

ALLEGATO 2

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

EVOLUZIONE

STUDIO DI SETTORE TG58U

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 SG58U.

Oggetto dello studio sono le attività economiche rispondenti ai codici ATECOFIN 2004:

- 55.22.0 – Campeggi ed aree attrezzate per roulotte;
- 55.23.1 – Villaggi turistici.

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 2003.

I contribuenti interessati sono risultati pari a 1.823.

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 191 posizioni.

I principali motivi di scarto sono stati:

- ricavi dichiarati maggiori di 5.164.569 euro;
- quadro F (elementi contabili) non compilato;
- quadro B (elementi strutturali) non compilato;
- presenza di attività secondarie con un'incidenza sui ricavi complessivi superiore al 20%;
- errata compilazione delle percentuali relative ai servizi e tipo di offerta (quadro D);
- errata compilazione delle percentuali relative al tipo di utenza (quadro D);
- 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 1.632.

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.

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.

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, ai diversi servizi offerti, ai vari tipi di utenza, 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 nove gruppi omogenei di imprese.

DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Lo studio in questione analizza il settore dei campeggi, delle aree attrezzate per roulotte e dei villaggi turistici nell'ambito del quale sono stati individuati differenti modelli di business utilizzando i seguenti fattori discriminanti:

- **tipologia dell'offerta e caratteristiche della struttura:** le imprese sono distinte sulla base della tipologia dell'offerta alla quale corrisponde una determinata dotazione della struttura ricettiva; in particolare i modelli individuati sono:
 - villaggi turistici con offerta prevalente e dotazione di unità abitative, quali tukul, gusci, capanni, bungalow, monocali, bilocali, trilocali e oltre (cluster 1);
 - campeggi caratterizzati dall'offerta prevalente e dalla disponibilità di piazzole, posti equipaggio (cluster 4, 5, 6, 7, 8 e 9);
 - villaggi turistici con servizio di pensione completa o di mezza pensione, caratterizzati dalla presenza di unità abitative e dall'offerta prevalente del servizio di pensione completa (cluster 2);
 - camping village con offerta mista e struttura ricettiva composta sia da piazzole (posti equipaggio) che da unità abitative (cluster 3).
- **tipologia di utenza:** con riferimento ai campeggi è stato possibile individuare due ulteriori modelli di business sulla base della tipologia di utenza prevalente; in particolare sono emersi i campeggi di transito con utenza a breve sosta, fino a tre giorni (cluster 7) e i campeggi che operano principalmente a forfait mensili/stagionali/annuali con periodo di apertura superiore alla media del settore (cluster 4).
- **gestione diretta di servizi accessori:** sono stati distinti i campeggi che gestiscono direttamente servizi accessori, quali ristorante, bar e spaccio alimentare (cluster 6).
- **dimensione:** il fattore dimensionale espresso in termini di numero di addetti, di piazzole (posti equipaggio) e di attrezzature ricettive (gabinetti, docce chiuse e punti distribuzione acqua) ha permesso di differenziare i campeggi grandi (cluster 8) da quelli medi (cluster 5) e piccoli (cluster 9).

Nelle successive descrizioni dei cluster emersi dall'analisi, salvo segnalazione contraria, l'indicazione di valori numerici riguarda valori medi. Le frequenze relative ai dipendenti, anche per il calcolo del totale di addetti, sono state normalizzate all'anno in base al numero delle giornate retribuite.

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

CLUSTER 1 – VILLAGGI TURISTICI

NUMEROSITÀ: 165

Il cluster in questione è formato da villaggi turistici con offerta quasi esclusiva di unità abitative (tukul, gusci, capanni, bungalow, monolocali, bilocali, trilocali, ecc.) dalla quale deriva il 90% dei ricavi.

Per quanto concerne le caratteristiche della struttura ricettiva, le imprese del cluster dispongono di 47 bungalow e appartamenti, suddivisi in prevalenza tra bilocali e trilocali ed oltre, e, nel 27% dei casi, di 45 piazzole (posti equipaggio). Il numero complessivo di presenze registrate è pari a circa 10.000.

Le dimensioni della struttura sono abbastanza contenute e raramente sono presenti aree per la ristorazione (ristorante, self-service, ecc.) e bar con servizio ai tavoli (a gestione diretta); nella metà circa dei villaggi è presente invece un'area per impianti sportivi di 1.087 mq e una piscina (a gestione diretta). Tra i servizi accessori alcuni villaggi presentano quello di animazione (il 35% dichiara 4 animatori).

Per quanto riguarda la classificazione, oltre il 50% delle strutture è contrassegnato con tre stelle, il 25% con due e il 12% con quattro.

Nella maggioranza dei casi l'attività ha carattere stagionale (apertura fino a 3 o fino a 6 mesi) e il villaggio è collocato ad una distanza dal mare non superiore a 500 metri. L'utenza ha finalità quasi esclusiva di soggiorno-vacanza.

Per la promozione dell'attività turistica alcuni villaggi ricorrono all'intermediazione di agenzie/tour operator (59% dei ricavi nel 34% dei casi).

Le imprese sono in prevalenza società (32% di persone e 44% di capitali) ed occupano 3 o 4 addetti, di cui 2 dipendenti.

CLUSTER 2 – VILLAGGI TURISTICI CON SERVIZIO DI PENSIONE COMPLETA O DI MEZZA PENSIONE

NUMEROSITÀ: 138

Il cluster raggruppa i soggetti che si caratterizzano sia per l'offerta prevalente del servizio di pensione completa (38% dei ricavi) e/o di mezza pensione (17%) sia per la dotazione di unità abitative dalle quali deriva il 37% dei ricavi nel 62% dei casi.

La struttura ricettiva si compone di 70 bungalow e appartamenti, in prevalenza monolocali e bilocali e, nel 38% dei casi, di 80 piazzole (posti equipaggio) per un totale di presenze registrate pari a circa 18.000.

Coerentemente con la tipologia di offerta sono presenti un'area per la ristorazione (ristorante, self-service, ecc.) di 355 mq, un ristorante con servizio ai tavoli (a gestione diretta) con 176 posti a sedere tra interni ed esterni e, nel 62% dei casi, bar (a gestione diretta) con servizio ai tavoli.

La gran parte dei villaggi dispone inoltre di un'area per impianti sportivi di circa 2.400 mq e di una piscina (a gestione diretta) e offre il servizio di animazione realizzato con 6 animatori.

In linea con la varietà dei servizi accessori i soggetti del cluster sono classificati nella maggioranza dei casi con tre stelle (62%) o quattro stelle (15%) e talvolta con due stelle (20% dei casi).

L'attività è rivolta ad un'utenza con finalità prevalente di soggiorno-vacanza (81% dei ricavi); l'ubicazione principale dei villaggi è in prossimità di mare e spiagge ad una distanza inferiore a 500 metri.

Per la promozione della struttura il 38% delle imprese ricorre all'intermediazione di agenzie/tour operator (48% dei ricavi).

Le imprese del cluster sono soprattutto società (48% di capitali e 32% di persone) e impiegano, nello svolgimento dell'attività, 10 o 11 addetti di cui 8 o 9 dipendenti.

CLUSTER 3 – CAMPING VILLAGE

NUMEROSITÀ: 216

Il cluster raggruppa i soggetti che si caratterizzano per l'offerta mista di piazzole (46% dei ricavi) e unità abitative, tukul, gusci, capanni, bungalow, monolocali, bilocali, trilocali e oltre (39%).

In linea con la tipologia dell'offerta, le strutture ricettive sono dotate di 97 piazzole (posti equipaggio) e 24 bungalow e appartamenti, in prevalenza bilocali e monolocali. Il totale di presenze registrate è circa 15.400.

Nella maggioranza dei casi sono presenti un'area per impianti sportivi di 1.069 mq, un'area per la ristorazione (ristorante, self-service, ecc.) di 160 mq e più raramente un bar (a gestione diretta) con servizio ai tavoli. Un terzo circa degli operatori offre il servizio di animazione con il ricorso a 3 animatori.

Tra le attrezzature ricettive si annoverano 23 gabinetti, 14 docce chiuse con acqua calda e 17 punti distribuzione acqua.

La maggior parte delle imprese sono contrassegnate con tre (42% dei casi) e due stelle (38%).

Le strutture sono situate prevalentemente in località balneari ad una distanza dal mare inferiore a 500 metri.

Gli utenti ricorrono alla struttura soprattutto per periodi di soggiorno-vacanza (66% dei ricavi) e in parte per brevi soste, fino a tre giorni (20%).

Le imprese sono in prevalenza società (41% di persone e 28% di capitali) e in misura contenuta ditte individuali (31%) ed impiegano un numero di addetti pari a 3 o 4 di cui 2 dipendenti.

CLUSTER 4 – CAMPEGGI CON PREVALENTE UTENZA A FORFAIT

NUMEROSITÀ: 315

Il presente cluster è formato dai campeggi che si contraddistinguono per l'offerta di piazzole (84% dei ricavi) ad utenti prevalentemente a forfait mensili/stagionali/annuali (82%). Le presenze complessivamente registrate sono pari a circa 10.000.

Coerentemente con la tipologia di utenza la maggior parte dei soggetti appartenenti al cluster presenta un periodo di apertura più lungo rispetto alla media degli altri campeggi (solo il 6% dei soggetti dichiara un'apertura stagionale fino a 3 mesi e il 20% fino a 6 mesi).

Le strutture ricettive si compongono di 102 piazzole (posti equipaggio), con e senza posti auto, e, nel 34% dei casi, di 10 bungalow e appartamenti (monolocali, bilocali, trilocali e oltre). Per quanto concerne le attrezzature ricettive sono presenti 20 gabinetti, 11 docce chiuse con acqua calda e 23 punti distribuzione acqua.

Nel 40% circa dei casi la struttura è dotata di un'area per impianti sportivi (1.035 mq) e di un bar (a gestione diretta) con servizio ai tavoli.

In linea con la limitata offerta di servizi accessori, la maggioranza dei campeggi sono contrassegnati con due stelle (51% dei casi) e una stella (26%).

Le imprese del cluster sono soprattutto società (48% di persone e 19% di capitali) e, in misura minore, ditte individuali (33%) e occupano 2 o 3 addetti.

CLUSTER 5 – CAMPEGGI DI MEDIE DIMENSIONI

NUMEROSITÀ: 113

Al cluster appartengono le imprese che offrono in prevalenza piazzole (68% dei ricavi) e, in misura contenuta, unità abitative, tukul, gusci, capanni, bungalow, monolocali, bilocali, trilocali ed oltre (21%); il 38% dei soggetti realizza parte dei ricavi dall'affitto di tende, caravan e roulotte (14%).

Si tratta di campeggi di medie dimensioni con un numero di presenze pari a circa 47.500 e una struttura composta da 259 piazzole (posti equipaggio), con e senza posti auto, 27 bungalow e appartamenti (monolocali, bilocali, trilocali e oltre) e circa 20 caravan, roulotte da affittare nel 52% dei casi. Le attrezzature ricettive comprendono 58 gabinetti, 40 docce chiuse con acqua calda e 53 punti distribuzione acqua.

Per quanto concerne i servizi accessori, i campeggi dispongono di un'area per impianti sportivi di circa 2.700 mq, di un'area ristorazione (ristorante, self-service, ecc.) di 262 mq e, nel 56% dei casi, di una piscina (a gestione diretta); la metà dei soggetti offre inoltre il servizio di animazione con 4 animatori.

In linea con la varietà dei servizi offerti le imprese del cluster sono contrassegnate prevalentemente con tre (58% dei casi) o quattro stelle (19%); il 53% dei soggetti ha indicato di affidare a terzi la gestione di servizi interni alla struttura (bar, ristorante, spaccio alimentare, ecc.).

Le strutture sono localizzate in prevalenza a una distanza dal mare inferiore a 500 metri e nella maggior parte dei casi l'attività è stagionale; l'utenza è in primo luogo di soggiorno/vacanza (57% dei ricavi) e, in secondo luogo, di breve sosta fino a 3 giorni (22%) e a forfait mensili/stagionali/annuali (21%).

Coerentemente con la dimensione, le imprese del cluster sono quasi esclusivamente società (60% di capitali e 33% di persone) e occupano 7 o 8 addetti di cui 5 o 6 dipendenti.

CLUSTER 6 – CAMPEGGI CON SERVIZI ACCESSORI A GESTIONE DIRETTA

NUMEROSITÀ: 154

Al cluster appartengono i campeggi la cui caratteristica principale è data dalla presenza di servizi accessori a gestione diretta dai quali deriva una parte dei ricavi; l'offerta si compone, infatti, di piazzole (43% dei ricavi) e unità abitative (15%), alle quali si aggiungono il servizio bar (12%), il ristorante (12%) e lo spaccio alimentare (10%).

Le strutture ricettive registrano nel complesso circa 26.300 presenze e sono dotate di 166 piazzole (posti equipaggio), in prevalenza con posto auto, 20 bungalow e appartamenti (monolocali, bilocali, trilocali ed oltre) e, nel 42% dei casi, 20 caravan, roulotte da affittare. Tra le attrezzature ricettive, si contano 35 gabinetti, 22 docce chiuse con acqua calda e 35 punti distribuzione acqua.

Per la ristorazione è disponibile un'area di 198 mq con circa 80 posti a sedere tra interni ed esterni. Nel 60% dei casi è presente altresì un'area per impianti sportivi di circa 1.900 mq e, nel 36%, è offerto il servizio di animazione con 3 o 4 animatori.

In linea con la varietà dei servizi accessori le strutture sono contrassegnate principalmente con tre stelle (54% dei casi) o quattro stelle (11%) e, a volte, con due stelle (27%).

I campeggi sono localizzati in prevalenza a una distanza dal mare inferiore a 500 metri; l'utenza è soprattutto di soggiorno/vacanza (56% dei ricavi) e, in misura minore, di breve sosta, fino a 3 giorni (30%) e a forfait mensili/stagionali/annuali (14%).

Si tratta in prevalenza di società (42% di persone e 40% di capitali); nell'attività sono coinvolti 6 o 7 addetti di cui 5 dipendenti.

CLUSTER 7 – CAMPEGGI DI TRANSITO

NUMEROSITÀ: 175

Al cluster appartengono i campeggi che si caratterizzano per l'offerta prevalente di piazzole (78% dei ricavi) a un'utenza di transito, generalmente con un periodo di sosta breve fino a tre giorni (80% dei ricavi).

Si tratta di campeggi di modeste dimensioni con un numero di presenze inferiore alla media di settore (7.600 circa) e una classificazione prevalente delle strutture a una (41% dei casi) e due stelle (41%).

Le strutture ricettive si compongono di 83 piazzole (posti equipaggio), in prevalenza con posto auto, e raramente di bungalow e appartamenti (12 nel 37% dei casi); alcuni campeggi dispongono di caravan, roulotte da affittare (6 nel 30% dei casi).

Le attrezzature ricettive comprendono 16 gabinetti, 9 docce chiuse con acqua calda e 11 punti distribuzione acqua.

Per quanto riguarda i servizi accessori, solamente il 30% circa dei soggetti dispone di un'area per ristorazione (114 mq) e/o di un bar con servizio ai tavoli (a gestione diretta) e/o di uno spaccio alimentare. Il 42% delle strutture è dotato di camper service.

Le imprese del cluster sono sia società (27% di capitali e 26% di persone), sia ditte individuali (47%) ed occupano 2 o 3 addetti.

CLUSTER 8 – CAMPEGGI DI GRANDI DIMENSIONI

NUMEROSITÀ: 94

Le imprese di questo cluster sono campeggi di grandi dimensioni in termini di struttura ricettiva e di volume di presenze registrate (circa 111.600), entrambi superiori alla media del settore. L'offerta è composta in prevalenza da piazzole (68% dei ricavi) e, in misura contenuta, da unità abitative, tukul, gusci, capanni, bungalow, monolocali, bilocali, trilocali ed oltre (20%); il 36% dei soggetti realizza una parte dei ricavi dall'affitto di tende, caravan e roulotte (13%).

In linea con la tipologia dell'offerta le strutture ricettive comprendono 511 piazzole (posti equipaggio), prevalentemente con posto auto, 46 bungalow e appartamenti e, nel 51% dei casi, 51 caravan, roulotte da affittare. Sono presenti altresì un'area per impianti sportivi (circa 6.000 mq) e un'area per la ristorazione (400 mq). Le strutture ricettive sono dotate inoltre di 104 gabinetti, 76 docce chiuse con acqua calda e 145 punti distribuzione acqua.

Nella maggioranza dei casi è previsto un camper service ed è presente una piscina (a gestione diretta); il 47% delle strutture offre il servizio di animazione per il quale sono presenti 7 animatori.

Coerentemente con la varietà dei servizi offerti la maggioranza delle strutture è contrassegnata con tre (41% dei casi) e quattro stelle (29%); il 56% dei soggetti dichiara di affidare a terzi la gestione di servizi interni alla struttura (bar, ristorante, spaccio alimentare, ecc.).

L'attività ha carattere prevalentemente stagionale ed è rivolta ad un'utenza rappresentata soprattutto da turisti in soggiorno/vacanza (52% dei ricavi) e, a seguire, da utenti a forfait mensili/stagionali/annuali (34%) e per brevi soste, fino a tre giorni (14%). La localizzazione principale della struttura è a una distanza dal mare inferiore a 500 metri.

Coerentemente con la dimensione, le imprese sono quasi esclusivamente società, in prevalenza di capitali (76% dei casi) e in misura inferiore di persone (21%), e occupano 14 addetti di cui 11 dipendenti.

CLUSTER 9 – CAMPEGGI DI PICCOLE DIMENSIONI

NUMEROSITÀ: 253

Il presente cluster è formato dai campeggi di dimensioni ridotte; l'offerta è rappresentata principalmente da piazzole (85% dei ricavi) e le presenze registrate sono inferiori alla media di settore (circa 14.700).

Le strutture ricettive presentano una dotazione quasi esclusiva di piazzole (posti equipaggio), in prevalenza con posto auto, pari a 108. Alcuni campeggi dispongono di caravan, roulotte da affittare (8 nel 32% dei casi), di un'area per impianti sportivi (973 mq nel 34%) e di un'area per la ristorazione (119 mq nel 32%). Le attrezzature ricettive sono rappresentate da 22 gabinetti, 12 docce chiuse con acqua calda e 17 punti distribuzione acqua.

La maggior parte delle strutture sono contrassegnate con due stelle (47% dei casi) e una stella (28%) e il 50% circa sono ubicate ad una distanza dal mare inferiore a 500 metri; i campeggi accolgono soprattutto utenti con finalità di soggiorno/vacanza (54% dei ricavi) e secondariamente utenti per brevi soste, fino a tre giorni (24%) e a forfait mensili/stagionali/annuali (22%).

Coerentemente con la dimensione le imprese sono in prevalenza società di persone (46% dei casi) e ditte individuali (38%) ed impiegano nell'attività 2 o 3 addetti di cui 1 dipendente.

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 delle attività in esame:

- **valore aggiunto per addetto** = (ricavi - costo del venduto - costo per la produzione di servizi - spese per acquisti di servizi)/(numero addetti⁵ * 1.000);

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.

- **ricavo medio per presenza relativo all'attività ricettiva** = [(piazze + unità abitative + mezza pensione + pensione completa + affitto tende, caravan o roulotte)⁶ * ricavi/100]/(numero totale di presenze).

Per ogni gruppo omogeneo, distintamente per imprese con e senza personale dipendente per il “**valore aggiunto per addetto**” e per forma giuridica per il “**ricavo medio per presenza relativo all'attività ricettiva**”, è stata calcolata la distribuzione ventile di ciascuno degli indicatori precedentemente definiti.

Successivamente, 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 per addetto** sono stati scelti i seguenti intervalli:

- dal 2° al 18° ventile, per il cluster 1;
- dal 1° al 19° ventile, per il cluster 2;
- dal 2° al 19° ventile, per i cluster 3, 7, 9;
- non sono stati effettuati tagli per il cluster 4;
- dal 1° ventile, per i cluster 5, 6;
- fino al 19° ventile, per il cluster 8.

Per il **ricavo medio per presenza relativo all'attività ricettiva** sono stati scelti i seguenti intervalli:

- dal 3° al 19° ventile, per i cluster 1, 3, 9;
- dal 1° al 19° ventile, per i cluster 2, 5;
- fino al 18° ventile, per il cluster 4;
- dal 2° al 19° ventile, per i cluster 6, 7, 8.

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 analizzato anche l'effetto dovuto:

- alle caratteristiche di stagionalità;
- alla distanza dal mare della struttura ricettiva;
- all'influenza della fascia qualitativa e all'ubicazione della struttura ricettiva.

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 dipendenti a tempo pieno + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero (ditte individuali) 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 dipendenti a tempo pieno + numero dipendenti a tempo parziale + numero apprendisti + numero (società) 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.

⁶I servizi offerti alla clientela sono espressi in percentuale sul totale dei ricavi.

Le caratteristiche di stagionalità sono state colte ponderando⁷ alcune variabili in base ai giorni di apertura della struttura ricettiva.

Tale ponderazione è stata applicata alle seguenti variabili:

- “Valore dei beni strumentali”;
- “Numero totale di piazzole (posti equipaggio)”;
- “Numero totale di bungalow e appartamenti”.

Nella definizione della “funzione di ricavo” si è tenuto conto delle possibili differenze di risultati economici legate alla posizione della struttura ricettiva. A tal fine la prossimità della struttura ricettiva al mare è stata rappresentata come variabile dummy ed è stata analizzata la sua interazione con la variabile “Valore dei beni strumentali”.

L'utilizzo di tale variabile ha consentito di ottenere dei valori correttivi da applicare, nella stima del ricavo di riferimento, al coefficiente della variabile “Valore dei beni strumentali”.

Inoltre, al fine di cogliere le differenze legate alla fascia qualitativa del servizio offerto e le differenze connesse all'ubicazione della struttura ricettiva, nella definizione della “funzione di ricavo”, si è tenuto conto delle tariffe dei principali servizi indicate dai contribuenti. Il livello delle tariffe della singola struttura ricettiva, raffrontato con i valori di riferimento individuati per il settore, ha permesso di identificare correttivi da applicare al coefficiente della variabile “Numero totale di presenze”.

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 Discriminante⁸;
- 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 Il fattore di ponderazione è pari al rapporto tra il numero di giorni di apertura della struttura ricettiva in cui sono registrate presenze e 365.

⁸ 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

TG58U

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5
Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi	1,3750	1,1413	1,0682	1,0326	1,1590
Logaritmo in base 10 del (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi)	-	-	2.654,9180	-	-
Spese per acquisti di servizi	1,2123	1,0532	0,9867	0,6422	1,8456
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	0,6395	1,0956	0,9699	0,5723	0,6118
Valore dei beni strumentali ponderato per i giorni di apertura con presenze	0,1799	0,1261	0,1387	0,1960	0,1268
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale e familiari diversi (numero normalizzato)	-	-	18.975,4563	-	-
Soci e associati in partecipazione (numero normalizzato)	-	-	18.975,4563	-	-
Numero totale di Presenze	5,8179	3,4425	2,1478	4,3780	2,6116
Numero totale di Presenze "Quota fino a 6 mila"	-	-	-	2,8616	-
Numero totale di Presenze relativo a "Forfait mensili/stagionali/annuali"	-	-	-	-	-
Numero totale di Presenze ponderato per il fattore correttivo ⁽¹⁾ relativo alle tariffe applicate	10,5611	9,2057	11,0800	-	8,5721
Numero totale di Piazzole (posti equipaggio) ponderato per i giorni di apertura con presenze	-	-	-	201,1418	412,0131
Numero totale di Bungalow e appartamenti ponderato per i giorni di apertura con presenze	1.895,0324	1.532,8287	1.861,1216	-	-
Valore dei beni strumentali ponderato per i giorni di apertura con presenze, relativo a strutture con distanza dal mare fino a 200 metri o fino a 500 metri	-	-	0,1007	-	-

- 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 applicate 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

TG58U

VARIABILI	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8	CLUSTER 9
Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi	1,2911	0,8203	0,6857	1,1748
Logaritmo in base 10 del (Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi)	4.219,9774	1.943,8593	-	2.062,4149
Spese per acquisti di servizi	1,7431	0,6727	0,6857	1,3262
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	0,6337	0,9342	1,3315	0,6090
Valore dei beni strumentali ponderato per i giorni di apertura con presenze	0,0623	0,1541	0,1993	0,0742
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale e familiari diversi (numero normalizzato)	-	-	-	7.188,6341
Soci e associati in partecipazione (numero normalizzato)	-	-	-	7.188,6341
Numero totale di Presenze	3,7123	3,6298	2,3003	4,5846
Numero totale di Presenze "Quota fino a 6 mila"	-	-	-	-
Numero totale di Presenze relativo a "Forfait mensili/stagionali/annuali"	-	-	-	- 1,1770
Numero totale di Presenze ponderato per il fattore correttivo ⁽¹⁾ relativo alle tariffe applicate	6,2324	5,8887	7,2716	2,2826
Numero totale di Piazzole (posti equipaggio) ponderato per i giorni di apertura con presenze	-	181,5141	342,8852	158,9003
Numero totale di Bungalow e appartamenti ponderato per i giorni di apertura con presenze	-	-	-	-
Valore dei beni strumentali ponderato per i giorni di apertura con presenze, relativo a strutture con distanza dal mare fino a 200 metri o fino a 500 metri	-	0,0738	-	0,0541

- 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 applicate 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.

ALLEGATO 2.B

VARIABILI DELL'ANALISI DISCRIMINANTE

QUADRO A DEL MODELLO ALLEGATO ALLA DICHIARAZIONE:

- Numero delle giornate retribuite per i dipendenti a tempo pieno
- Numero delle giornate retribuite per i dipendenti a tempo parziale
- Numero delle giornate retribuite per gli apprendisti
- Numero delle giornate retribuite per gli assunti con contratto di formazione e lavoro o a termine e lavoratori a domicilio

QUADRO B DEL MODELLO ALLEGATO ALLA DICHIARAZIONE:

- Dimensioni della struttura ricettiva: Area per impianti sportivi (Mq)
- Dimensioni della struttura ricettiva: Area ristorazione (ristorante, self-service, ecc.) (Mq)
- Caratteristiche della struttura ricettiva: Piazzole (posti equipaggio) senza posto auto – Numero
- Caratteristiche della struttura ricettiva: Piazzole (posti equipaggio) con posto auto – Numero
- Bungalow e appartamenti: Monocali con bagno – Numero
- Bungalow e appartamenti: Monocali senza bagno – Numero
- Bungalow e appartamenti: Bilocali con bagno – Numero
- Bungalow e appartamenti: Bilocali senza bagno – Numero
- Bungalow e appartamenti: Trilocali ed oltre con bagno – Numero
- Bungalow e appartamenti: Trilocali ed oltre senza bagno – Numero
- Attrezzature ricettive: Gabinetti – Numero
- Attrezzature ricettive: Docce chiuse con acqua calda – Numero
- Attrezzature ricettive: Punti distribuzione acqua – Numero

QUADRO D DEL MODELLO ALLEGATO ALLA DICHIARAZIONE:

- Servizi e tipo di offerta: Piazzole (posti equipaggio)
- Servizi e tipo di offerta: Unità abitative (tukul, gusci, capanni, bungalow, monocali, bilocali, trilocali ed oltre)
- Servizi e tipo di offerta: Mezza pensione
- Servizi e tipo di offerta: Pensione completa
- Servizi e tipo di offerta: Spaccio alimentare
- Servizi e tipo di offerta: Ristorazione (ristorante/self-service)
- Servizi e tipo di offerta: Bar
- Tipo di utenza: Breve sosta (fino a 3 giorni)
- Tipo di utenza: Forfait mensili/stagionali/annuali
- Addetti all'attività dell'impresa: Animatori – Numero.