

ALLEGATO 3

Nota Tecnica e Metodologica

SG65U

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:

- 55.23.4 – Affittacamere per brevi soggiorni, case per vacanze;
- 55.23.6 – Altri esercizi alberghieri complementari (compresi i residences).

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 SG65).

Il numero dei questionari inviati è stato pari a 6.134, di cui 4.642 relativi al codice 55.23.4 e 1.192 relativi al codice 55.23.6.

I questionari restituiti sono stati 3.896 (rispettivamente 3.279 e 617 per i due codici), pari al 63,5% 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 1.126 questionari, pari al 28,9% 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 2.770.

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 cinque 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 ed ampiezza della struttura;
- la tipologia della clientela (distinguendo quella d'affari da quella per vacanze);
- i servizi offerti.

1.2 DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

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

Cluster 1 - Strutture ricettive di grandi dimensioni

Numerosità: 84

Il cluster è caratterizzato da imprese che soddisfano principalmente il bisogno ricettivo di alloggio in strutture ed organizzazioni di medie e grandi dimensioni.

La maggioranza (54%) dei soggetti dichiara di svolgere l'attività di "residenza turistico alberghiera" (in particolare il 39% circa sono attività ricettive classificate a 3 e 4 stelle), il 24% si classifica come attività di "case per vacanze" mentre la restante percentuale prevalentemente dichiara di svolgere l'attività di "affittacamere".

I ricavi medi direttamente imputabili a camere o unità abitative ammontano al 92% del totale; da osservare che circa il 39% dei soggetti dichiara di ottenere ricavi, pari al 37%, derivanti da contratti stipulati con agenzia.

Il 73% dei soggetti opera nel Nord d'Italia, prevalentemente in aree geografiche a vocazione turistica marina o montana. Inoltre il 65% delle attività sono localizzate in comuni fino a 30.000 abitanti, mentre il 19% circa in comuni con oltre 500.000 abitanti.

Il periodo medio di apertura risulta pari a 297 giorni, equivalenti a circa 10 mesi di attività durante la quale i soggetti compresi nel cluster dichiarano in media 720 arrivi ed un numero medio di presenze pari a circa 6.800 unità, a conferma di un'attività ricettiva molto superiore alle medie espresse dal settore. La permanenza media risulta circa 9 giorni, superiore quindi di due giorni rispetto alla media del settore.

Il cluster comprende organizzazioni ricettive mediamente più strutturate rispetto agli altri cluster evidenziati dallo studio; l'81% delle attività sono organizzate in forma societaria (in particolare 49% in società di persone e 32% in società di capitale).

I soggetti del cluster oltre ad avere una dimensione media notevolmente superiore alla media del settore, sono caratterizzati anche dalla presenza e dalla disponibilità di ampi spazi dedicati alla ricezione clienti e all'amministrazione (il 60% dei soggetti ne detiene in media 52 metri quadri) e sale comuni (il 46% dei soggetti ne detiene circa 70 metri quadri).

Nella gestione dell'attività sono coinvolte mediamente 3 risorse (il 76% dei soggetti dichiara di avere uno o due dipendenti). In particolare il 65% delle attività comprese nel cluster dichiara di dedicare un addetto all'attività di ricezione clienti ed amministrazione, il 70% dei soggetti dedica due addetti al servizio di riassetto camere/unità abitative mentre solo il 7% ha in media due addetti con mansioni tecniche relative alla manutenzione delle strutture.

Il servizio ricettivo è fornito principalmente in unità abitative di tipologia bilocale (offerto dal 74% circa dei soggetti) e monolocale (offerto dal 63% circa dei soggetti).

La dotazione dei servizi in camera evidenzia un livello di servizio superiore al livello medio espresso dal settore, infatti: il televisore è offerto dal 71% dei soggetti ed è presente nel 90% delle camere/unità abitative, il frigobar è offerto dal 30% dei soggetti ed è presente nel 97% delle camere/unità abitative, il telefono è offerto dall'82% dei soggetti ed è presente nel 97% delle camere/unità abitative mentre l'aria condizionata è offerta dal 18% dei soggetti ed è presente nel 86% delle camere/unità abitative.

Solamente il 36% degli esercizi del cluster dichiara di svolgere il servizio di pulizia in camera una volta al giorno, mentre il 54% circa effettua il cambio

delle lenzuola una volta alla settimana. Infine, il 37% dei soggetti dichiara di sostenere spese per servizi esterni di pulizia per un importo pari a circa 22 milioni, cifra tre volte superiore alla media espressa dal settore.

Malgrado il 79% dei soggetti dichiara di ottenere ricavi da “clientela per vacanze” pari all’80% del totale ed il 37% dichiara ricavi medi per un 40% provenienti da “altra clientela”, il cluster si caratterizza per l’alta percentuale, rispetto alla media del settore, di ricavi medi derivanti dalla “clientela d’affari” (in particolare il 43% dei soggetti ne dichiara in media il 53%).

Rilevante, rispetto agli altri cluster individuati, la percentuale dei ricavi conseguiti dai periodi di permanenza della clientela più lunghi; in particolare il 70% dei soggetti dichiara che in media il 41% dei ricavi proviene da clientela con permanenza da 7 giorni a un mese ed il 54% dei soggetti che in media il 45% dei ricavi proviene da clientela con permanenza oltre un mese.

Cluster 2 - Affittacamere di piccole dimensioni (con servizio di vitto)

Numerosità: 1.470

Gli appartenenti al cluster sono attività volte principalmente all’erogazione di un servizio ricettivo d’alloggio fornito in camere al quale è abbinata la possibilità di usufruire di un eventuale ed ulteriore servizio di vitto.

I ricavi medi, direttamente imputabili all’attività di “affittacamere”, ammontano all’84% del totale; contemporaneamente occorre far rilevare che il 28% dei soggetti dichiara di ottenere dal servizio di vitto il 37% circa dei ricavi.

La quasi totalità dei soggetti (il 97% dei casi analizzati) dichiara di svolgere l’attività di “affittacamere” (in particolare il 62% circa dichiara di svolgere l’attività in immobili di 3° e 4° categoria).

L'87% dei soggetti opera nel Nord d'Italia (prevalentemente in aree geografiche a vocazione turistica montana), il 67% delle attività sono localizzate in comuni fino a 5.000 abitanti. Rilevante l'alta concentrazione di tali esercizi nella sola provincia di Bolzano (il 77%).

Il periodo medio di apertura risulta pari a 241 giorni all'anno equivalenti a circa 8 mesi, durante i quali le imprese dichiarano in media 142 arrivi ed un numero medio di presenze pari a circa 860 unità. Questi valori confrontati con i rispettivi degli altri cluster individuati, risultano i più bassi e di gran lunga inferiori alle medie del settore, a conferma della modesta dimensione della struttura. La permanenza media risulta pari a circa 6 giorni, inferiore di un giorno alla media del settore.

Si evidenzia per i soggetti appartenenti a questo cluster una struttura molto semplice: la quasi totalità delle attività (il 98%) sono organizzate in forma di ditta individuale, solamente un residuale 2% dei soggetti è organizzato in forma di società di persone.

A conferma della semplicità organizzativa adottata, l'attività è mediamente gestita da un unico addetto, lo stesso titolare. La tipologia organizzativa in economia giustifica l'assenza di ulteriori profili professionali dedicati all'erogazione di servizi accessori specifici, solamente il 15% circa dei soggetti dichiara di avere in media un addetto dedicato al riassetto e pulizia delle camere. L'assenza del cuoco evidenzia che il servizio di vitto è probabilmente effettuato direttamente dallo stesso titolare.

Il servizio ricettivo è principalmente erogato attraverso l'affitto di camere per il 77% dei soggetti, anche se il 30% degli esercizi dichiara di offrire unità abitative di tipologia bilocale.

La dotazione dei servizi accessori in camera evidenzia un livello di servizio medio basso, infatti, il televisore in camera è offerto solamente dal 5% dei

soggetti, il frigo bar è offerto dal 4%, mentre risulta insignificante la presenza percentuale del telefono.

Il 56% dei soggetti dichiara di svolgere la pulizia delle camere una volta al giorno, il 30% effettua la pulizia solo al cambio cliente, mentre il 71% delle attività effettua il cambio delle lenzuola una volta a settimana.

Il 96% dei soggetti dichiara di ottenere in media il 98% dei ricavi dalla “clientela per vacanze” mentre solamente il 4% circa delle attività ottiene ricavi medi pari al 12% del totale dalla “clientela per affari”.

La clientela di tali esercizi prevalentemente effettua una permanenza di non oltre i 7 giorni anche se non sono rari soggiorni più lunghi. In particolare il 69% dei soggetti dichiara di ottenere mediamente il 30% dei ricavi da clientela che soggiorna fino a 3 giorni, il 92% dei soggetti il 57% dei ricavi da clientela con permanenza dai 3 ai 7 giorni ed il 66% dei soggetti il 36% dei ricavi da clientela con permanenza oltre i 7 giorni e fino ad un mese.

Cluster 3 - Case per vacanze

Numerosità: 335

Il cluster è caratterizzato da attività che soddisfano principalmente un bisogno di affitto di “case per vacanze” per brevi periodi.

I soggetti appartenenti al cluster dichiarano ricavi medi direttamente imputabili a tale attività per il 93% del totale.

L’85% dei soggetti, infatti, dichiara di svolgere l’attività di affitto di “case per vacanze”; mentre una parte residuale di soggetti, circa l’8%, dichiara di svolgere l’attività ricettiva in forma di “residenza turistico alberghiera”.

Il 66% dei soggetti opera nel Nord d’Italia (prevalentemente in aree geografiche a vocazione turistica marina e montana) e la quasi totalità (il 93%) delle attività sono localizzate in comuni fino a 30.000 abitanti.

L'attività di affitto di "case per vacanze" è principalmente stagionale. Il periodo medio di apertura risulta pari a 228 giorni all'anno equivalenti a meno di 8 mesi. I soggetti appartenenti al cluster dichiarano in media 227 arrivi ed un numero medio di presenze pari a circa 2.100 unità. La permanenza risulta quindi mediamente 9 giorni, superiore di due giorni rispetto alla media espressa dal settore.

L'organizzazione delle attività predisposte all'erogazione del servizio si presenta relativamente semplice, infatti, il 65% degli appartenenti al cluster è organizzato in forma di ditta individuale, il 27% come società di persone e l'8% come società di capitale.

Nella gestione dell'attività è mediamente coinvolta un'unica risorsa, generalmente il titolare stesso. Solo il 15% dei soggetti dichiara la presenza di un dipendente, generalmente a tempo parziale. La tipologia di servizio, limitato all'erogazione del servizio di affitto, giustifica l'assenza di profili professionali dedicati all'erogazione ulteriori servizi accessori specifici. Le attività maggiormente strutturate, hanno addetti interni con mansioni di amministrazione e ricezione clienti (il 16% circa ne dichiara in media 1) ed addetti dedicati al riassetto delle unità abitative (il 26% circa ne dichiara in media 1).

Il servizio ricettivo delle imprese del cluster "case per vacanze" è prevalentemente erogato in unità abitative di tipologia bilocale (offerto dal 75% circa dei soggetti), ed unità abitative di tipologia trilocale/quadrilocale (offerto dal 64% circa dei soggetti).

La dotazione media dei servizi in camera evidenzia un livello di servizio medio basso, infatti: il televisore è offerto dal 22% dei soggetti ed è presente nel 90% delle camere/unità abitative, il telefono è offerto dal 17% dei soggetti ed è presente nel 96% delle camere/unità abitative mentre il frigobar è offerto

solamente dall'8% dei soggetti ed è presente nel 97% delle camere/unità abitative.

Il 65% circa dei soggetti dichiara, coerentemente alla tipologia di servizio offerto, di svolgere la pulizia delle unità abitative solo al cambio cliente, ed il 18% dichiara di svolgere tale servizio una volta alla settimana.

Coerentemente alla tipologia di attività, i soggetti appartenenti al cluster dichiarano che la quasi totalità dei ricavi (in media il 95%) proviene dalla clientela con l'esigenza di alloggio per trascorrere le vacanze. Da rilevare che il 5% delle imprese del cluster dichiara che l'84% del totale dei ricavi deriva in particolare da "gruppi vacanze" convenzionati.

Coerentemente al servizio offerto, la quasi totalità dei ricavi deriva dalla clientela con permanenza dai 3 a 7 giorni (in media 45%) e da clientela con permanenza da 7 giorni ad un mese (in media 43%).

Cluster 4 - Affittacamere e locande di medio-basso livello

Numerosità: 430

Gli appartenenti al cluster esercitano attività volte all'erogazione di un servizio d'alloggio di medio-basso livello con la possibilità di ristoro (vitto), rivolto ad una clientela che può domandare periodi di permanenza anche prolungati.

Il modello organizzativo si caratterizza, infatti, per l'elevata percentuale di ricavi (in media pari al 52% del totale) derivanti da clienti con "permanenze fino ed oltre un mese".

I soggetti del cluster dichiarano che i ricavi medi provenienti dall'affitto di camere/unità abitative contribuiscono per l'85% del totale dei ricavi, anche se il 18% dei soggetti dichiara ricavi, pari al 42% del totale, derivanti da "fornitura di vitto".

L'88% dei rispondenti dichiara di svolgere attività di "affittacamere" (in particolare il 59% circa dichiara di svolgere l'attività in immobili di 3° e 4° categoria); mentre il 6% circa dichiara di svolgere l'attività con la modalità di "locanda".

Il 60% dei soggetti opera nel Nord d'Italia (in località geografiche a vocazione turistica oppure in località dove la clientela potrebbe richiedere il servizio di pernottamento per esigenze diverse dal turismo). Le attività del cluster rappresentano un modello organizzativo trasversale alla dimensione della località di insediamento, non si registrano, infatti, particolari concentrazioni in relazione all'ampiezza del comune in cui opera la struttura.

Queste imprese, a prescindere da un'elevata concentrazione registrata nella provincia di Bolzano (23%), sono principalmente localizzate in località in cui per diverse ragioni (studio, lavoro, salute, ecc.) può manifestarsi per la clientela la necessità di un servizio ricettivo più economico per periodi anche prolungati.

In media i soggetti appartenenti al cluster hanno un periodo di apertura più ampio rispetto alla media espressa dal settore pari a 281 giorni all'anno, equivalenti a poco più di 9 mesi. Durante il periodo di attività i soggetti dichiarano in media 190 arrivi ed un numero medio di presenze di circa 1.300 unità, per una permanenza media di circa 7 giorni, in linea con la media del settore.

L'organizzazione predisposta all'erogazione del servizio si presenta relativamente semplice, infatti, il 93% dei soggetti appartenenti al cluster è organizzato come ditta individuale e l'attività è mediamente gestita da un unico addetto, lo stesso titolare.

La tipologia di servizio non giustifica la presenza di ulteriori e specifici profili professionali; solamente le attività maggiormente strutturate, hanno risorse

interne dedicate al riassetto delle unità abitative (il 28% degli appartenenti al cluster ne dichiara in media 1). L'assenza di un addetto con mansioni di cuoco (anche se il 17% dei soggetti dichiara mediamente 38 metri quadrati dedicati al servizio di ristorazione), è molto probabilmente giustificata dall'eventualità che il servizio di vitto sia svolto direttamente dal gestore dell'attività.

Le caratteristiche strutturali degli immobili in cui è erogato il servizio, l'elevata percentuale di camere offerte senza bagno di pertinenza esclusiva ed infine l'alta percentuale di bagni comuni (il 79% dei soggetti ne dichiara in media 2) evidenziano un medio-basso livello di servizio.

Coerentemente con la tipologia organizzativa, anche la dotazione di servizi in camera presenta percentuali irrilevanti, infatti, il televisore, il frigobar, il telefono sono offerti ognuno da meno del 3% degli esercizi.

Confrontando questo modello organizzativo con gli altri di questo studio emerge che gli esercizi ad esso appartenenti realizzano mediamente la più bassa percentuale di ricavi provenienti dalla "clientela per vacanze". Infatti, la tipologia "altra clientela" risulta la più compilata: il 59% dei soggetti dichiara ricavi pari all'85% del totale.

Cluster 5 - Affittacamere ed altri esercizi di medio-alto livello

Numerosità: 333

I soggetti appartenenti al cluster svolgono prevalentemente attività volte all'erogazione di un servizio ricettivo di medio-alto livello, offerto in strutture immobiliari in cui possono essere presenti differenti tipologie di locali non caratterizzati dall'essere esclusivamente camere o unità abitative autonome.

Il cluster, infatti, è prevalentemente costituito per il 71% circa da soggetti che svolgono l'attività di "affittacamere" (in particolare il 52% circa dichiara di svolgere tale attività in immobili di 1° e 2° categoria) e per il 19% circa da

soggetti che svolgono l'attività di "residenza turistico alberghiera" effettuata prevalentemente in strutture qualificate a 3 e 4 stelle.

Il servizio ricettivo è erogato prevalentemente attraverso l'affitto di camere (nel 48% dei casi), monolocali (nel 32% dei casi) e bilocali (nel 54% dei casi).

I ricavi medi dichiarati dai soggetti direttamente imputabili all'attività ricettiva risultano pari al 91% circa dei ricavi totali.

Per quanto riguarda la distribuzione sul territorio, si osserva che l'84% dei soggetti opera nel Nord d'Italia (molti in aree geografiche a vocazione turistica montana) ed il 67% delle attività sono localizzate in comuni fino a 5.000 abitanti (la percentuale sale al 91% se si considerano i comuni fino a 30.000 abitanti). Anche in questo cluster si registra una alta concentrazione (pari al 72%) di esercizi nella provincia di Bolzano.

L'attività è principalmente svolta in forma stagionale, il periodo medio di apertura è di 262 giorni all'anno equivalenti a circa 9 mesi, periodo in cui i soggetti appartenenti al cluster dichiarano in media circa 243 arrivi ed un numero medio di presenze pari a circa 1.780 unità. La permanenza media risulta pari a 7 giorni, in linea con la media espressa dal settore.

L'organizzazione predisposta all'erogazione del servizio si presenta poco strutturata, infatti, l'81% degli appartenenti al cluster è organizzato sotto forma di ditta individuale (solamente il 17% circa dei soggetti si è costituito in forma di società di persone). Mediamente l'attività è gestita da un unico addetto, lo stesso titolare raramente coadiuvato da un dipendente (16% dei casi) o da un collaboratore familiare (7% dei casi).

Anche in questo cluster si evidenzia la mancanza di profili professionali dedicati all'erogazione di particolari servizi accessori, infatti, solamente il

24% circa dei soggetti dichiara di avere un addetto con mansioni di riassetto delle camere/unità abitative.

Le imprese del cluster sono caratterizzate da un livello di servizi in camera ed accessori medio alto, più qualificato rispetto al livello di servizi espressi dalla media del settore. Il 71% dei soggetti, infatti, dichiara di offrire il televisore nel 94% delle camere/unità abitative, il 27% dichiara di offrire il frigobar nel 97% delle camere/unità abitative, il 53% dichiara di detenere il telefono nel 95% delle camere/unità abitative ed infine il 7% dichiara di offrire l'aria condizionata nell'88% delle camere/unità abitative.

Il superiore livello di servizio espresso è ulteriormente evidenziato da una maggiore percentuale di camere dotate di bagno con pertinenza esclusiva rispetto la media del settore (in particolare il 47% dei soggetti dichiara di avere in media 7 camere con bagno).

I soggetti appartenenti al cluster dichiarano che mediamente l'89% dei ricavi deriva dalla "clientela per vacanze" (in particolare il 94% dei soggetti ne dichiara in media il 95%), mentre il rimanente dei ricavi è originato in misura quasi equivalente tra "clientela per affari" e "altra clientela".

La tipologia organizzativa rivolge principalmente il proprio servizio ad una clientela con esigenze di alloggio relative al breve periodo. In media, infatti, il 71% dei ricavi deriva principalmente da clientela con permanenza fino a 7 giorni, anche se il 71% dei soggetti dichiara ricavi medi pari al 33% circa derivanti da una permanenza da 7 giorni ad un mese.

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).

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 = $\text{ricavi} / [\text{numero addetti}^4 * 1000]$
- ricavo medio per presenza = $\text{ricavi} / \text{numero presenze}$

dove:

- $\text{numero addetti} = 1 + \text{numero dipendenti a tempo pieno} + \text{numero}$

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.

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

- (ditte individuali) 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 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.

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 produttività per addetto sono stati scelti i seguenti intervalli:

- dall'estremo superiore del 2° ventile all'estremo superiore del 18° ventile, per il cluster 1;
- dall'estremo superiore del 4° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per i cluster 2 e 4;
- dall'estremo superiore del 3° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per i cluster 3 e 5.

Per l'indicatore ricavo medio per presenza sono stati scelti i seguenti intervalli:

- dall'estremo superiore del 1° ventile all'estremo superiore del 18° ventile, per i cluster 1, 3 e 5;
- dall'estremo superiore del 1° ventile all'estremo superiore del 19° ventile, per il cluster 2;
- dall'estremo superiore del 1° ventile all'estremo superiore del 16° ventile, per il cluster 4.

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”.

Considerando che il settore in esame presenta una caratteristica di stagionalità elevata, per poter cogliere nella funzione di ricavo tale aspetto alcune variabili sono state ponderate in base ai giorni di apertura dell'esercizio⁶.

Tale ponderazione è stata applicata alle seguenti variabili:

- “valore dei beni strumentali”;

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

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

- “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”.

Nell’allegato 3.A vengono riportate le variabili ed i rispettivi 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 3.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.

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.

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

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

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

ALLEGATO 3.A

Variabili e coefficienti delle funzioni di ricavo

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

SG65U

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5
Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi	1,0281	1,1967	1,4634	1,4358	1,1775
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	1,8244	0,7055	0,5873	1,0752	1,0733
Spese per acquisti di servizi	1,5369	0,6737	1,3929	0,7305	0,9245
Valore dei beni strumentali ponderato con il numero dei giorni di apertura	0,1700	0,0750	0,0480	0,0569	0,0496
Logaritmo in base 10 del Valore dei beni strumentali ponderato con il numero dei giorni di apertura		656,7133	3.919,1585	2.102,1928	1.164,7454
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero) ponderato con il numero dei giorni di apertura			19.676,6413	14.273,4608	13.428,5947
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero) ponderato con il numero dei giorni di apertura		22.044,0318	19.927,5200	23.411,1161	18.314,8009
Numero presenze	11,5922	16,6007	10,7507	8,5610	18,6142

- 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”

SG65U

GRUPPO DELLA TERRITORIALITA' DELLE ATTIVITA' TURISTICO-ALBERGHIERE	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5
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				3,8827	8,9651
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		5,5776		4,6323	
8) Località montane ad elevata ricettività alberghiera	7,4422	1,5498	5,8179	4,6548	3,3236
9) Località balneari a ricettività alberghiera medio-alta		5,5776	6,5520	4,6323	6,1940
10) Località con attrattiva esclusivamente archeologica					
11) Località montane e lacustri con media ricettività alberghiera	7,4422		2,8011	3,1933	2,3578
12) Località balneari caratterizzate da flussi turistici di massa					

ALLEGATO 3.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 associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa
- Numero associati in partecipazione diversi
- Numero dei soci con occupazione prevalente nell'impresa
- Numero dei soci diversi
- Numero amministratori non soci

Quadro B:

- Potenza installata (kw)
- Consumo di gasolio (Mc)
- Consumo di acqua (Mc)
- Numero presenze
- Numero camere/unità abitative occupate

- Tipologia della struttura ricettiva: (1) = Affittacamere; (2) = Case per vacanze; (3) = Residenza Turistico Alberghiera; (4) = Villaggio Albergo; (5) = Locanda
- Classificazione (1 = due stelle; 2 = tre stelle; 3 = quattro stelle)
- Classificazione (A = prima categoria; B = seconda categoria; C = terza categoria; D = quarta categoria)
- Numero camere con bagno
- Numero camere senza bagno
- Numero monolocali con bagno
- Numero monolocali senza bagno
- Numero bilocali con bagno
- Numero bilocali senza bagno
- Numero trilocali con bagno
- Numero trilocali senza bagno
- Numero quadrilocali ed oltre con bagno
- Numero quadrilocali ed oltre senza bagno
- Numero bagni comuni di stretta pertinenza delle camere/unità abitative
- Area ricezione e servizi amministrativi (solo per R.T. A e villaggi albergo)
- Area destinata ad impianti sportivi (solo per R.T. A e villaggi albergo)
- Area destinata a sale comuni
- Numero medio giornaliero di pasti serviti

Quadro F:

- Servizi: Ristorante/Self service (% ricavi)

- Servizi in camera/unità abitativa: Televisione (% presenza)
- Servizi in camera/unità abitativa: Frigobar (% presenza)
- Servizi in camera/unità abitativa: Telefono (% presenza)
- Tipologia della clientela: Clientela d'affari (% ricavi)
- Tipologia della clientela: Clientela vacanze (% ricavi)

Quadro G:

- Personale amministrativo/ricezione (numero)
- Cuoco e aiuto cuoco (numero)
- Camerieri ai tavoli – ristorante (numero)
- Tecnici addetti alla manutenzione (numero)
- Addetti ai servizi di riassetto delle camere/unità abitative (numero)
- Costo per acquisto di servizi esterni di pulizia
- Piscina gestione diretta (numero)
- Sauna gestione diretta (numero)