

ALLEGATO 2

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

EVOLUZIONE

STUDIO DI SETTORE TG33U

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 SG33U.

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

- 93.02.B – Servizi degli istituti di bellezza.

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 ESG33 inviato ai contribuenti per l'evoluzione dello studio in oggetto.

I contribuenti interessati sono risultati pari a 14.626.

Il numero dei soggetti i cui modelli sono stati completati con le informazioni contenute nei relativi questionari è stato pari a 12.285.

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 1.192 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 11.093.

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.

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.

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 dell'attività oggetto dello studio.

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

DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Lo studio analizza le attività economiche relative al settore dei servizi degli istituti di bellezza. Gli elementi che hanno maggiormente contribuito a determinare i tredici gruppi omogenei sono:

- tipologia di servizio offerto;
- modalità organizzativa;
- dimensione della struttura;
- localizzazione.

La **tipologia di servizio** differenzia gli istituti di bellezza con offerta eterogenea di servizi di estetica (cluster 3, 6 e 13) da quelli caratterizzati dall'offerta di:

- servizi di estetica di base: depilazione provvisoria, manicure/ricostruzione unghie/pedicure estetico (cluster 1);
- depilazione definitiva (cluster 4);
- solarium (cluster 7) e solarium con altri servizi di estetica (cluster 12);
- trattamenti estetici per la cute ed il viso (cluster 8);
- massaggio manuale (cluster 10).

La vendita di prodotti caratterizza gli istituti di bellezza del cluster 11.

La **modalità organizzativa** evidenzia gli istituti di bellezza in franchising/affiliazione (cluster 9).

La **dimensione della struttura**, che consente di individuare le realtà che presentano una maggiore articolazione in termini di addetti, superfici utilizzate per lo svolgimento dell'attività e dotazione di beni strumentali, ha permesso di individuare gli istituti di bellezza di piccole dimensioni (cluster 3), di medie dimensioni (cluster 13) e di grandi dimensioni (cluster 6).

La **localizzazione** distingue gli istituti di bellezza inseriti in un centro commerciale al dettaglio (cluster 5) nonché le attività di estetica svolte in locali in uso promiscuo con l'abitazione (cluster 2).

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.

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 – ISTITUTI DI BELLEZZA CON OFFERTA PREVALENTE DI SERVIZI DI ESTETICA BASE

NUMEROSITÀ: 974

Nel cluster rientrano gli istituti di bellezza contraddistinti dall'offerta prevalente di servizi di estetica base: manicure/ricostruzione unghie/pedicure estetico (37% dei ricavi) nonché depilazione provvisoria (34%). Completano l'offerta maggiormente i trattamenti estetici per la cute e il viso (10%).

Le strutture sono di dimensioni ridotte con spazi destinati all'attività di estetica di 42 mq. Si tratta in prevalenza di ditte individuali (91% dei casi) nelle quali opera abitualmente il solo titolare.

Il canale utilizzato per l'approvvigionamento dei materiali di consumo è rappresentato soprattutto da produttori (61% degli acquisti).

La dotazione di beni strumentali è esigua e generalmente limitata a 1 vaporizzatore, 1 scaldacera e 2 lettini.

CLUSTER 2 – SERVIZI DI ESTETICA IN LOCALI IN USO PROMISCUO CON L'ABITAZIONE

NUMEROSITÀ: 229

Questo cluster risulta caratterizzato dall'esercizio dell'attività di estetica in locali in uso promiscuo con l'abitazione. L'attività prevalente è la depilazione provvisoria (23% dei ricavi), seguono il massaggio manuale (18%), i trattamenti estetici per la cute e il viso (16%) e la manicure/ricostruzione unghie/pedicure estetico (14%).

La superficie destinata all'attività di estetica è di 33 mq. Si tratta quasi esclusivamente di ditte individuali (97% dei casi) gestite dal solo titolare.

Gli acquisti di materiale di consumo vengono effettuati da produttori (88% degli acquisti per il 61% dei soggetti) e da commercianti all'ingrosso (77% per il 56%).

La dotazione strumentale comprende: 1 vaporizzatore, 1 scaldacera e 2 lettini.

CLUSTER 3 – ISTITUTI DI BELLEZZA DI PICCOLE DIMENSIONI CON AMPIA GAMMA DI SERVIZI DI ESTETICA

NUMEROSITÀ: 3.493

Il cluster concentra gli istituti di bellezza di piccole dimensioni caratterizzati da un'elevata eterogeneità dell'offerta: depilazione provvisoria (25% dei ricavi), manicure/ricostruzione unghie/pedicure estetico (13%), trattamenti estetici per la cute ed il viso (13%) e per il corpo (10%) e massaggio manuale (11%). A tali attività inoltre, circa la metà dei soggetti affianca il servizio di solarium corpo/viso (11% dei ricavi) e la vendita di prodotti (10%).

Le imprese sono organizzate prevalentemente sotto forma di ditta individuale (85% dei soggetti), in cui opera generalmente il solo titolare. Gli spazi dedicati all'attività di estetica sono pari a 42 mq.

Gli acquisti dei materiali di consumo vengono effettuati da produttori (64% degli acquisti) e da commercianti all'ingrosso (60% per il 56% dei soggetti).

La dotazione di beni strumentali comprende: 1 vaporizzatore, 1-2 scaldacera, 2 lettini, 1 apparecchio per l'elettrodepilazione estetica, 1 coperta termica nel 67% dei casi e 1 lettino per il solarium nel 52%.

CLUSTER 4 – ISTITUTI DI BELLEZZA CHE OFFRONO PREVALENTEMENTE IL SERVIZIO DI DEPILAZIONE

NUMEROSITÀ: 154

Il cluster raggruppa gli istituti di bellezza che realizzano ricavi prevalentemente con l'attività di depilazione definitiva (41%) alla quale si affianca quella provvisoria (19%). A tali offerte seguono: i trattamenti estetici per la cute ed il viso (11% dei ricavi), il massaggio manuale (8% dei ricavi per il 63% dei soggetti), la manicure/ricostruzione unghie/pedicure estetico (7% per il 62%) e i trattamenti estetici per il corpo (9% per il 57%).

La superficie destinata all'attività di estetica è di 58 mq; nella metà dei casi sono presenti spazi adibiti a spogliatoi/docce (8 mq) e nel 60% delle imprese si rileva la presenza di spazi destinati a ufficio/segreteria/reception (13 mq).

Le imprese sono organizzate principalmente come ditte individuali (75% dei casi); il numero totale di addetti è pari a 2 e, in un'impresa su due, è presente personale dipendente.

Gli approvvigionamenti vengono effettuati in prevalenza presso produttori (86% degli acquisti per il 69% dei soggetti) e presso commercianti all'ingrosso (68% per il 49%).

Coerentemente con la specificità del cluster, la dotazione di beni strumentali comprende 1 apparecchio per l'elettrodepilazione estetica e 2 laser estetici nel 58% dei casi; inoltre, si riscontra la presenza di 1 vaporizzatore, 1-2 scaldacera, 3 lettini e 2 coperte termiche nel 60% dei casi.

CLUSTER 5 – ISTITUTI DI BELLEZZA LOCALIZZATI IN CENTRI COMMERCIALI AL DETTAGLIO

NUMEROSITÀ: 186

La localizzazione all'interno di centri commerciali al dettaglio rappresenta la principale caratteristica degli istituti di bellezza appartenenti al cluster. In merito alla tipologia di offerta, le attività di estetica risultano diversificate: depilazione provvisoria (21% dei ricavi), solarium corpo/viso (13%), trattamenti estetici per la cute ed il viso (13%) e per il corpo (10%), manicure/ricostruzione unghie/pedicure estetico (12%), massaggio manuale (11%) e la vendita di prodotti (10% per il 68% dei soggetti).

Le imprese sono, per il 57% dei casi, ditte individuali e, per il 43%, società.

La struttura, in cui operano mediamente 2-3 addetti, è di medie dimensioni ed è caratterizzata dalla presenza di spazi destinati esclusivamente all'attività di estetica di 65 mq, ai quali si affiancano, nel 66% dei casi, anche spazi destinati a spogliatoi e/o servizi docce di 10 mq e/o locali destinati ad ufficio/segreteria/reception di 11 mq.

Per l'approvvigionamento dei materiali di consumo, le imprese del cluster fanno ampio ricorso a produttori (67% degli acquisti).

La dotazione di beni strumentali è ampia e comprende: 1 vaporizzatore, 2 scaldacera, 3 lettini, 1-2 coperte termiche, 1 apparecchio per l'elettrodepilazione estetica nel 63% dei casi e 1 elettrostimolatore nel 62%. Per l'attività di solarium le imprese dispongono di 1-2 lettini nel 68% dei casi, 2 postazioni viso nel 60% e 1 doccia nel 52%.

CLUSTER 6 – ISTITUTI DI BELLEZZA DI GRANDI DIMENSIONI

NUMEROSITÀ: 256

Gli istituti di bellezza appartenenti a questo cluster si caratterizzano per la struttura di dimensioni nettamente superiori rispetto alla media del settore. Gli spazi destinati all'attività di estetica sono, difatti, pari a 141 mq, ai quali si affiancano 11 mq di spazi per spogliatoi e/o servizi docce e, nel 60% dei casi, 15 mq di locali adibiti a deposito e/o magazzino. Inoltre la struttura dispone di 12 mq di spazi destinati ad ufficio/segreteria/reception e, per il 61% dei casi, di 5 ml di scaffali per vendita ed esposizione di prodotti cosmetici. Le imprese sono equamente distribuite tra ditte individuali (51% dei casi) e società; gli addetti sono pari a 5 di cui 2-3 dipendenti.

L'offerta risulta orientata verso un'ampia gamma di servizi: depilazione provvisoria (16% dei ricavi), trattamenti estetici per la cute ed il viso (15%) e per il corpo (14%), massaggio manuale (11%), manicure/ricostruzione unghie/pedicure estetico (9%), solarium corpo/viso (9%), vendita di prodotti (9%), massaggio meccanico (8%) e depilazione definitiva (7% dei ricavi per il 63% dei casi).

Gli acquisti dei materiali di consumo avvengono soprattutto da produttori (66% degli acquisti) e da commercianti all'ingrosso (51% per il 60% dei soggetti).

Tra i beni in dotazione si rileva la presenza di: 1 vaporizzatore, 3 scaldacera, 6 lettini, 2 elettrostimolatori, 3 coperte termiche, 1 apparecchio per l'elettrodepilazione estetica, 1 apparecchio per pressomassaggi, 2 apparecchi per il trattamento di calore nel 63% dei casi, 1 laser estetico nel 57% e 2 apparecchi per massaggi elettrici nel 43%. Inoltre, per il servizio solarium, le imprese dispongono di una postazione viso, di 2 lettini nel 64% dei casi e di 1 doccia per oltre la metà.

Le spese per materiale di consumo tipico dell'attività e le spese per aggiornamento professionale presentano valori superiori alla media del settore.

CLUSTER 7 – ISTITUTI DI BELLEZZA SPECIALIZZATI NEL SERVIZIO DI SOLARIUM

NUMEROSITÀ: 380

Il cluster individua gli istituti di bellezza specializzati quasi esclusivamente nel servizio di solarium corpo/viso (91% dei ricavi).

Le imprese sono organizzate prevalentemente come società (81% dei casi); il numero totale di addetti è pari a 2-3.

Il canale utilizzato per l'approvvigionamento dei materiali di consumo è rappresentato dai commercianti all'ingrosso (82% degli acquisti per il 63% dei soggetti) e dai produttori (82% per il 49%).

In linea con la specificità del cluster, la dotazione di beni strumentali è pertinente al servizio solarium: 1 lettino, 2 docce e 4 postazioni viso.

CLUSTER 8 – ISTITUTI DI BELLEZZA CON OFFERTA PREVALENTE DI TRATTAMENTI PER LA CUTE E IL VISO

NUMEROSITÀ: 900

Il cluster concentra gli istituti di bellezza che realizzano la quota dei ricavi più elevata dai trattamenti estetici per la cute ed il viso (32% dei ricavi). Completano l'offerta, la depilazione provvisoria (18%), la manicure/ricostruzione unghie/pedicure estetico (11%), i trattamenti estetici per il corpo (15% per il 64% dei soggetti) ed il servizio solarium corpo/viso (10% per il 55%).

Si tratta di strutture di dimensioni contenute, articolate in 46 mq di superficie destinata all'attività di estetica. La forma giuridica adottata in prevalenza è la ditta individuale (85% dei casi) e per lo svolgimento dell'attività, si riscontra la presenza di 1-2 addetti.

La fonte principale di approvvigionamento è rappresentata dai produttori (88% degli acquisti per il 68% dei soggetti) e dai commercianti all'ingrosso (67% per il 55%).

I beni strumentali si compongono di 1 vaporizzatore, 1 scaldacera, 2-3 lettini; inoltre, circa la metà dei soggetti possiede anche 1-2 coperte termiche, 1 elettrostimolatore e 1 lettino solarium.

Coerentemente con la peculiarità del cluster, il 47% del costo totale dei materiali di consumo è riferito all'acquisto di creme per il trattamento viso.

CLUSTER 9 – ISTITUTI DI BELLEZZA IN FRANCHISING

NUMEROSITÀ: 128

L'elemento di maggiore caratterizzazione delle imprese appartenenti al cluster è la modalità organizzativa che risulta essere quella del franchising/affiliazione.

In merito alla tipologia di offerta, gli istituti di bellezza svolgono un'ampia gamma di attività: trattamenti estetici per il corpo (17% dei ricavi), depilazione provvisoria (15%), trattamenti estetici per la cute ed il viso (12%) e manicure/ricostruzione unghie/pedicure estetico (8%). Inoltre il 68% dei soggetti offre il servizio di solarium corpo/viso (19% dei ricavi), mentre per il 61% è significativa l'attività di vendita di prodotti (12%).

La struttura dispone di 61 mq di spazi destinati all'attività di estetica e di 10 mq di spazi per ufficio/segreteria/reception; nel 53% dei casi sono presenti 10 mq di spazi destinati a spogliatoi e/o servizi docce, mentre il 52% dei soggetti dispone di 3 ml di scaffali per la vendita ed esposizione di prodotti cosmetici.

Le imprese sono ripartite quasi equamente tra ditte individuali (55% dei casi) e società (45%); gli addetti sono pari a 2-3 e nel 59% dei casi è presente un dipendente.

I soggetti del cluster, oltre ad acquistare direttamente da produttori (73% degli acquisti per il 56% dei soggetti) e da commercianti all'ingrosso (48% per il 48%), coerentemente con la modalità organizzativa adottata, ricorrono anche al canale del franchisor/affiliante (71% degli acquisti per il 48% dei soggetti). Inoltre, la metà circa delle imprese presenta costi e spese addebitati da franchisor/affiliante per voci diverse dall'acquisto delle merci e prodotti (circa 1.600 euro).

I beni strumentali si compongono di 1 vaporizzatore, 2 scaldacera e 3 lettini, ai quali si affiancano, nel 68% dei casi, 2 coperte termiche e 2 elettrostimolatori, e nel 54% 2 apparecchi per il trattamento calore. Inoltre, per quanto riguarda il servizio solarium, sono presenti 1 lettino nel 59% dei casi, 1-2 postazioni viso nel 50% ed infine 1 doccia nel 48%.

CLUSTER 10 – ISTITUTI DI BELLEZZA SPECIALIZZATI IN MASSAGGI MANUALI

NUMEROSITÀ: 876

Il cluster raggruppa gli istituti di bellezza che realizzano quasi la metà dei ricavi (48%) con l'attività di massaggio manuale (shiatsu, ayurvedico, riflessogeno, etc.). A tale offerta le imprese affiancano maggiormente la depilazione provvisoria (12% dei ricavi), i trattamenti estetici per la cute ed il viso (10%) e la manicure/ricostruzione unghie/pedicure estetico (6%). Per il 64% dei soggetti, un ulteriore 13% dei ricavi deriva dai trattamenti estetici per il corpo.

La struttura presenta superfici destinate all'attività di estetica pari a 48 mq ai quali si aggiungono, per la metà circa dei soggetti, 7 mq di spazi destinati a spogliatoi e/o servizi docce e 10 mq di spazi per ufficio/segreteria/reception. Le imprese sono organizzate principalmente come ditte individuali (85% dei casi) con un totale addetti pari a 1-2.

Gli acquisti dei materiali di consumo avvengono soprattutto da produttori (67% degli acquisti). In linea con la specificità del cluster, il 52% del costo totale dei prodotti impiegati è riferito all'acquisto di creme e/o oli per il massaggio estetico.

Tra i beni in dotazione si rilevano: 1 vaporizzatore, 1 scaldacera, 3 lettini e nel 68% dei casi, 2 coperte termiche.

CLUSTER 11 – ISTITUTI DI BELLEZZA CON VENDITA DI PRODOTTI

NUMEROSITÀ: 502

Il cluster raggruppa gli istituti di bellezza con la più alta incidenza di ricavi provenienti dalla vendita di prodotti. Le tipologie merceologiche prevalentemente trattate sono i prodotti per il viso e/o corpo (16% dei ricavi) e i cosmetici per il make-up (6%).

All'attività di vendita si affiancano la depilazione provvisoria (15% dei ricavi), i trattamenti estetici per la cute ed il viso (13%), il massaggio manuale (10%), i trattamenti estetici per il corpo (9%), la manicure/ricostruzione unghie/pedicure estetico (8%) e il solarium corpo/viso (7%).

Coerentemente con la specificità del cluster, gli istituti di bellezza presentano spazi (13 mq) e scaffali (4 ml) destinati esclusivamente alla vendita e/o esposizione di prodotti cosmetici. Le strutture sono dotate, inoltre, di 57 mq di spazi adibiti all'attività di estetica e nel 66% dei casi, di 9 mq di superfici destinate a spogliatoi e/o servizi docce.

Le imprese sono organizzate principalmente come ditte individuali (73% dei casi); il numero totale di addetti è pari a 2 e nel 53% dei casi è presente personale dipendente.

Gli approvvigionamenti vengono effettuati in prevalenza presso produttori (71% degli acquisti).

I beni di cui dispongono per l'esercizio dell'attività sono pari a: 1 vaporizzatore, 2 scaldacera, 3 lettini, 1 coperta termica e 1 elettrostimolatore per il 69% dei soggetti. Inoltre, per il servizio solarium, le imprese dispongono di 1 lettino nel 53% dei casi, di 1 postazione viso nel 43% e di 1 doccia nel 41%.

CLUSTER 12 – ISTITUTI DI BELLEZZA CON OFFERTA ESTESA AL SERVIZIO DI SOLARIUM

NUMEROSITÀ: 570

Gli istituti di bellezza appartenenti al cluster offrono un'ampia gamma di servizi di estetica ma realizzano una parte significativa dei ricavi (39%) come solarium corpo/viso. A questa affiancano: la depilazione provvisoria (15% dei ricavi), i trattamenti estetici per la cute ed il viso (10%) e per il corpo (8%) e la manicure/ricostruzione unghie/pedicure estetico (7%).

La struttura si articola in 50 mq di spazi destinati all'attività ai quali si aggiungono, per il 58% dei soggetti, 8 mq di superfici destinate a spogliatoi e/o servizi docce e, per il 67% dei soggetti, 11 mq di spazi per ufficio/segreteria/reception. In tali strutture, operano 2-3 addetti e nel 53% dei casi è presente personale dipendente.

Le imprese del cluster sono organizzate come società di persone per il 54% dei soggetti, ditte individuali per il 32% e società di capitali per il restante 14%.

La fonte principale di approvvigionamento è rappresentata da produttori (58% degli acquisti) e da commercianti all'ingrosso (63% degli acquisti per il 61% dei soggetti).

Per l'attività di solarium, le imprese dispongono di 1 lettino, 1-2 docce e 3 postazioni viso. La dotazione di beni strumentali comprende, inoltre, 1 vaporizzatore, 2 scaldacera, 2 lettini e 1 elettrostimolatore per il 61% dei soggetti.

CLUSTER 13 – ISTITUTI DI BELLEZZA DI MEDIE DIMENSIONI

NUMEROSITÀ: 2.265

Appartengono a questo cluster gli istituti di bellezza contraddistinti da una struttura di medie dimensioni. La superficie destinata all'attività di estetica è pari a 71 mq e nel 60% circa delle imprese sono presenti anche 8 mq di superfici destinate a spogliatoi e/o servizi docce e 10 mq di spazi adibiti ad ufficio/segreteria/reception.

Si tratta di imprese organizzate perlopiù in forma di ditta individuale (70% dei soggetti); il numero totale di addetti è pari a 2 ed è presente 1 dipendente.

In merito alla tipologia di offerta, non si riscontra una specializzazione nell'ambito di una precisa attività di estetica; l'offerta, difatti, risulta estesa ad una ampia gamma di prestazioni: depilazione provvisoria (18% dei ricavi), trattamenti estetici per la cute ed il viso (15%), massaggio manuale (14%), manicure/ricostruzione unghie/pedicure estetico (13%), trattamenti estetici per il corpo (12%), solarium corpo/viso (9%). Nel 65% dei casi, a queste attività si affiancano il massaggio meccanico (10% dei ricavi) e la vendita di prodotti (9%).

Per quanto riguarda l'approvvigionamento dei materiali di consumo, risulta più frequente il ricorso ai produttori (68% degli acquisti), seguito dai commercianti all'ingrosso (55% degli acquisti per il 53% dei soggetti).

La dotazione di beni strumentali è ampia e comprende: 1 vaporizzatore, 2 scaldacera, 2 coperte termiche, 1 elettrostimolatore, 3 lettini, 1 apparecchio per l'elettrodepilazione estetica ed 1-2 apparecchi per il trattamento di calore nel 53% dei casi. Inoltre, per il servizio di solarium oltre la metà dei soggetti dichiara la presenza di 1 lettino, di 1 postazione viso e di 1 doccia.

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);

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.

- **incidenza percentuale dei costi e spese sui ricavi** = [(costo del venduto + costo per la produzione di servizi + spese per acquisti di servizi) * 100]/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:

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

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

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

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.

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 lavoratori a domicilio + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa + numero collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale + numero 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 lavoratori 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.

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

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 “Logaritmo in base 10 del (Costo del venduto + Costo per la produzione 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 della variabile “Logaritmo in base 10 del (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi)”.

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

TG33U

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8
Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi	1,1362	1,3210	1,4000	1,8907	1,0321	1,7255	1,9052	1,3180
Logaritmo in base 10 del (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi)	2.623,1037	2.101,3034	2.150,7318	1.179,5793	-	-	2.217,7143	1.826,6037
Spese per acquisti di servizi	2,0214	2,3171	1,7908	4,6850	1,0321	2,3221	2,4937	2,1227
Logaritmo in base 10 del (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi)	-	-	-	-	2.351,7778	-	-	-
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	0,8150	1,0956	0,8586	0,6725	1,1488	1,0084	0,6506	0,8441
Valore dei beni strumentali	-	-	-	-	-	0,1272	-	-
Radice quadrata del Valore dei beni strumentali	11,8120	18,3528	15,1878	18,8461	26,0015	-	19,8561	22,6827
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale e familiari diversi (numero normalizzato)	8.371,9731	7.186,6575	5.931,8886	9.651,7550	9.283,8366	9.864,3168	5.432,6000	7.006,2635
Soci e associati in partecipazione (numero normalizzato)	9.435,0122	7.186,6575	9.121,1879	9.651,7550	9.283,8366	9.864,3168	5.432,6000	7.746,2192
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) ponderato per il fattore correttivo ⁽¹⁾ relativo alle tariffe dei principali servizi	0,7464	0,6912	0,5294	-	-	-	-	0,8203
(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	-	-	-	-	1,3578	-	-	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) relativo alla Vendita di prodotti	-	-	-	-	-	-	-	-
Totale mq degli spazi destinati all'attività di estetista	-	-	20,8802	-	-	-	-	-

- 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

TG33U

CORRETTIVI TERRITORIALI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8
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>	-601,1839	-	-436,8796	-	-	-	-	-742,0927
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>	-601,1839	-	-436,8796	-	-	-	-	-742,0927

- 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

TG33U

VARIABILI	CLUSTER 9	CLUSTER 10	CLUSTER 11	CLUSTER 12	CLUSTER 13
Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi	1,5231	1,0250	1,2705	1,3693	1,5850
Logaritmo in base 10 del (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi)	1.894,5593	2.141,4806	2.121,9133	1.030,4782	1.879,3826
Spese per acquisti di servizi	2,6611	2,0972	1,9302	2,3831	2,0436
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	0,7717	0,9508	0,9187	0,9149	0,8418
Valore dei beni strumentali	-	-	0,0784	-	-
Radice quadrata del Valore dei beni strumentali	20,3930	15,1627	-	29,8033	27,6059
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale e familiari diversi (numero normalizzato)	20.195,6890	9.080,3991	5.675,9622	9.321,1448	8.484,3319
Soci e associati in partecipazione (numero normalizzato)	20.195,6890	9.080,3991	8.554,2819	9.321,1448	9.691,5218
(Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi) ponderato per il fattore correttivo ⁽¹⁾ relativo alle tariffe dei principali servizi	-	1,0751	0,8920	1,1916	0,2969
(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	-	-	-0,4740	-	-
Totale mq degli spazi destinati all'attività di estetista	-	24,7336	-	-	-

- 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

TG33U

CORRETTIVI TERRITORIALI	CLUSTER 9	CLUSTER 10	CLUSTER 11	CLUSTER 12	CLUSTER 13
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>	-	-854,8208	-	-	-
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>	-	-854,8208	-	-	-

- 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
- Numero di collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa
- Percentuale di lavoro prestato dai collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale
- Percentuale di lavoro prestato dai familiari diversi da quelli di cui al rigo precedente che prestano attività nell'impresa
- Percentuale di lavoro prestato dagli associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa
- Percentuale di lavoro prestato dagli associati in partecipazione diversi da quelli di cui al rigo precedente
- Percentuale di lavoro prestato dai soci con occupazione prevalente nell'impresa
- Percentuale di lavoro prestato dai soci diversi da quelli di cui al rigo precedente
- Numero di amministratori non soci

QUADRO B DEL QUESTIONARIO:

- Spazi destinati all'attività di estetista (Mq)
- Spazi destinati esclusivamente alla vendita e/o esposizione di prodotti cosmetici (Mq)
- Localizzazione (1=autonoma; 2=esercizio inserito in un centro commerciale; 3=esercizio inserito in una struttura ricettiva alberghiera e/o extra alberghiera; 4=esercizio inserito in una struttura sportiva; 5=esercizio inserito in uno studio medico)
- Tipologia dell'esercizio (1=negozio; 2=appartamento; 3=altro)
- Uso promiscuo dell'abitazione

QUADRO D DEL QUESTIONARIO:

- Modalità organizzativa: Franchising/affiliato
- Tipologia dell'attività e prodotti offerti: Massaggio manuale (shiatsu, ayurvedico, riflessogeno, etc.)
- Tipologia dell'attività e prodotti offerti: Trattamenti estetici per la cute e il viso (pulizia viso, trattamenti tricologici, etc.)
- Tipologia dell'attività e prodotti offerti: Manicure/ricostruzione unghie/pedicure estetico
- Tipologia dell'attività e prodotti offerti: Depilazione provvisoria (ceretta, pinza, etc.)
- Tipologia dell'attività e prodotti offerti: Depilazione definitiva (elettrocoagulazione, laser)
- Tipologia dell'attività e prodotti offerti: Solarium corpo/viso
- Tipologia dell'attività e prodotti offerti: Vendita di prodotti cosmetici per il make-up
- Tipologia dell'attività e prodotti offerti: Vendita di prodotti per il trattamento di viso e/o corpo (anticellulite, esfolianti, idratanti, abbronzanti, etc.)
- Tipologia dell'attività e prodotti offerti: Vendita di prodotti per la cute ed i capelli (shampoo, balsamo, creme ristrutturanti, lacche, gel, etc.)
- Tipologia dell'attività e prodotti offerti: Vendita di altri prodotti (profumi, oli ed essenze naturali, candele, etc.)
- Consumi: Crema e/o olio per il massaggio estetico

- Consumi: Crema per il trattamento viso

QUADRO E DEL QUESTIONARIO:

- Solarium: Docce – Numero

QUADRO E DEL MODELLO ALLEGATO ALLA DICHIARAZIONE:

- Laser estetico – Numero
- Solarium: Viso – Numero.