

ALLEGATO 2

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

EVOLUZIONE

STUDIO DI SETTORE TG34U

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

CRITERI PER L'EVOLUZIONE DELLO STUDIO DI SETTORE

L'evoluzione dello Studio di Settore ha il fine di cogliere i cambiamenti strutturali, le modifiche dei modelli organizzativi, le variazioni di mercato all'interno del settore economico.

Di seguito vengono esposti i criteri seguiti per l'evoluzione dello studio di settore SG34U.

Oggetto dello studio è l'attività economica rispondente al codice ATECOFIN 2004:

- 93.02.A – Servizi dei saloni di barbiere e parrucchiere.

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.

L'evoluzione dello studio di settore è stata condotta analizzando i modelli per la comunicazione dei dati rilevanti ai fini dell'applicazione dello Studio di Settore per il periodo d'imposta 2002, completati con ulteriori informazioni contenute nel questionario ESG34 inviato ai contribuenti per l'evoluzione dello studio in oggetto.

I contribuenti interessati sono risultati pari a 88.934.

Il numero dei soggetti i cui modelli sono stati completati con le informazioni contenute nei relativi questionari è stato pari a 70.323.

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

Tali analisi hanno comportato, ai fini della definizione dello studio, lo scarto di 6.064 posizioni.

I principali motivi di scarto sono stati:

- ricavi dichiarati maggiori di 5.164.569 euro;
- quadro F del modello (elementi contabili) non compilato;
- quadro B del questionario (unità locali destinate all'esercizio dell'attività) non compilato;
- presenza di attività secondarie con un'incidenza sui ricavi complessivi superiore al 20%;
- errata compilazione delle percentuali relative alla modalità di acquisto (quadro D del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia dell'attività e prodotti offerti (quadro D del questionario);
- incongruenze fra i dati strutturali e i dati contabili contenuti nel modello.

A seguito degli scarti effettuati, il numero dei modelli oggetto delle successive analisi è risultato pari a 64.259.

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 Analysis².

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 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 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 ad eccezione delle variabili del quadro degli elementi contabili. Tale scelta nasce dall'esigenza di caratterizzare le imprese in base ai possibili modelli organizzativi, alle diverse tipologie dell'attività, etc.; tale caratterizzazione è possibile solo utilizzando le informazioni relative alle strutture operative, al mercato di riferimento e a tutti quegli elementi specifici che caratterizzano le diverse realtà economiche e produttive di una impresa.

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 quindici gruppi omogenei di imprese.

DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Lo studio analizza le attività economiche relative al settore dei servizi dei saloni di parrucchiere e barbiere.

I fattori che hanno contribuito maggiormente a determinare i modelli di business prevalenti sono:

- tipologia dell'attività;
- presenza di servizi di estetica;
- vendita di prodotti;
- modalità organizzativa;
- dimensione della struttura;
- localizzazione dell'esercizio;
- presenza di più unità locali.

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.

La tipologia dell'attività ha permesso di distinguere le imprese che svolgono l'attività di parrucchiere (cluster 2, 9, 12 e 15) da quelle che esercitano l'attività di barbiere (cluster 8 e 14).

La presenza di attività estetica ha contribuito a distinguere i saloni con attività estetica (cluster 3) e solarium (cluster 4).

La vendita di prodotti è elemento caratterizzante per il cluster 6.

La modalità organizzativa ha caratterizzato i saloni in franchising (cluster 10 e 11).

La dimensione della struttura, che consente di individuare le realtà che presentano una maggiore articolazione in termini di personale, superfici utilizzate e dotazione di beni strumentali, ha permesso di classificare i saloni di parrucchiere in piccoli (cluster 9), medi (cluster 2), medio-grandi (cluster 15) e grandi (cluster 12) e quelli di barbiere in piccoli e medi (cluster 8 e 14). Inoltre, l'aspetto dimensionale ha evidenziato gli esercizi in franchising di grandi dimensioni (cluster 11).

La localizzazione dell'esercizio ha permesso di distinguere gli esercizi inseriti in una struttura sanitaria e/o militare e/o in case per anziani (cluster 1), in centro commerciale al dettaglio (cluster 5) nonché le attività svolte in locali in uso promiscuo con l'abitazione (cluster 13).

La presenza di più unità locali ha identificato le imprese che operano con più di un salone (cluster 7).

Nelle successive descrizioni dei cluster emersi dall'analisi, salvo segnalazione contraria, l'indicazione di valori numerici riguarda valori medi.

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

CLUSTER 1 – ESERCIZI INSERITI IN UNA STRUTTURA SANITARIA O IN UNA STRUTTURA MILITARE O IN CASE PER ANZIANI

NUMEROSITÀ: 148

Le imprese appartenenti al cluster si caratterizzano per la localizzazione dell'esercizio all'interno di una struttura sanitaria e/o struttura militare e/o in case per anziani. L'attività più frequente è quella di parrucchiere e/o barbiere per uomo (84% dei ricavi per l'82% dei soggetti), anche se nel 37% dei casi si rileva l'attività di parrucchiere per donna (81% dei ricavi).

Gli spazi destinati all'attività (22 mq) sono di dimensioni nettamente inferiori alla media del settore e presentano 1-2 postazioni di lavoro e spesso 1 postazione di lavaggio.

Le imprese sono organizzate prevalentemente in ditte individuali (91% dei soggetti), nelle quali opera generalmente il solo titolare.

Il canale di acquisto maggiormente utilizzato per l'approvvigionamento dei materiali di consumo risulta essere l'ingrosso (65% degli acquisti).

CLUSTER 2 – SALONI DI PARRUCCHIERE DI MEDIE DIMENSIONI

NUMEROSITÀ: 18.107

Appartengono a questo cluster le imprese che esercitano prevalentemente l'attività di parrucchiere per donna (88% dei ricavi) in strutture di medie dimensioni rispetto al settore in analisi. La superficie destinata all'attività è pari a 41 mq ed ospita 4 postazioni di lavoro e 2 postazioni di lavaggio; il 37% dei soggetti dispone di 7 mq di sale d'attesa e, nella metà dei casi, di un magazzino e/o deposito di 8 mq.

Si tratta di imprese organizzate perlopiù in forma di ditta individuale (86% dei soggetti), in cui si rileva la presenza di 2 addetti.

Per l'approvvigionamento dei materiali di consumo si rivolgono sia a produttori che a commercianti all'ingrosso con un'incidenza sugli acquisti pari rispettivamente al 59% e al 39%.

La dotazione di beni strumentali è composta da 2-3 caschi, 3 phone, 1 piastra lisciacapelli, 2 baby-lis/arricciacapelli e, nel 45% dei casi, da 1 lampada ad infrarossi.

CLUSTER 3 – SALONI CHE OFFRONO ANCHE ATTIVITÀ DI ESTETICA DI BASE

NUMEROSITÀ: 231

Questo cluster individua le imprese che affiancano all'attività di parrucchiere per donna (60% dei ricavi) l'erogazione di servizi estetici: principalmente depilazione (8% dei ricavi), trattamenti per le mani ed i piedi (7%), trattamenti per il viso (6%); seguono trattamenti per il corpo (5%) e trucco (4% per il 37% dei soggetti). Un soggetto su due dichiara, inoltre, la vendita di prodotti (9% dei ricavi).

Il salone si suddivide in 46 mq di spazi destinati all'attività di parrucchiere ed in 15 mq di spazi destinati esclusivamente ai servizi di estetica; oltre la metà dei soggetti dispone di superfici adibite a sale d'attesa (7 mq) e, nel 20% dei casi, di spazi per la vendita e l'esposizione di prodotti (4 mq). Gli ambienti ospitano 4-5 postazioni di lavoro e 2 postazioni di lavaggio.

La natura giuridica prevalente è la ditta individuale (59% dei soggetti); sono presenti 3 addetti, di cui 1 estetista e/o visagista.

Gli acquisti dei materiali di consumo vengono effettuati da produttori (58% degli acquisti) e da commercianti all'ingrosso (39%).

La dotazione di beni strumentali risulta pari a: 2-3 caschi, 3-4 phone, 1 piastra lisciacapelli, e, nel 51% dei casi, 1 lampada ad infrarossi. Per l'attività di estetica è presente: 1 lettino, 1 sterilizzatore, 1 apparecchio per l'elettrodepilazione estetica nel 42% dei casi, 1 lampada abbronzante nel 22% e 1 doccia/lettino abbronzante nel 16%.

CLUSTER 4 – SALONI CHE OFFRONO ANCHE ATTIVITÀ DI ESTETICA DIVERSIFICATA

NUMEROSITÀ: 301

I soggetti del cluster affiancano all'attività di parrucchiere per donna (66% dei ricavi) e di parrucchiere e/o barbiere per uomo (13%) l'erogazione del servizio solarium (4% dei ricavi) e di altre attività di estetica: trattamenti per le mani ed i piedi (4%), depilazione (3%) e trattamenti per il viso e corpo. Il ventaglio di offerta del salone si completa con la vendita di prodotti (5%).

In media le dimensioni della struttura sono più estese rispetto a quelle del cluster 3: 59 mq di spazi destinati all'attività principale, 19 mq di superficie per i servizi estetici, 7 mq di deposito e/o magazzino e 6 mq di sale d'attesa; nel 29% dei casi sono presenti 6 mq di spazi esclusivi per la vendita e/o l'esposizione dei prodotti. Le postazioni di lavoro e di lavaggio sono rispettivamente pari a 6 e 3.

Le imprese sono organizzate prevalentemente in ditte individuali (64%) con un totale addetti pari a 3-4; nella metà dei casi si rileva la presenza di 1 estetista e/o visagista.

Il canale utilizzato per l'approvvigionamento dei materiali di consumo è rappresentato soprattutto da produttori (68% degli acquisti).

La dotazione di beni strumentali è ampia: 4-5 phone, 2-3 caschi, 1-2 piastre lisciacapelli, 2 baby-lis/arricciacapelli e, per oltre la metà dei soggetti, 1 lampada ad infrarossi. Per i servizi di estetica i soggetti dispongono di: 1 doccia/lettino abbronzante, 1 lettino, 1 lampada abbronzante viso/mani nel 55% dei casi e 1 apparecchio per l'elettrodepilazione nel 33%.

Si rilevano spese di pubblicità, aggiornamento professionale e assicurazione superiori alla media del settore.

CLUSTER 5 – SALONI LOCALIZZATI IN CENTRO COMMERCIALE AL DETTAGLIO

NUMEROSITÀ: 395

Il cluster raggruppa i saloni inseriti in centri commerciali al dettaglio. Tali strutture sono orientate prevalentemente all'attività di parrucchiere per donna (74% dei ricavi), sebbene il 68% delle imprese svolga anche l'attività di parrucchiere e/o barbiere per uomo (27% dei ricavi). La metà circa dei soggetti effettua, inoltre, la vendita di prodotti per la cute ed i capelli (7% dei ricavi).

La struttura si articola in: 52 mq di spazi destinati all'esercizio dell'attività di parrucchiere e/o barbiere, 4 mq di spazi adibiti a sale d'attesa e 6 mq di locali destinati a deposito e/o magazzino. Gli ambienti sono dotati di 5 postazioni di lavoro e 2-3 postazioni di lavaggio.

Si tratta in prevalenza di ditte individuali (71%) e occupano complessivamente 3 addetti.

Per gli acquisti dei materiali di consumo le imprese ricorrono sia a produttori (59% degli acquisti) sia a commercianti all'ingrosso (38%).

La dotazione di beni strumentali è pari a: 4 phone, 2 caschi, 2 baby-lis/arricciacapelli e 1-2 piastre lisciacapelli; il 42% dei soggetti è fornito di 1 lampada ad infrarossi.

CLUSTER 6 – SALONI CON VENDITA DI PRODOTTI

NUMEROSITÀ: 393

Il cluster raggruppa i saloni con la più alta incidenza di ricavi provenienti dalla vendita di prodotti. Le tipologie merceologiche prevalentemente trattate sono i prodotti per la cute ed i capelli (12% dei ricavi) e per il trattamento di viso e/o corpo (4%) ed i cosmetici per il make-up (6%). L'attività principale è quella di parrucchiere per donna (63% dei ricavi).

Coerentemente con la specificità del cluster, i saloni presentano superfici destinate alla vendita e/o esposizione dei prodotti (8 mq) e scaffali (4 metri lineari) superiori alla media del settore; le imprese dispongono di 44 mq di spazi per l'attività di parrucchiere e/o barbiere, 7 mq di sale d'attesa per il 47% dei soggetti e 11 mq di magazzino e/o deposito per il 52%. Le postazioni di lavoro e di lavaggio corrispondono rispettivamente a 4 e 2.

Le aziende sono organizzate principalmente in ditte individuali (83% dei casi) con un totale addetti pari a 2.

Gli approvvigionamenti vengono effettuati in prevalenza presso produttori (66% degli acquisti).

I beni di cui dispongono per l'esercizio dell'attività sono pari a: 3-4 phone, 2 caschi, 1 piastra lisciacapelli e 2 baby-lis/arricciacapelli.

CLUSTER 7 – IMPRESE CHE OPERANO CON PIÙ DI UN SALONE

NUMEROSITÀ: 161

Questo cluster individua le imprese caratterizzate dall'operare con più di una sede. Il 96% dei soggetti dispone di 2 saloni. L'attività prevalente risulta essere quella di parrucchiere per donna (69% dei ricavi) mentre l'attività di parrucchiere e/o barbiere per uomo assume un peso sui ricavi pari al 21%. Oltre la metà dei soggetti estende il ventaglio di offerta di servizi alla vendita di prodotti per la cute ed i capelli (8% dei ricavi).

Gli esercizi ricoprono complessivamente le seguenti superfici: 92 mq di spazi destinati all'attività di parrucchiere e/o barbiere e 11 mq di locali adibiti a magazzino e/o deposito; nella metà dei casi sono presenti 8 mq di spazi destinati a sale d'attesa e, nel 21% dei casi, 5 mq di spazi per l'esposizione e/o vendita dei prodotti. Le strutture ospitano complessivamente 8 postazioni di lavoro e 4 di lavaggio.

Le imprese si ripartiscono in misura quasi uniforme tra ditte individuali e società. Gli addetti all'attività risultano essere pari a 5.

Gli acquisti da produttori risultano pari al 62% degli approvvigionamenti complessivi.

La dotazione di beni strumentali è pari a: 3-4 caschi, 6-7 phone, 2-3 baby-lis/arricciacapelli e 2 piastre lisciacapelli.

CLUSTER 8 – SALONI DI PARRUCCHIERE E/O BARBIERE PER UOMO DI PICCOLE DIMENSIONI

NUMEROSITÀ: 11.775

Il cluster raggruppa i saloni di piccole dimensioni (26 mq) che rivolgono l'attività ad una clientela quasi esclusivamente maschile (95% dei ricavi).

La struttura dispone di 2 postazioni di lavoro e di 1 postazione di lavaggio.

Le imprese sono organizzate quasi esclusivamente sotto forma di ditta individuale (95%), in cui opera il solo titolare.

La maggior parte degli acquisti è realizzata tramite commercianti all'ingrosso (62% degli acquisti).

La dotazione di beni strumentali è esigua e generalmente limitata a 2 phone.

CLUSTER 9 – SALONI DI PARRUCCHIERE DI PICCOLE DIMENSIONI

NUMEROSITÀ: 19.077

I soggetti appartenenti al cluster svolgono quasi esclusivamente l'attività di parrucchiere per donna (93% dei ricavi) in strutture di dimensioni assai contenute (28 mq) nelle quali si rilevano 2-3 postazioni di lavoro e 1-2 postazioni di lavaggio.

Il 96% delle imprese è organizzato sotto forma di ditta individuale in cui opera, generalmente, il solo titolare.

Gli acquisti si ripartiscono uniformemente tra i principali canali di approvvigionamento: commercianti all'ingrosso (51% degli acquisti) e produttori (47%).

I beni strumentali sono generalmente limitati a: 2 phone, 2 caschi, 1 baby-lis/arricciacapelli ed 1 piastra lisciacapelli.

CLUSTER 10 – SALONI IN FRANCHISING

NUMEROSITÀ: 523

Il cluster raggruppa le imprese che si caratterizzano per la modalità organizzativa adottata: ilfranchising/affiliazione. I soggetti svolgono in prevalenza l'attività di parrucchiere per donna (81% dei ricavi) e in misura minore l'attività di parrucchiere e/o barbiere per uomo (18% per oltre la metà dei soggetti). E' frequente, inoltre, la vendita di prodotti per la cute ed i capelli (6% dei ricavi).

La struttura presenta superfici destinate all'attività pari a 54 mq; nel 49% dei casi sono presenti 7 mq di spazi adibiti a sale d'attesa e, nel 56%, 5 metri lineari di scaffali per la vendita e/o esposizione di prodotti. I locali sono attrezzati con 6 postazioni di lavoro e 3 di lavaggio.

La forma giuridica adottata in prevalenza è la ditta individuale (69%); gli addetti sono pari a 3-4.

I soggetti del cluster, oltre ad acquistare direttamente da produttori (60% degli acquisti), coerentemente con la modalità organizzativa adottata, ricorrono di frequente anche al canale franchisor/affiliante (55% degli acquisti per il 41% dei soggetti).

I beni strumentali si compongono di 4-5 phone, 2 caschi, 2 baby-lis/arricciacapelli e 1-2 piastre lisciacapelli. Tra i beni accessori si rileva la presenza del condizionatore e dell'impianto sterefonico nel 56% dei casi.

I soggetti sostengono spese di pubblicità e aggiornamento professionale superiori alla media del settore e presentano, inoltre, costi e spese addebitati da franchisor/affiliante per voci diverse dall'acquisto delle merci e prodotti pari a circa 3.500 euro.

CLUSTER 11 – SALONI IN FRANCHISING DI PIÙ GRANDI DIMENSIONI

NUMEROSITÀ: 82

Il cluster comprende i saloni in franchising di più grandi dimensioni. Queste realtà presentano come ulteriore elemento di caratterizzazione elevati costi e spese addebitati da franchisor/affiliante per voci diverse dall'acquisto delle merci e prodotti (oltre 10.500 euro). Si configurano come saloni unisex in quanto, pur prevalendo l'attività di parrucchiere per donna (80% dei ricavi), la quasi totalità dei soggetti si rivolge anche ad una clientela maschile (12% dei ricavi per l'84% dei soggetti). E' presente l'offerta di prodotti per il trattamento della cute e dei capelli (7% dei ricavi).

Dal punto di vista strutturale, tali saloni dispongono complessivamente di superfici destinate all'attività pari a 72 mq e di spazi dedicati a magazzino e/o deposito pari a 15 mq; nel 40% dei casi sono presenti 7 mq di spazi adibiti a sale d'attesa e, nel 41% dei casi, 4 mq di spazi per la vendita e/o esposizione dei prodotti. I locali ospitano 9 postazioni di lavoro e 4-5 postazioni di lavaggio.

La forma giuridica prevalente è quella societaria (55% delle imprese). L'organico è composto da 7 addetti.

Coerentemente con la modalità organizzativa adottata, gli acquisti vengono effettuati oltre che da produttori (57% degli acquisti) anche dal franchisor/affiliante (27%).

La dotazione di beni strumentali comprende: 8 phone, 1-2 caschi, 2-3 baby-lis/arricciacapelli e 2 piastre lisciacapelli. Tra i beni accessori la quasi totalità dei soggetti dispone del condizionatore, l'80% dell'impianto stereofonico e il 66% del computer; in più della metà dei casi si rileva la presenza dell'impianto di videoregistrazione.

Le spese di pubblicità e aggiornamento professionale assumono i valori più alti del settore. Il 27% dei soggetti ricorre alla fidelity card per rafforzare la fidelizzazione del cliente.

CLUSTER 12 – SALONI DI PARRUCCHIERE DI GRANDI DIMENSIONI

NUMEROSITÀ: 527

Le imprese appartenenti a questo cluster si caratterizzano per le dimensioni dell'esercizio nettamente più grandi rispetto alla media del settore. L'attività prevalente è quella di parrucchiere per donna (77% dei ricavi); 3 soggetti su 4 si configurano come saloni unisex in quanto svolgono anche l'attività di parrucchiere e/o barbiere per uomo (16% dei ricavi per il 74% dei soggetti). Vendono prodotti per la cute ed i capelli (6% dei ricavi) e, nel 28% dei casi, effettuano trattamenti estetici per le mani e i piedi (4%).

Gli esercizi ricoprono le seguenti superfici: 97 mq di spazi destinati all'attività di parrucchiere e/o barbiere, 7 mq di sale d'attesa e 15 mq di locali adibiti a magazzino e/o deposito. Per la vendita e/o l'esposizione dei prodotti sono presenti 4 metri lineari di scaffali e, per il 35% dei soggetti, circa 9 mq di spazi; nel 15% dei casi la struttura dispone di 16 mq di spazi per l'attività estetica. I locali ospitano 11 postazioni di lavoro e 5-6 di lavaggio.

Le imprese sono ripartite quasi equamente tra ditte individuali (51%) e società (49%) nelle quali operano 7-8 addetti.

Gli acquisti dei materiali di consumo avvengono soprattutto da produttori (77% degli acquisti).

Tra i beni in dotazione si rilevano: 8 phone, 3 caschi, 3 baby-lis/arricciacapelli e 2 piastre lisciacapelli. Tra i beni accessori la maggior parte dei soggetti dispone del condizionatore, dell'impianto stereofonico e del computer.

Sostengono spese di pubblicità, aggiornamento professionale e assicurazione nettamente superiori alla media del settore.

CLUSTER 13 – ESERCIZI IN USO PROMISCUO CON L'ABITAZIONE

NUMEROSITÀ: 758

Questo cluster risulta caratterizzato dall'esercizio dell'attività in locali in uso promiscuo con l'abitazione. L'attività prevalente è di parrucchiere per donna (94% dei ricavi) mentre solo il 15% dei soggetti presta attività di parrucchiere e/o barbiere per uomo (26% dei ricavi).

La superficie destinata all'attività è di soli 23 mq ed è dotata di 2 postazioni di lavoro e di 1 postazione di lavaggio.

Si tratta quasi esclusivamente di ditte individuali gestite dal solo titolare.

Il canale di acquisto maggiormente utilizzato è rappresentato da commercianti all'ingrosso (56% degli acquisti) seguito da produttori (40%).

La dotazione strumentale risulta minima: 2 phone, 2 caschi, 1 baby-lis/arricciacapelli e 1 piastra lisciacapelli.

CLUSTER 14 – SALONI DI BARBIERE DI MEDIE DIMENSIONI

NUMEROSITÀ: 2.051

Le imprese del cluster svolgono quasi esclusivamente l'attività di parrucchiere e/o barbiere per uomo (94% dei ricavi) in saloni di medie dimensioni.

La struttura dispone di 34 mq di spazi destinati all'esercizio dell'attività; nel 34% dei casi sono presenti 7 mq di sale d'attesa e nel 41% circa 9 mq di magazzino e/o deposito. I locali sono dotati di 3 postazioni di lavoro e 2 di lavaggio.

L'attività è esercitata, per lo più, sotto forma di ditta individuale (64% dei casi); sono presenti 2 addetti.

Per l'approvvigionamento dei materiali di consumo risulta più frequente il ricorso a commercianti all'ingrosso (57% degli acquisti), seguito da produttori (73% degli acquisti per il 51% dei soggetti).

La dotazione di beni strumentali è limitata a 3 phone.

CLUSTER 15 – SALONI DI PARRUCCHIERE DI MEDIO-GRANDI DIMENSIONI

NUMEROSITÀ: 8.868

Il cluster raggruppa le imprese che svolgono in prevalenza l'attività di parrucchiere per donna (81% dei ricavi) in saloni di medio-grandi dimensioni. Oltre la metà dei soggetti dichiara una clientela maschile (18% dei ricavi nel 59% dei casi) e vende prodotti per la cute ed i capelli (8% nel 55%).

La superficie destinata all'attività è di 59 mq. Nella metà dei casi la struttura presenta 8 mq di sale d'attesa e, nel 20%, si rilevano spazi adibiti all'esposizione e/o vendita di prodotti pari a 5 mq. Gli ambienti ospitano 6 postazioni di lavoro e 3 di lavaggio.

La forma giuridica prevalente è la ditta individuale (72% dei casi). L'organico si compone di 3 addetti.

In merito all'approvvigionamento dei materiali di consumo, la quota maggiore di acquisti è effettuata da produttori (68% degli acquisti).

La dotazione di beni strumentali comprende: 4-5 phone, 2-3 caschi, 2 baby-lis/arricciacapelli, 1-2 piastre lisciacapelli e 1 lampada ad infrarossi nella metà dei casi.

Presentano spese di pubblicità, aggiornamento professionale e assicurazione superiori alla media del settore.

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 Multipla³.

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 venduto⁴ + costo per la produzione di servizi) dichiarato negativo;
- costi e spese dichiarati nel quadro F del modello superiori ai ricavi dichiarati.

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

- *valore aggiunto orario per addetto* = (ricavi - costo del venduto - costo per la produzione di servizi - spese per acquisti di servizi)/(numero addetti⁵ * 312 * 8);
- *incidenza dei costi e spese sui ricavi* = (costo del venduto + costo per la produzione di servizi + spese per acquisti di servizi)/ricavi.

Per ogni gruppo omogeneo, distintamente per imprese con e senza personale dipendente, 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 il *valore aggiunto orario per addetto* sono stati scelti i seguenti intervalli:

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 Costo del venduto = Esistenze iniziali + acquisti di merci e materie prime - rimanenze finali.

⁵ Le frequenze relative ai dipendenti sono state normalizzate all'anno in base alle giornate retribuite.

Le frequenze relative ai non dipendenti (ad eccezione dei collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa e degli amministratori non soci) sono state normalizzate all'anno in base alle percentuali di lavoro prestato.

numero addetti = 1 + numero dirigenti + numero quadri + numero impiegati + numero operai generici + numero operai specializzati + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero assunti con contratto 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 familiari diversi che prestano attività nell'impresa + numero associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa + numero associati in partecipazione diversi;

numero addetti = Numero dirigenti + numero quadri + numero impiegati + numero operai generici + numero operai specializzati + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero assunti con contratto di formazione e lavoro o a termine e lavoranti a domicilio + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa + numero familiari diversi che prestano attività nell'impresa + numero associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa + numero associati in partecipazione diversi + numero soci con occupazione prevalente nell'impresa + numero soci diversi + numero amministratori non soci.

- dal 4° al 19° ventile, per i cluster 1, 3, 4;
- dal 5° al 19° ventile, per i cluster 2, 8, 14, 15;
- dal 5° ventile, per i cluster 5, 10, 13;
- dal 4° ventile, per i cluster 6, 7;
- dal 9° al 19° ventile, per il cluster 9;
- dal 2° ventile, per il cluster 11;
- dal 3° al 19° ventile, per il cluster 12.

Per l'*incidenza dei costi e spese sui ricavi* sono stati scelti i seguenti intervalli:

- dal 1° al 19° ventile, per i cluster 1, 11;
- dal 1° al 16° ventile, per i cluster 2, 9, 13, 15;
- dal 2° al 15° ventile, per il cluster 3;
- dal 2° al 16° ventile, per i cluster 4, 8, 14;
- dal 2° al 18° ventile, per i cluster 5, 6;
- dal 1° al 18° ventile, per i cluster 7, 12;
- dal 1° al 17° ventile, per il cluster 10.

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 F del modello) 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 generale a livello comunale⁶” che ha avuto come obiettivo la suddivisione del territorio nazionale in aree omogenee in rapporto al:

- grado di benessere;
- livello di qualificazione professionale;
- struttura economica.

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 le variabili “Logaritmo in base 10 del (costo del venduto + costo per la produzione di servizi)” e “Logaritmo in base 10 del (costo del venduto + costo per la produzione di servizi + spese per acquisti di servizi)”. 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 delle variabili “Logaritmo in base 10 del (costo del venduto + costo per la produzione di servizi)” e “Logaritmo in base 10 del (costo del venduto + costo per la produzione di servizi + spese per acquisti di servizi)”.

⁶ I criteri e le conclusioni dello studio sono riportati nell'apposito Decreto Ministeriale.

Inoltre, al fine di cogliere le differenze legate alla fascia qualitativa del servizio offerto e le differenze connesse all'ubicazione dell'esercizio, nella definizione della "funzione di ricavo", si è tenuto conto delle tariffe dei principali servizi indicate dai contribuenti. Il livello delle tariffe della singola impresa, raffrontato con i valori di riferimento individuati per il settore, ha permesso di identificare correttivi da applicare al coefficiente delle variabili "Costo del venduto + costo per la produzione di servizi" e "Costo del venduto + costo per la produzione di servizi + spese per acquisti di servizi".

Nell'allegato 2.A vengono riportate le variabili ed i rispettivi coefficienti della "funzione di ricavo".

APPLICAZIONE DEGLI STUDI DI SETTORE ALL'UNIVERSO DEI CONTRIBUENTI

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

- l'Analisi Discriminante⁷;
- la stima del ricavo di riferimento.

Nell'allegato 2.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.

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.

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.

ALLEGATO 2.A

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

TG34U

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5
Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi	1,2664	1,3117	1,6625	1,7480	1,2064
Spese per acquisti di servizi	1,2664	1,9705	3,0597	2,2110	2,1819
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	1,2664	0,7702	0,7133	0,7125	0,8437
Logaritmo in base 10 del (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi)	-	2.928,9843	1.701,7766	1.385,7298	2.192,8720
Logaritmo in base 10 del (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi)	-	-	-	-	-
Logaritmo in base 10 del (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi + Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa)	4.130,1419	-	-	-	-
Valore dei beni strumentali	-	0,0560	0,0776	0,0650	0,0990
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale e familiari diversi (numero normalizzato)	-	7.276,3079	6.121,0364	4.790,5383	7.240,2221
Soci e associati in partecipazione (numero normalizzato)	-	8.105,8644	8.912,5467	9.770,1224	8.948,3696
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) ponderato per il fattore correttivo ⁽¹⁾ relativo alle tariffe dei principali servizi	-	0,7869	0,9233	0,8424	0,9284
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi) ponderato per il fattore correttivo ⁽¹⁾ relativo alle tariffe dei principali servizi	-	-	-	-	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) relativo alla Vendita di prodotti	-	-0,2479	-	-	-
Totale mq degli spazi destinati all'esercizio dell'attività di parrucchiere e/o barbiere	-	-	-	50,9673	59,9574

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

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

⁽¹⁾ Il fattore correttivo relativo alle tariffe dei principali servizi è individuato per ogni impresa dal raffronto delle tariffe indicate dall'impresa stessa con i valori di riferimento calcolati per il settore. Tale fattore correttivo non è superiore ad 1.

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

TG34U

CORRETTIVI TERRITORIALI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5
Correttivo da applicare al coefficiente del Logaritmo in base 10 del (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) <i>Gruppo 2 della territorialità generale a livello comunale – Aree con livello di benessere non elevato, bassa scolarità, sistema economico locale poco sviluppato e basato prevalentemente su attività commerciali</i>	-	-370,0064	-	-	-
Correttivo da applicare al coefficiente del Logaritmo in base 10 del (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) <i>Gruppo 5 della territorialità generale a livello comunale – Aree di marcata arretratezza economica, basso livello di benessere e scolarità poco sviluppata</i>	-	-536,4897	-	-	-
Correttivo da applicare al coefficiente del Logaritmo in base 10 del (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi) <i>Gruppo 2 della territorialità generale a livello comunale – Aree con livello di benessere non elevato, bassa scolarità, sistema economico locale poco sviluppato e basato prevalentemente su attività commerciali</i>	-	-	-	-	-
Correttivo da applicare al coefficiente del Logaritmo in base 10 del (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi) <i>Gruppo 5 della territorialità generale a livello comunale – Aree di marcata arretratezza economica, basso livello di benessere e scolarità poco sviluppata</i>	-	-	-	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

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

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

TG34U

VARIABILI	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8	CLUSTER 9	CLUSTER 10
Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi	1,4471	1,5137	1,0056	1,0032	1,2064
Spese per acquisti di servizi	1,5738	1,3285	1,0056	1,7546	2,4649
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	0,8655	0,9388	0,6426	0,8924	0,8779
Logaritmo in base 10 del (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi)	1.998,2069	-	-	3.147,9056	1.890,1541
Logaritmo in base 10 del (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi)	-	-	2.995,3729	-	-
Logaritmo in base 10 del (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi + Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa)	-	-	-	-	-
Valore dei beni strumentali	0,0788	0,1729	0,0629	0,0417	0,0579
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale e familiari diversi (numero normalizzato)	7.993,0526	8.479,2928	6.102,8136	8.300,8669	6.867,3128
Soci e associati in partecipazione (numero normalizzato)	10.241,1239	11.893,5417	8.377,7347	8.922,4584	6.867,3128
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) ponderato per il fattore correttivo ⁽¹⁾ relativo alle tariffe dei principali servizi	0,4507	1,2445	-	0,6878	1,0732
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi) ponderato per il fattore correttivo ⁽¹⁾ relativo alle tariffe dei principali servizi	-	-	2,0904	-	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) relativo alla Vendita di prodotti	-0,5338	-	-	-	-
Totale mq degli spazi destinati all'esercizio dell'attività di parrucchiere e/o barbiere	38,2172	-	-	-	66,6990

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

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

⁽¹⁾ Il fattore correttivo relativo alle tariffe dei principali servizi è individuato per ogni impresa dal raffronto delle tariffe indicate dall'impresa stessa con i valori di riferimento calcolati per il settore. Tale fattore correttivo non è superiore ad 1.

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

TG34U

CORRETTIVI TERRITORIALI	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8	CLUSTER 9	CLUSTER 10
Correttivo da applicare al coefficiente del Logaritmo in base 10 del (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) <i>Gruppo 2 della territorialità generale a livello comunale – Aree con livello di benessere non elevato, bassa scolarità, sistema economico locale poco sviluppato e basato prevalentemente su attività commerciali</i>	-546,1805	-	-	-259,4849	-
Correttivo da applicare al coefficiente del Logaritmo in base 10 del (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) <i>Gruppo 5 della territorialità generale a livello comunale – Aree di marcata arretratezza economica, basso livello di benessere e scolarità poco sviluppata</i>	-546,1805	-	-	-399,7512	-
Correttivo da applicare al coefficiente del Logaritmo in base 10 del (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi) <i>Gruppo 2 della territorialità generale a livello comunale – Aree con livello di benessere non elevato, bassa scolarità, sistema economico locale poco sviluppato e basato prevalentemente su attività commerciali</i>	-	-	-425,3288	-	-
Correttivo da applicare al coefficiente del Logaritmo in base 10 del (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi) <i>Gruppo 5 della territorialità generale a livello comunale – Aree di marcata arretratezza economica, basso livello di benessere e scolarità poco sviluppata</i>	-	-	-425,3288	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

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

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

TG34U

VARIABILI	CLUSTER 11	CLUSTER 12	CLUSTER 13	CLUSTER 14	CLUSTER 15
Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi	1,6254	1,6798	1,3763	1,0226	1,5574
Spese per acquisti di servizi	1,6254	1,8856	2,3718	3,4915	1,9763
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	0,9317	0,9890	0,8555	0,6892	0,8438
Logaritmo in base 10 del (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi)	-	-	1.937,6741	3.046,5792	3.114,8439
Logaritmo in base 10 del (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi)	-	-	-	-	-
Logaritmo in base 10 del (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi + Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa)	-	-	-	-	-
Valore dei beni strumentali	0,1279	0,1174	0,0567	0,0426	0,0588
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale e familiari diversi (numero normalizzato)	15.378,7877	8.600,8130	5.320,7680	6.952,7606	8.687,4016
Soci e associati in partecipazione (numero normalizzato)	15.378,7877	10.545,4660	9.196,5315	8.790,4748	10.023,9001
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) ponderato per il fattore correttivo ⁽¹⁾ relativo alle tariffe dei principali servizi	-	0,6517	1,6952	1,4127	0,4910
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi) ponderato per il fattore correttivo ⁽¹⁾ relativo alle tariffe dei principali servizi	0,9722	-	-	-	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) relativo alla Vendita di prodotti	-	-	-	-	-
Totale mq degli spazi destinati all'esercizio dell'attività di parrucchiere e/o barbiere	-	-	-	32,6782	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

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

⁽¹⁾ Il fattore correttivo relativo alle tariffe dei principali servizi è individuato per ogni impresa dal raffronto delle tariffe indicate dall'impresa stessa con i valori di riferimento calcolati per il settore. Tale fattore correttivo non è superiore ad 1.

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

TG34U

CORRETTIVI TERRITORIALI	CLUSTER 11	CLUSTER 12	CLUSTER 13	CLUSTER 14	CLUSTER 15
Correttivo da applicare al coefficiente del Logaritmo in base 10 del (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) <i>Gruppo 2 della territorialità generale a livello comunale – Aree con livello di benessere non elevato, bassa scolarità, sistema economico locale poco sviluppato e basato prevalentemente su attività commerciali</i>	-	-	-453,6944	-392,9704	-276,4701
Correttivo da applicare al coefficiente del Logaritmo in base 10 del (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) <i>Gruppo 5 della territorialità generale a livello comunale – Aree di marcata arretratezza economica, basso livello di benessere e scolarità poco sviluppata</i>	-	-	-453,6944	-392,9704	-276,4701
Correttivo da applicare al coefficiente del Logaritmo in base 10 del (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi) <i>Gruppo 2 della territorialità generale a livello comunale – Aree con livello di benessere non elevato, bassa scolarità, sistema economico locale poco sviluppato e basato prevalentemente su attività commerciali</i>	-	-	-	-	-
Correttivo da applicare al coefficiente del Logaritmo in base 10 del (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi) <i>Gruppo 5 della territorialità generale a livello comunale – Aree di marcata arretratezza economica, basso livello di benessere e scolarità poco sviluppata</i>	-	-	-	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

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

ALLEGATO 2.B

VARIABILI DELL'ANALISI DISCRIMINANTE

QUADRO A DEL MODELLO ALLEGATO ALLA DICHIARAZIONE:

- Numero delle giornate retribuite per i dirigenti
- Numero delle giornate retribuite per i quadri
- Numero delle giornate retribuite per gli impiegati
- Numero delle giornate retribuite per gli operai generici
- Numero delle giornate retribuite per gli operai specializzati
- 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 contratto di formazione e lavoro o a termine e lavoratori a domicilio

QUADRO B DEL QUESTIONARIO:

- Spazi destinati all'esercizio dell'attività di parrucchiere e/o barbiere (Mq)
- Spazi destinati esclusivamente ai servizi di estetica (Mq)
- Spazi destinati esclusivamente alla vendita e/o esposizione di prodotti cosmetici, parrucche ed affini (Mq)
- Spazi destinati a sale d'attesa per la clientela (Mq)
- Localizzazione (1=autonoma; 2=esercizio inserito in centro commerciale al dettaglio; 3=esercizio inserito in una struttura ricettiva alberghiera e/o extra alberghiera; 4=esercizio inserito in una struttura sanitaria e/o in una struttura militare e/o in case per anziani, etc.)
- Uso promiscuo dell'abitazione

QUADRO D DEL QUESTIONARIO:

- Modalità organizzativa: Franchisor/Affiliato
- Tipologia dell'attività e prodotti offerti: Attività di parrucchiere per donna
- Tipologia dell'attività e prodotti offerti: Attività di parrucchiere e/o barbiere per uomo
- Tipologia dell'attività e prodotti offerti: Servizi di estetica – Trattamenti per il corpo (massaggi, sauna, etc.)
- Tipologia dell'attività e prodotti offerti: Servizi di estetica – Trattamenti per il viso (pulizia del viso, trattamento anti-rughe, etc.)
- Tipologia dell'attività e prodotti offerti: Servizi di estetica – Depilazione
- Tipologia dell'attività e prodotti offerti: Servizi di estetica – Solarium corpo/viso
- Tipologia dell'attività e prodotti offerti: Vendita di prodotti – Prodotti per la cute ed i capelli (shampoo, balsamo, creme ristrutturanti, lacche, gel, etc.)
- Tipologia dell'attività e prodotti offerti: Vendita di prodotti – Prodotti per l'igiene ed il trattamento di viso e/o corpo (detergenti, creme, etc.)
- Tipologia dell'attività e prodotti offerti: Vendita di prodotti – Prodotti cosmetici per il make-up
- Figure professionali: Barbiere – Numero
- Figure professionali: Parrucchiere e/o acconciatore – Numero
- Figure professionali: Estetista e/o visagista – Numero
- Costi e spese specifici: Costi e spese addebitati da franchisor/affiliante per voci diverse dall'acquisto di merci e prodotti

QUADRO D DEL MODELLO ALLEGATO ALLA DICHIARAZIONE:

- Spese per aggiornamento professionale
- Spese di pubblicità, propaganda e rappresentanza

QUADRO E DEL QUESTIONARIO:

- Beni strumentali: Attrezzature di processo – Postazioni di lavoro (per taglio, acconciatura, etc.) – Numero
- Beni strumentali: Attrezzature di processo – Postazioni di lavaggio – Numero
- Beni strumentali: Attrezzature per l'attività di estetica – Doccia/lettino abbronzante – Numero