su supporti audio e video (70% dei casi).

Il costo sostenuto per artisti ed intrattenimento è pari a circa la metà della media del settore, così come l'ammontare dei diritti di autore versati alla SIAE. Questo può essere giustificato da due principali motivazioni logiche: servendo un mercato locale, spesso queste attività concedono la possibilità di esibirsi a gruppi e/o artisti locali, oppure ingaggiano artisti sconosciuti al grande pubblico.

La presenza di un'area scenica (palco, anche se indicato solo dal 22% dei soggetti), la quasi assenza dell'area destinata a pista da ballo (indicata solamente dal 7% degli appartenenti al cluster) presuppongono o una fruizione passiva dell'evento (a sedere) o una compartecipazione del cliente in spazi non esclusivamente dedicati all'intrattenimento.

La dotazione di beni strumentali è coerente con l'offerta proposta; si rileva, infatti, la presenza dell'impianto stereo (87% circa dei casi), dell'impianto luci (48% circa dei casi) e di strumenti musicali (21% circa dei casi).

Cluster 3 – Dancing bar

Numerosità 89

Il cluster identificato evidenzia una tipologia organizzativa caratterizzata dalla presenza di un'area destinata a pista da ballo (l'84% circa dei soggetti detiene tale spazio), dalla percentuale dei ricavi derivanti dall'intrattenimento e dalla variabile dancing.

I soggetti compresi all'interno del cluster identificano aziende di medie-grandi dimensioni in media costituite da uno spazio interno dedicato alla vendita di circa 110 mq ed uno spazio dedicato all'intrattenimento in media superiore ai 200 mq. Il 28% dei soggetti ha dichiarato la disponibilità del camerino.

Il cluster evidenzia aziende con una consistente disponibilità di posti a sedere, doppia rispetto alla media del settore: 131 interni e 50 esterni (il 38% dei soggetti ha indicato mediamente 132 posti esterni).

L'importanza dell'intrattenimento è evidenziata, anche, dalla percentuale dei ricavi direttamente imputabili all'intrattenimento stesso (l'83% dei soggetti dichiara in media ricavi del 45% circa); la vendita di bevande ed alcolici, invece, contribuisce per il 46% circa.

Nel modello organizzativo trovano impiego circa quattro addetti; si rileva inoltre la presenza di figure specializzate quali: il barman (il 69% dei soggetti ne dichiara in media 2), il cameriere ai tavoli (il 58% dei soggetti ne dichiara in media 3), animatori/presentatori (il 48% dei soggetti ne dichiara in media 1).

La clientela è sostanzialmente costituita da persone attratte dallo spettacolo offerto e/o presente per motivi turistici (l'80% dei soggetti dichiara una percentuale di ricavi del 60%). Il 37% dei soggetti appartenenti al cluster, infatti, a differenza degli altri gruppi, evidenzia un'attività legata alla stagionalità.

L'intrattenimento offerto è principalmente costituito dalla modalità del dancing, indicato dal 66% dei soggetti, svolta sia con musica dal vivo (indicata nel 48% dei casi) sia con musica riprodotta (indicata nel 52% dei casi). Il 9% dei soggetti del cluster ha indicato di intrattenere il pubblico con spettacoli di cabaret.

Il costo sostenuto per artisti ed intrattenimento, così come l'ammontare dei diritti di autore versati alla SIAE, risulta, coerentemente al modello definito dal cluster, molto superiore alla media del settore (oltre le 3 volte).

La dotazione di beni strumentali riflette la maggior strutturazione dell'azienda; infatti, si rileva un'elevata presenza di impianti audio per la diffusione sonora (l'87% circa dei casi ha indicato impianto stereo), di impianto luci (89% circa dei casi) e di strumenti musicali (30% circa dei casi).

Cluster 4 - Bar con somministrazione ed intrattenimento

Numerosità 67

Il cluster dei bar con somministrazione ed intrattenimento è caratterizzato dall'integrazione nel portafoglio servizi offerti di una rilevante attività di somministrazione.

I ricavi del modello organizzativo derivano, principalmente, dall'erogazione di bevande alcoliche ed analcoliche (62% circa), di prodotti gastronomici (l'81% dei soggetti ne dichiara in media il 15% circa), di precotti (il 51% dei soggetti ne dichiara in media il 17% circa).

La percentuale di ricavi direttamente imputabili all'intrattenimento si attesta, in media, al 7% circa, anche se il 39% degli appartenenti al cluster ne dichiara il 17%.

I soggetti compresi all'interno del cluster identificano aziende di medie-grandi dimensioni costituite da uno spazio interno dedicato alla vendita di circa 240 mq ed uno spazio dedicato all'intrattenimento di circa 40 mq (il 61% dei soggetti appartenenti al cluster ne ha dichiarati in media 67 mq).

Rilevante anche lo spazio dedicato ed utilizzato a deposito (il 94% dei soggetti ha dichiarato in media 32 mq), a laboratorio (l'87% dei soggetti ha dichiarato in media 26 mq) e a camerino (il 24% dei soggetti ha dichiarato in media 14 mq).

Anche in questo cluster trovano impiego, mediamente, quattro addetti; si rileva, inoltre, come conseguenza dei servizi offerti, la presenza di figure specializzate quali: il barman (il 66% dei soggetti ne dichiara in media 2) ed il cameriere ai tavoli (il 69% dei soggetti ne dichiara in media 2).

La clientela di queste aziende è sostanzialmente costituita da persone abituali e residenti e da persone attratte dallo spettacolo offerto e/o presenti per motivi turistici, che contribuiscono rispettivamente per il 66% ed il 28% dei ricavi.

Il costo sostenuto per artisti ed intrattenimento risulta superiore alla media del settore, mentre si registra un dato inferiore per quanto riguarda l'ammontare dei diritti di autore versati alla SIAE.

L'intrattenimento offerto risulta vario e diversificato in quanto, malgrado si rilevi una forte offerta di musica riprodotta (79%) e di immagini video (31% circa), si riscontra un'analogia offerta di musica dal vivo (78% circa). L'intrattenimento comprende anche una discreta offerta, nettamente superiore rispetto agli altri modelli descritti, di: cabaret (16%), karaoke (22%) e trasmissione di eventi sportivi (51%). Il 43% degli appartenenti al cluster dichiara inoltre la presenza della zona adibita a palcoscenico.

La dotazione di beni strumentali è coerente con il livello di strutturazione espresso dai soggetti appartenenti al cluster.

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.

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).

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.

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) dichiarato negativo;
- costi e spese dichiarati nel quadro M superiori ai ricavi dichiarati.

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

- $\text{ricarico} = \text{ricavi} / (\text{costo del venduto} + \text{costo per la produzione di servizi})$

dove:

- $\text{costo del venduto} = \text{esistenze iniziali} + \text{acquisti di merci e materie prime} - \text{rimanenze finali}$

- $\text{produttività per addetto} = \text{ricavi} / [\text{numero addetti}^4 * 1.000]$

dove:

- $\text{numero addetti (ditte individuali)} = 1 + \text{numero dipendenti a tempo pieno} + \text{numero dipendenti a tempo parziale} + \text{numero apprendisti} + \text{numero assunti con contratti di formazione e lavoro o a termine e lavoratori a domicilio} + \text{numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa} + \text{numero}$

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

collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale + numero associati in partecipazione che apportano lavoro 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 lavoranti 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

- rotazione del magazzino = (costo del venduto + costo per la produzione di servizi) / giacenza media del magazzino

dove:

- giacenza media = (esistenze iniziali + rimanenze finali) / 2

Per ogni gruppo omogeneo è stata calcolata la distribuzione ventile di ciascuno degli indicatori precedentemente definiti e poi sono state selezionate le imprese che presentavano valori degli indicatori contemporaneamente all'interno di un determinato intervallo per costituire il campione di riferimento.

Per l'indicatore ricarica, per il cluster 1, è stato utilizzato l'intervallo compreso tra l'estremo superiore del 4° ventile e l'estremo superiore del 20°.

Per l'indicatore ricarica, per il cluster 2, è stato utilizzato l'intervallo compreso tra l'estremo superiore del 4° ventile e l'estremo superiore del 19°.

Per l'indicatore ricarica, per il cluster 3, è stato utilizzato l'intervallo compreso tra l'estremo superiore del 3° ventile e l'estremo superiore del 19°.

Per l'indicatore ricarica, per il cluster 4, è stato utilizzato l'intervallo compreso tra l'estremo superiore del 3° ventile e l'estremo superiore del 20°.

Per l'indicatore produttività per addetto, per il cluster 1 ed il cluster 2, è stato utilizzato l'intervallo compreso tra l'estremo superiore del 4° ventile e l'estremo superiore del 19°.

Per l'indicatore produttività per addetto, per il cluster 3 ed il cluster 4, è stato utilizzato l'intervallo compreso tra l'estremo superiore del 3° ventile e l'estremo superiore del 19°.

Per l'indicatore rotazione del magazzino, per il cluster 1 ed il cluster 2, è stato utilizzato l'intervallo compreso tra l'estremo superiore del 4° ventile e l'estremo superiore del 19°.

Per l'indicatore rotazione del magazzino, per il cluster 3, è stato utilizzato l'intervallo compreso tra l'estremo superiore del 3° ventile e l'estremo superiore del 19°.

Per l'indicatore rotazione del magazzino, per il cluster 4, è stato utilizzato l'intervallo compreso tra l'estremo superiore del 2° ventile e l'estremo superiore del 19°.

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).

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

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

A tale scopo si sono utilizzati i risultati di uno studio relativo alla “territorialità del commercio”⁵ 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.

Sono state pertanto impiegate, nella funzione di regressione, variabili dummy applicate al “costo del venduto + costo per la produzione di servizi” per la territorialità del commercio. Tali variabili hanno prodotto, ove le differenze

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

territoriali non fossero state colte completamente nella Cluster Analysis, valori correttivi da applicare al coefficiente del “costo del venduto + costo per la produzione di servizi” nella definizione della funzione di ricavo.

Nell'allegato 6.A vengono riportate le variabili ed i rispettivi coefficienti della “funzione di ricavo”.

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

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

- l'*Analisi Discriminante*⁶;
- la stima del ricavo di riferimento.

Nell'allegato 6.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

⁶ 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.

stesso e le variabili dell'impresa, ponderata con le relative probabilità di appartenenza.

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

ALLEGATO 6.A

Variabili e coefficienti della funzione di ricavo

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO
SG63U

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4
Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi	1,5993	2,0892	1,9892	1,4509
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	0,8869	0,5819	0,9530	0,7334
Valore dei beni strumentali	0,1051	-	0,1699	-
Spese per acquisti di servizi	1,1310	1,1944	1,0487	2,2591
Logaritmo in base 10 del Valore dei beni strumentali	-	-	-	5.745,4796

CORRETTIVI TERRITORIALI DA APPLICARE AL COEFFICIENTE DEL (COSTO DEL VENDUTO + COSTO PER LA PRODUZIONE DI SERVIZI)

GRUPPO DELLA TERRITORIALITA' DEL COMMERCIO	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4
1) Aree con livelli di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale	-	-0,4303	-	-
2) Aree con elevata dotazione di servizi commerciali specialmente tradizionali; livello di benessere medio	-	-	-	-
3) Aree ad alto livello di benessere, con un tessuto produttivo industriale e una rete commerciale prevalentemente tradizionale	-	-	-	-
4) Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale	-	-0,4303	-	-
5) Aree con benessere molto elevato, in aree urbane e metropolitane fortemente terziarizzate e sviluppate, con una rete distributiva molto evoluta	-	-	-	-
6) Aree di medio-piccole dimensioni con una marcata presenza di grandi superfici commerciali, con alto livello di benessere e un sistema economico-produttivo evoluto	-	-	-	-
7) Aree con livello medio di benessere, con un sistema produttivo prevalentemente industriale e con una rete distributiva poco modernizzata	-	-0,4303	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in migliaia di lire.

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

ALLEGATO 6.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 soci con occupazione prevalente nell'impresa

Quadro B:

- Mq spazi interni destinati alla vendita ed alla somministrazione (a disposizione del pubblico)
- Mq spazi destinati a deposito (retrobottega, magazzino)
- Mq spazi destinati alla preparazione (cucina/ laboratorio)
- Mq spazi destinati esclusivamente all'intrattenimento e spettacolo
- Mq spazi destinati a camerino
- Orario di apertura: oltre le 14 ore
- Solo apertura serale dalle 18:00 in poi

Quadro F:

- Servizi offerti: caffetteria e lieviti (percentuale sui ricavi)
- Servizi offerti: gelateria (percentuale sui ricavi)
- Servizi offerti: intrattenimento e spettacolo (percentuale sui ricavi)
- Tipologia d'intrattenimento: musica dal vivo
- Tipologia d'intrattenimento: dancing

- Tipologia d'intrattenimento: video bar
- Tipologia d'intrattenimento: musica riprodotta (video, nastri, CD, ecc.)
- Tipologia d'intrattenimento: disco bar
- Tipologia d'intrattenimento: trasmissione di eventi sportivi e musicali

Quadro G:

- Posti a sedere interni (numero)
- Posti a sedere esterni (numero)
- Animatore/presentatore/disc-jockey (numero)
- Costo sostenuto per prestazioni di artisti ed intrattenitori
- Diritti di autore versati alla SIAE

Quadro I:

- Impianto luci
- Pista da ballo
- Video/televisori/monitor (numero)
- Schermi (numero)