

ALLEGATO 9

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

STUDIO DI SETTORE SM86U

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

CRITERI PER LA COSTRUZIONE DELLO STUDIO DI SETTORE

Di seguito vengono esposti i criteri seguiti per la costruzione dello studio di settore.

Oggetto dello studio è l'attività economica:

- 52.63.2 – Commercio effettuato per mezzo di distributori automatici.

La finalità perseguita è di determinare un “ricavo potenziale” tenendo conto non solo di variabili contabili, ma anche di variabili strutturali in grado di determinare il risultato di un'impresa.

A tale scopo, nell'ambito dello studio, vanno individuate le relazioni tra le variabili contabili e le variabili strutturali, per analizzare i possibili processi produttivi e i diversi modelli organizzativi impiegati nell'espletamento dell'attività.

Al fine di conoscere le informazioni relative alle strutture produttive in oggetto si è progettato ed inviato ai contribuenti interessati un questionario per rilevare tali informazioni (il codice del questionario relativo allo studio in oggetto è SM86).

Il numero dei questionari inviati è stato pari a 1.320. I questionari restituiti sono stati 1.195, pari al 90,5% degli inviati.

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

Tali analisi hanno comportato, ai fini della definizione dello studio, lo scarto di 305 questionari, pari al 25,5% dei questionari rientrati.

I principali motivi di scarto sono stati:

- ricavi dichiarati maggiori di 5.164.569 euro (10 miliardi di lire);
- quadro M del questionario (elementi contabili) non compilato;
- presenza di attività secondarie con un'incidenza sui ricavi complessivi superiore al 20%;
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia di attività e servizi offerti (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia dell'offerta (quadro G del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative alla modalità di acquisto (quadro H del questionario);
- incongruenze fra i dati strutturali e i dati contabili contenuti nel questionario.

A seguito degli scarti effettuati, il numero dei questionari oggetto delle successive analisi è risultato pari a 890.

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 di cui si compone il questionario ad eccezione del quadro M che contiene gli stessi dati contabili presenti nella dichiarazione dei redditi. Tale scelta nasce dall'esigenza di caratterizzare le imprese in base ai possibili modelli organizzativi, alle diverse tipologie dell'offerta, 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 cinque gruppi omogenei di imprese.

DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Le aziende operanti in questo settore si occupano della somministrazione di alimenti e bevande e della vendita di prodotti non deperibili, attraverso il sistema dei distributori automatici.

Le macchine sono installate nella maggior parte dei casi in uffici, aziende, luoghi pubblici e comunità in genere. Per quanto riguarda il mercato di riferimento delle aziende operanti in questo settore è importante quindi fare una distinzione tra le macchine ubicate in luoghi ad accesso limitato e quelle ubicate in luoghi senza limitazioni di accesso al pubblico.

Talvolta queste imprese commerciali affiancano all'attività di vendita e somministrazione l'offerta di servizi a terze imprese. I servizi offerti sono rappresentati nella maggior parte dei casi dalla manutenzione dei distributori automatici e dall'approvvigionamento/assortimento prodotti.

L'analisi svolta per le imprese appartenenti a questo settore ha permesso di classificare le aziende in cinque gruppi omogenei che rappresentano le diverse realtà riscontrabili.

I fattori che caratterizzano principalmente le aziende oggetto di analisi sono:

- dimensione della struttura;
- tipologia dell'offerta;
- tipologia di attività.

Il fattore dimensionale ha consentito di identificare il cluster delle imprese con una struttura organizzativa più articolata (cluster 3).

La tipologia di prodotti offerti ha distinto le realtà in cui l'offerta è piuttosto specializzata (cluster 2 e 4) da quelle in cui l'offerta è despecializzata (cluster 1 e 5).

La tipologia di attività ha permesso di individuare all'interno dei gruppi quelle aziende che vendono e/o somministrano prodotti attraverso distributori automatici ubicati in luoghi senza limitazioni di accesso (cluster 5).

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 – AZIENDE CON UN ASSORTIMENTO DESPECIALIZZATO

NUMEROSITÀ: 307

Questo cluster è formato da aziende che sono per il 67% dei casi ditte individuali e per la restante parte società. Il personale impiegato nell'attività dell'impresa è pari a 1 o 2 addetti. Gli spazi destinati a magazzino sono di dimensioni contenute (51 mq).

Le macchine utilizzate per lo svolgimento dell'attività sono 50 piccoli erogatori di bevande calde (a cialda e non), 21 distributori automatici di bevande calde di medie dimensioni, 14 distributori automatici di bevande calde di grandi dimensioni e 13 distributori automatici di bevande fredde.

La tipologia di attività prevalente per le aziende di questo gruppo è la somministrazione di alimenti e bevande attraverso distributori automatici ubicati in luoghi ad accesso limitato (93% dei ricavi).

La gamma dei prodotti offerti è piuttosto diversificata e rappresentata prevalentemente da bevande calde da infusione (60% degli acquisti), bevande fredde (22%) e snack dolci e salati, articoli di drogheria, panini, tramezzini (15%).

Gli acquisti vengono effettuati in larga parte tramite grossisti (75% degli acquisti).

CLUSTER 2 - AZIENDE CON UN AMPIO ASSORTIMENTO DI ALIMENTI E BEVANDE FREDDE

NUMEROSITÀ: 139

Le imprese appartenenti a questo cluster si caratterizzano per essere specializzate nella somministrazione di bevande fredde (34% degli acquisti), snack dolci e salati, articoli di drogheria, panini, tramezzini (35%) e gelati (3%). La tipologia di attività prevalente per le aziende di questo gruppo è rappresentata dalla somministrazione di alimenti e bevande attraverso distributori automatici ubicati in luoghi ad accesso limitato (94% dei ricavi).

Si tratta di aziende che presentano locali destinati a magazzino di dimensioni contenute (46 mq). Per quanto riguarda la dotazione strumentale si rilevano 14 distributori automatici di bevande fredde e 12 distributori di snack dolci, snack salati, panini, pasti. Nel 27% dei casi sono presenti 38 erogatori di acqua di sorgente e, nel 32% dei casi, 3 distributori di gelati.

Le imprese del modello sono nella maggior parte dei casi ditte individuali (69%) e risultano impiegati nell'attività 1 o 2 addetti.

Questi tipi di realtà operano in forma indipendente, approvvigionandosi prevalentemente presso grossisti (64% degli acquisti) e produttori in Italia (33%).

CLUSTER 3 – AZIENDE DI GRANDI DIMENSIONI

NUMEROSITÀ: 142

Questo cluster si contraddistingue per la grande dimensione della struttura; infatti le superfici destinate allo svolgimento dell'attività sono maggiori rispetto agli altri cluster e si articolano in locali destinati a deposito e magazzino (221 mq), locali destinati alle operazioni di carico e scarico (59 mq), spazi all'aperto destinati alle operazioni di carico e scarico (58 mq), locali destinati alla manutenzione delle macchine (45 mq) e locali destinati ad uffici (61 mq). Anche in termini di personale i valori sono al di sopra della media, infatti la struttura è composta da 8 addetti, di cui 6 dipendenti, tra cui si rileva la presenza di 4 addetti al rifornimento e un addetto alla manutenzione.

Le aziende appartenenti a questo gruppo sono nella quasi totalità dei casi società (86% dei soggetti).

L'offerta risulta piuttosto diversificata; i prodotti trattati sono infatti rappresentati da bevande calde da infusione (61% degli acquisti), bevande fredde (21%) e snack dolci e salati, articoli di drogheria, panini, tramezzini (16%). Coerentemente con la dimensione della struttura anche la dotazione strumentale risulta superiore agli altri cluster, infatti le aziende appartenenti a questo gruppo mediamente sono in possesso di 368 piccoli erogatori di bevande calde (a cialda e non), 96 distributori automatici di bevande calde di medie dimensioni, 79 distributori automatici di bevande calde di grandi dimensioni, 80 distributori automatici di bevande fredde, 26 erogatori di acqua di sorgente e 53 distributori di snack dolci, salati, panini, pasti.

La maggiore dimensione dell'attività è dimostrata anche dalla consistente presenza di spese sostenute per approvvigionamento/assortimento dei distributori automatici da parte di terzi (circa 23.800 euro) e costi sostenuti per carburante per autotrazione (circa 11.620 euro).

Gli approvvigionamenti vengono effettuati tramite produttori in Italia (60% degli acquisti) e grossisti (38%).

CLUSTER 4 – AZIENDE SPECIALIZZATE NELLA SOMMINISTRAZIONE DI BEVANDE CALDE DA INFUSIONE

NUMEROSITÀ: 219

Le aziende che appartengono a questo gruppo sono caratterizzate da un assortimento costituito quasi esclusivamente da bevande calde da infusione (89% degli acquisti). Coerentemente con la tipologia di prodotti trattati i distributori che si riscontrano più di frequente in queste realtà sono: 209 piccoli erogatori di bevande calde (a cialda e non), 27 distributori automatici di bevande calde di medie dimensioni e 7 distributori automatici di bevande calde di grandi dimensioni. Queste macchine sono ubicate quasi esclusivamente in luoghi con limitazioni di accesso.

Le dimensioni dei locali destinati a deposito e magazzino sono contenute (50 mq).

Si tratta prevalentemente di ditte individuali (54% dei casi) e per la restante parte di società. L'attività coinvolge 2 addetti, con un dipendente in alcuni casi.

L'approvvigionamento avviene principalmente tramite grossisti (64% degli acquisti) e produttori in Italia (33%).

CLUSTER 5 – AZIENDE CHE VENDONO E/O SOMMINISTRANO PRODOTTI ATTRAVERSO DISTRIBUTORI AUTOMATICI UBICATI IN LUOGHI SENZA LIMITAZIONI DI ACCESSO

NUMEROSITÀ: 73

Le aziende appartenenti a questo cluster sono caratterizzate dall'attività di vendita e/o somministrazione dei prodotti attraverso distributori automatici ubicati in luoghi senza limitazioni di accesso (83% dei ricavi).

Inoltre i soggetti appartenenti a questo gruppo presentano un'offerta piuttosto diversificata in quanto, alla somministrazione di bevande calde da infusione (51% degli acquisti), affiancano anche quella di bevande fredde (18%), snack dolci e salati, articoli di drogheria, panini, tramezzini (11%) e prodotti non alimentari (11%).

La dotazione strumentale destinata all'esercizio dell'attività è rappresentata da 20 distributori automatici di bevande calde di medie dimensioni, 8 distributori automatici di bevande calde di grandi dimensioni, 13 distributori automatici di bevande fredde e 13 distributori automatici di snack dolci, salati, panini, pasti. Nell'11% dei casi si rileva la presenza di 64 distributori automatici di generi non alimentari. I locali destinati a deposito e/o magazzino sono pari a 63 mq.

Si tratta prevalentemente di ditte individuali (59% dei casi). Gli addetti all'attività dell'impresa sono pari a 2, di cui un dipendente in alcuni casi.

Le aziende di questo gruppo si approvvigionano nella maggior parte dei casi tramite produttori in Italia (42% degli acquisti) e grossisti (51%).

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

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.

imprese anomale; ciò si è reso necessario al fine di evitare possibili distorsioni nella determinazione della “funzione di ricavo”.

In particolare sono state escluse le imprese che presentano:

- costo del venduto dichiarato negativo;
- costi e spese dichiarati nel quadro M superiori ai ricavi dichiarati.

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

- **rotazione del magazzino** = (costo del venduto⁴ / giacenza media⁵);
- **ricarico** = ricavi / costo del venduto;
- **produttività per addetto** = ricavi / (numero addetti⁶ * 1.000).

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

Per la **rotazione del magazzino** sono stati scelti i seguenti intervalli:

- dal 2° al 19° ventile, per i cluster 1, 2, 3, 4 e 5.

Per il **ricarico** sono stati scelti i seguenti intervalli:

- dal 2° al 19° ventile, per i cluster 2, 3 e 5;
- dal 3° al 19° ventile, per i cluster 1 e 4.

Per la **produttività per addetto** sono stati scelti i seguenti intervalli:

- dal 2° al 19° ventile, per i cluster 1, 2, 3, 4 e 5.

Così definito il campione di imprese di riferimento, si è proceduto alla definizione della “funzione di ricavo” per ciascun gruppo omogeneo.

Per la determinazione della “funzione di ricavo” sono state utilizzate sia variabili contabili (quadro M del questionario) sia variabili strutturali. La scelta delle variabili significative è stata effettuata con il metodo stepwise. Una volta selezionate le variabili, la determinazione della “funzione di ricavo” si è ottenuta applicando il metodo dei minimi quadrati generalizzati, che consente di controllare l'eventuale presenza di variabilità legata a fattori dimensionali (eteroschedasticità).

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

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

A tale scopo si sono utilizzati i risultati di uno studio relativo alla “territorialità generale a livello comunale”⁷, che ha avuto come obiettivo la suddivisione del territorio nazionale in aree omogenee in rapporto al:

⁴ Costo del venduto = Esistenze iniziali + acquisti di merci e materie prime – rimanenze finali

⁵ Giacenza media = (Esistenze iniziali + rimanenze finali) / 2

⁶ Le frequenze relative ai dipendenti sono state normalizzate all'anno in base alle giornate retribuite.

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 associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa

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 associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa + numero soci con occupazione prevalente nell'impresa + numero amministratori non soci

⁷ I criteri e le conclusioni dello studio sono riportati nell'apposito Decreto Ministeriale.

- 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 la variabile “Costo del venduto”. 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 “Costo del venduto”.

Nell'allegato 9.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 9.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.

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 9.A

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO

SM86U

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5
Costo del venduto	1,3116	1,3003	1,3895	1,5148	1,0291
Costo del venduto “Quota fino a 60.000 euro”	0,3755	0,4118	-	0,3706	0,4752
Costo del venduto “Quota fino a 300.000 euro”	-	-	0,1817	-	-
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente	0,7722	0,7879	1,1593	0,9228	1,6399
Valore dei beni strumentali	0,0904	0,0918	0,1056	0,0648	0,1256
Costo per la produzione di servizi + Spese per acquisti di servizi	1,6779	1,2919	0,6352	0,4593	0,9422
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	16.414,0646	12.347,7524	17.924,3672	11.544,9730	18.925,3143
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	16.414,0646	12.347,7524	17.924,3672	11.544,9730	18.925,3143

CORRETTIVI TERRITORIALI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5
Correttivo da applicare al coefficiente del Costo del venduto <i>Gruppo 3 della territorialità generale a livello comunale – Aree ad elevata urbanizzazione con notevole grado di benessere, istruzione superiore e caratterizzate da sistemi locali con servizi terziari evoluti</i>	0,0922	-	-	0,1226	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

ALLEGATO 9.B

VARIABILI DELL'ANALISI DICRIMINANTE

QUADRO A:

- Numero delle giornate retribuite per i dipendenti a tempo pieno
- Numero delle giornate retribuite per i dipendenti a tempo parziale
- Numero delle giornate retribuite per gli apprendisti
- Numero delle giornate retribuite per gli assunti con contratto di formazione e lavoro o a termine e lavoratori a domicilio
- Numero di collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa
- Numero di collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale
- Numero di associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa
- Numero di soci con occupazione prevalente nell'impresa
- Numero di amministratori non soci

QUADRO B:

- Mq dei locali destinati a deposito e magazzino
- Mq dei locali destinati alle operazioni di manutenzione delle macchine

QUADRO G:

- Tipologia di attività e servizi offerti: Vendita / somministrazione prodotti attraverso distributori automatici ubicati in luoghi senza limitazioni di accesso – percentuale sui ricavi
- Tipologia di attività e servizi offerti: Vendita / somministrazione prodotti attraverso distributori automatici ubicati in luoghi ad accesso limitato – percentuale sui ricavi
- Tipologia dell'offerta: Bevande calde da infusione (caffè, tè, cioccolato, ecc..) – percentuale sugli acquisti
- Tipologia dell'offerta: Bevande fredde – percentuale sugli acquisti
- Tipologia dell'offerta: Snack dolci e salati, articoli di drogheria, panini, tramezzini, ecc. – percentuale sugli acquisti
- Tipologia dell'offerta: Gelati – percentuale sugli acquisti
- Tipologia dell'offerta: Fast food (pizza, pasti caldi, pasti freddi, ecc..) – percentuale sugli acquisti
- Tipologia dell'offerta: Altri prodotti alimentari – percentuale sugli acquisti

QUADRO H:

- Costi e spese specifici: Costi sostenuti per leasing dei distributori automatici

QUADRO I:

- Beni strumentali: Piccoli erogatori di bevande calde (a cialda e non) – numero macchine
- Beni strumentali: Distributori automatici di medie dimensioni di bevande calde (da 200 a 400 bicchieri) – numero macchine
- Beni strumentali: Distributori automatici di grandi dimensioni di bevande calde (oltre 400 bicchieri) – numero macchine
- Beni strumentali: Distributori automatici di snack dolci, snack salati, panini, pasti ecc.. – numero macchine
- Beni strumentali: Distributori automatici di gelati – numero macchine