



GRAZIANO CASTELLO

STIMA DEI BENI PRODUTTIVI

SECONDO GLI STANDARD IVS
INTERNATIONAL VALUATION STANDARDS



Clicca e richiedi di essere contattato
per **informazioni** e **promozioni**


GRAFILL

Graziano Castello

STIMA DEI BENI PRODUTTIVI SECONDO GLI STANDARD IVS

Ed. I (01-2023)

ISBN 13 978-88-277-0376-2

EAN 9 788827 703762

Collana **COME FARE PER** (105)

AVVISO IMPORTANTE

I contenuti del presente e-book non sono né riproducibili e né distribuibili con alcun mezzo mediatico possibile. Sono compresi nel divieto – a mero titolo di esempio – i seguenti mezzi: fotocopie, la riproduzione su pendrive, invio per email, deposito su FTP e qualsiasi altro sistema che trasferisca i dati dal presente e-book ad altro mezzo di raccolta degli stessi.

Ogni prelievo deve essere autorizzato espressamente e congiuntamente dall'Autore e dall'Editore. S'intende illegittimo il prelievo di oltre n. 10 parole consecutive e/o quando per ogni 500 parole ve ne siano almeno 200 identiche a quelle del presente testo.

Per ragioni didattiche è consentito il prelievo – anche di estratti – sempreché tale prelievo sia previamente autorizzato, in difetto, s'intenderà prelevato abusivamente anche per tale scopo.

Il possesso del presente e-book conferisce, in altre parole, il solo diritto di lettura.



Licenza d'uso da leggere attentamente
prima di attivare la WebApp o il Software incluso

Usa un QR Code Reader
oppure collegati al link <https://grafill.it/licenza>

Per assistenza tecnica sui prodotti Grafill aprire un ticket su <https://www.supporto.grafill.it>

L'assistenza è gratuita per 365 giorni dall'acquisto ed è limitata all'installazione e all'avvio del prodotto, a condizione che la configurazione hardware dell'utente rispetti i requisiti richiesti.

© **GRAFILL S.r.l.** Via Principe di Palagonia, 87/91 - 90145 Palermo

Telefono 091/6823069 - Fax 091/6823313 - Internet <http://www.grafill.it> - E-Mail grafill@grafill.it

**CONTATTI
IMMEDIATI**



Pronto GRAFILL
Tel. 091 6823069



Chiamami
chiamami.grafill.it



Whatsapp
grafill.it/whatsapp



Messenger
grafill.it/messenger



Telegram
grafill.it/telegram

Edizione destinata in via prioritaria ad essere ceduta nell'ambito di rapporti associativi.

Tutti i diritti di traduzione, di memorizzazione elettronica e di riproduzione sono riservati. Nessuna parte di questa pubblicazione può essere riprodotta in alcuna forma, compresi i microfilm e le copie fotostatiche, né memorizzata tramite alcun mezzo, senza il permesso scritto dell'Editore. Ogni riproduzione non autorizzata sarà perseguita a norma di legge. Nomi e marchi citati sono generalmente depositati o registrati dalle rispettive case produttrici.



**CLICCA per maggiori informazioni
... e per te uno SCONTO SPECIALE**

SOMMARIO

1. APPARATO DISCIPLINARE DEGLI STANDARD INTERNAZIONALI	p.	7
1.1. CONCETTI BASE DEGLI STANDARD DI STIMA APPLICABILI AI BENI PRODUTTIVI	"	7
1.1.1. Cambio di paradigma	"	7
1.1.2. Prezzo e valore.....	"	7
1.1.3. Valore di un bene immobiliare	"	8
1.1.4. Valore di una caratteristica.....	"	9
1.1.5. Equazione generale del valore	"	10
1.1.6. Il prezzo marginale.....	"	10
1.1.7. Il segmento di mercato, l'ambito di mercato e la comparazione	"	12
1.1.8. La caratteristica immobiliare	"	14
1.1.9. Standard di rilevazione metrica delle superfici dei beni produttivi	"	16
1.1.10. Metodi di misurazione superficiale	"	16
1.1.11. Uso di grandezze e rapporti.....	"	18
1.1.12. Nomenclatori	"	21
1.1.13. Concetto di bene immobiliare produttivo.....	"	21
1.1.14. Percorsi di stima dei beni produttivi	"	22
1.1.15. 1° Percorso di stima in base al M.C.A.	"	23
1.1.16. 2° Percorso di stima in base al D.C.A.	"	27
2. CLASSIFICAZIONE DEI BENI PRODUTTIVI	"	35
2.1. FUNGIBILITÀ E STRUTTURAZIONE	"	35
2.1.1. Beni produttivi ad alta fungibilità di tipo "HFA High Fungible Asset" e a media fungibilità di tipo "MFA Medium Fungible Asset"	"	36
2.1.2. Beni produttivi a bassa fungibilità detti di tipo "LFA Low Fungible Asset"	"	37

3. VALUTAZIONI CON M.C.A. DEI BENI PRODUTTIVI DI TIPO "HFA – FUNGIBLE ASSET"	p.	38
3.1. VALUTAZIONI ESECUZIONE		
DEL MARKET COMPARISON APPROACH PER UN UFFICIO	"	38
3.1.1. Scheda ufficio del <i>subject</i>	"	38
3.1.2. Partendo dal <i>subject</i> individuamo l'ambito e il segmento di mercato	"	39
3.1.3. Elenco delle caratteristiche di comparazione (differenziali)	"	41
3.1.4. Costruzione insieme di confronto in sintesi e tabelle	"	42
3.1.5. Prezzo marginale della superficie commerciale	"	47
3.1.6. Differenziale e aggiustamento della superficie commerciale.....	"	48
3.1.7. Prezzo marginale della data del contratto	"	49
3.1.8. Differenziale e aggiustamento della data del contratto	"	50
3.1.9. Prezzo marginale del livello di piano	"	51
3.1.10. Differenziale e aggiustamento del livello di piano	"	55
3.1.11. Prezzo marginale del livello delle finiture	"	55
3.1.12. Differenziale e aggiustamento del livello delle finiture.....	"	58
3.1.13. Prezzo marginale della dotazione impiantistica	"	58
3.1.14. Differenziale e aggiustamento della dotazione impiantistica.....	"	60
3.1.15. Prezzo marginale della funzionalità complessiva	"	61
3.1.16. Differenziale e aggiustamento della funzionalità complessiva	"	63
3.1.17. Prezzo marginale, differenziale e aggiustamento dotazione parcheggi.....	"	63
3.1.18. Tabella riassuntiva dei prezzi marginali.....	"	65
3.1.19. Tabella riassuntiva differenziali.....	"	65
3.1.20. Tabella e somma algebrica aggiustamenti.....	"	66
3.1.21. Tabella di riconciliazione con determinazione del valore di stima	"	66
3.2. VALUTAZIONI ESECUZIONE		
DEL MARKET COMPARISON APPROACH PER UN NEGOZIO	"	67
3.2.1. Scheda del negozio <i>subject</i>	"	67
3.2.2. Individuazione dell'ambito e del segmento di mercato	"	67

3.2.3.	Elenco delle caratteristiche estimative (differenziali) del negozio	p. 69
3.2.4.	Costruzione dell'insieme di confronto in sintesi e tabella sinottica.....	" 70
3.2.5.	Prezzo marginale, differenziale e aggiustamento superficie commerciale	" 74
3.2.6.	Prezzo marginale, differenziale e aggiustamento data del contratto	" 75
3.2.7.	Prezzo marginale, differenziale e aggiustamento livello di attrazione.....	" 77
3.2.8.	Prezzo marginale, differenziale e aggiustamento <i>front shop</i>	" 80
3.2.9.	Prezzo marginale, differenziale e aggiustamento centralità.....	" 82
3.2.10.	Tabella prezzi marginali e somma algebrica aggiustamenti	" 83
3.2.11.	Tabella di riconciliazione con determinazione del valore di stima	" 84
4.	VALUTAZIONI CON D.C.A. DEI BENI PRODUTTIVI DI TIPO "NFA – NOT FUNGIBLE ASSET"	" 85
4.1.	ESECUZIONE DEL DIRECT CAPITALIZATION APPROACH PER UN PARKING	" 85
4.1.1.	Fissazione delle fasi della stima per D.C.A. di un parcheggio	" 85
4.1.2.	Determinazione dell'entrata annua posti auto (E_{ap})	" 85
4.1.3.	Determinazione del coefficiente di riempimento (K_r)	" 88
4.1.4.	Determinazione altre entrate ed entrate lorde generali (EL_g)	" 90
4.1.5.	Determinazione delle passività del <i>parking</i> e dell'utile lordo	" 90
4.1.6.	Determinazione del Beneficio Patrimoniale lordo e netto.....	" 91
4.1.7.	Determinazione della percentuale di profitto del parcheggio	" 92
4.1.8.	Determinazione del tasso di capitalizzazione	" 93
4.2.	ESECUZIONE DEL DIRECT CAPITALIZATION APPROACH PER UN CINEMA O UN TEATRO	" 95
4.2.1.	Fissazione delle fasi della stima per D.C.A. di un cinema o un teatro	" 95

4.2.2.	Determinazione dell'entrata annua bigliettazione (E_{ap})	p.	95
4.2.3.	Determinazione del coefficiente di affollamento (K_r)	"	98
4.2.4.	Determinazione altre entrate ed entrate lorde generali (EL_g)	"	99
4.2.5.	Determinazione delle passività del cinema/teatro e dell'utile lordo	"	100
4.2.6.	Determinazione del Beneficio Patrimoniale lordo e netto	"	101
4.2.7.	Determinazione della percentuale di profitto del cinema o teatro	"	102
4.2.8.	Determinazione del tasso di capitalizzazione	"	104
4.3.	ESECUZIONE DEL DIRECT CAPITALIZATION APPROACH		
	PER UN ALBERGO	"	105
4.3.1.	Metodi per la stima di un albergo	"	105
4.3.2.	Determinazione del prezzo medio giornaliero (P_{gg})	"	106
4.3.3.	Determinazione del coefficiente di occupazione dell'albergo (C_{occ})	"	109
4.3.4.	Determinazione altre entrate ed entrate lorde generali (F)	"	114
4.3.5.	Determinazione delle passività dell'albergo e dell'utile lordo	"	115
4.3.6.	Determinazione della percentuale di profitto dell'albergo	"	117
4.3.7.	Determinazione del Beneficio Patrimoniale lordo e netto	"	117
4.3.8.	Determinazione del tasso di capitalizzazione dell'albergo	"	119
4.3.9.	Secondo metodo di calcolo con IHM	"	120

APPARATO DISCIPLINARE DEGLI STANDARD INTERNAZIONALI

1.1. CONCETTI BASE DEGLI STANDARD DI STIMA APPLICABILI AI BENI PRODUTTIVI

1.1.1. Cambio di paradigma

Facciamo alcune premesse per capire bene cosa sono gli IVS e anche per comprendere perché sono molto importanti nelle valutazioni dei beni cosiddetti «produttivi».

Gli IVS sono lo strumento principale per passare da una stima empirica, soggettiva e basata solo sul «sentire» del valutatore a una stima scientifica quindi oggettiva e basata sull'osservazione della realtà. Il cambio di paradigma è notevole.

Nella **stima soggettiva** la parola del valutatore è verbo e nessuno ha modo di poterla contestare e, quindi, il valutatore si sente autorizzato a inserire anche dati non dimostrati.

Nella **stima oggettiva** il valutatore deve dimostrare ogni asserzione oppure è tenuto a seguire degli standard che garantiscano le stesse asserzioni.

1.1.2. Prezzo e valore

Prima di ogni cosa facciamo una opportuna precisazione circa le differenze che esistono tra il concetto di «valore» e il concetto di «prezzo» poiché deve essere ben chiara la differenza tra le due entità.

Il «**prezzo**» rappresenta un fenomeno *definito* e *concluso* che stabilisce la quantità di denaro resasi necessaria per consentire il passaggio di un bene tra due soggetti diversi. Nel caso del bene immobiliare si tratta della quantità di denaro realmente pagata dal compratore al venditore perché si manifestasse tale fenomeno. Il prezzo è, quindi, la semplice lettura di un fenomeno avvenuto.

Il «**valore**» di un bene economico rappresenta la capacità di tale bene di soddisfare concretamente dei bisogni (di qualsiasi genere essi siano). Per poter dare un valo-

re oggettivo a tale capacità occorre, pertanto, ridurre la misura di questo valore a un elemento universale qual è il denaro. Il valore oggettivo rappresenta, quindi, la quantità di denaro identificabile con la capacità di soddisfare i bisogni richiesti dal mercato. Il valore in denaro rappresenta, quindi, una probabilità che sia quello effettivo. Una probabilità che dobbiamo determinare scientificamente. Il valore non è, quindi, un prezzo, ma soltanto un "probabile prezzo".

Prezzo e valore – nonostante siano spesso sovrapposti e confusi – vanno, pertanto, ben distinti quali concetti con ben diversa collocazione temporale.

PREZZO

Il **prezzo** rappresenta un **fenomeno ben definito e concluso** che stabilisce la quantità di denaro necessaria per il passaggio di un bene tra due soggetti.

VALORE

Il **valore** rappresenta la **capacità che ha un bene** di soddisfare i bisogni.

Il **valore reale** di un bene è rappresentato dalla **quantità di denaro** identificabile con tale capacità.

Se vogliamo riportare il concetto di valore al "bene immobiliare" dobbiamo capire come il bene immobiliare soddisfa i bisogni antropici sul mercato.

Solo così potremo stabilire a quale *quantità di denaro* corrisponde tale capacità di soddisfazione dei bisogni su quello specifico mercato. Solo così potremo stabilire un valore del bene quale probabile prezzo.

1.1.3. Valore di un bene immobiliare

Cerchiamo ora di capire bene come si formi il valore di un bene detto «produttivo».

Il valore oggettivo rappresenta la quantità di denaro identificabile con la capacità di soddisfare i bisogni richiesti dal mercato reale vale a dire il probabile prezzo che si fisserà sul mercato. Ne deriva che stimare un bene produttivo significa determinarne il valore reale.

Per capire cosa sia il valore di un bene immobiliare dobbiamo capire come questo vada a soddisfare i bisogni dell'uomo.

Il bene immobiliare non ha una capacità univoca che va a soddisfare un solo bisogno (o anche una sola classe di bisogni), ma bene immobiliare è un bene economico composto da un "complesso di beni economici" a utilità differenziata e, pertanto, avendo un'utilità diversa avranno un valore diverso e di conseguenza dovremo stabilire un probabile prezzo diverso.

Tali beni economici a utilità differenziata, secondo gli IVS, sono dette **caratteristiche immobiliari**.

CLASSIFICAZIONE DEI BENI PRODUTTIVI

2.1. FUNGIBILITÀ E STRUTTURAZIONE

La destinazione d'uso dei beni produttivi è estremamente variegata rispetto a quella residenziale per tentarne una classificazione razionale a fini estimativi. Appare però sicuramente importante considerare due parametri fondamentali nella valutazione dei beni di questo tipo per condurre un procedimento razionale e consapevole delle difficoltà operative che potremo incontrare:

- il *grado di fungibilità* del bene produttivo;
- il *grado di strutturazione* del bene produttivo.

Grado di fungibilità del bene produttivo

La *fungibilità* è la proprietà – più o meno accentuata – che ha un bene produttivo a essere trasformato in un altro bene produttivo (oppure anche in un bene residenziale).

Un bene produttivo, inoltre, si definisce anche *economicamente fungibile* quando il valore di trasformazione del bene – secondo la migliore destinazione d'uso (*Highest and Best Use HBU*) – calcolato in permanenza delle condizioni di mercato è *superiore* a quello attuale.

Ci sono beni produttivi che presentano parecchia difficoltà a essere trasformati in un altro organismo produttivo. Un capannone industriale, ad esempio, presenterà evidenti difficoltà (non impossibilità, sia chiaro) a essere trasformato in un edificio a destinazione residenziale o anche commerciale. Un ufficio, invece, avrà maggiore capacità a essere trasformato in un alloggio o altro. Questa capacità intrinseca a essere trasformato prende il nome di *fungibilità* e appare evidente che questa caratteristica quando si manifesta in maniera spiccata determina una maggiore commerciabilità del bene incrociando di più i bisogni e le esigenze dei potenziali investitori nell'immobile.

Grado di strutturazione del bene produttivo

La *strutturazione* è la proprietà – più o meno accentuata – che ha un bene produttivo a conferire una maggiore redditività all'attività svolta.

Il grado di strutturazione di un bene produttivo è anche definibile come *fungibilità economica* poiché un valore più alto dell'assetto dell'attività determina di fatto una maggiore *infungibilità* di fatto del bene.

VALUTAZIONI CON M.C.A. DEI BENI PRODUTTIVI DI TIPO "HFA - FUNGIBLE ASSET"

3.1. VALUTAZIONI ESECUZIONE DEL MARKET COMPARISON APPROACH PER UN UFFICIO

3.1.1. Scheda ufficio del subject

Partiamo ora con un esempio concreto di valutazione immobiliare di un ufficio situato nel centro di Milano. Ovviamente il metodo è estendibile a qualsiasi città italiana o, volendo, anche straniera. Il metodo essendo scientifico ha un carattere universale da qui la denominazione di "standard internazionali".

Per il bene da stimare occorre compilare un'apposita scheda identificativa che ci permetta di avere sempre sott'occhio l'oggetto della nostra valutazione e i dati essenziali.



Ufficio in condominio

Ubicato in:

Via dei Cappuccini n. 20 MILANO

Dati catastali:

Foglio XXIII Particella 1221 Sub 24

N.B. Trattasi di dati di identificazione univoca puramente inventati rispetto alla fotografia ancorché riferiti a due immobili realmente esistenti, ma volutamente mischiati per ragioni evidenti di privacy.

Prendendo pratica con le stime vedremo che in realtà dovremo sempre compilare una «scheda tipo» dove andremo a riportare tutte le caratteristiche immobiliari del bene da stimare o *subject* sia quelle *invariabili*, vale a dire quelle che appartengono al segmento di mercato, sia quelle *variabili*, vale a dire quelle che appartengono al segmento di contiguità e individuano gli elementi della comparazione.

Per esaminare come procedere concretamente partiamo dalla sola identificazione univoca (di semi-fantasia) prima indicata.

3.1.2. Partendo dal subject individuamo l'ambito e il segmento di mercato

Per prima cosa occorre individuare il cosiddetto "ambito di mercato" vale a dire l'area dove esistano almeno 3 beni che siano surrogabili col *subject* quindi che siano con questo comparabili.

Andiamo a esaminare l'**area prossimale del subject** a cercare i tre beni (con uno dei metodi prima esaminati) sino a quando non troviamo, appunto, almeno tre comparabili. L'area massima di ricerca può essere quella della microzona OMI. Nel caso non si trovino i tre beni di prezzo certo entro questa area significherà che non ci sono dati disponibili perché il mercato non è sufficientemente attivo.

Ma come cercare i tre comparabili di prezzo certo? Questi dovranno avere tutti le caratteristiche invariabili che definiscono il segmento di mercato. Per definire il segmento dovremo pertanto partire dal *subject* facendo ricorso alle *best practices*, cioè esaminare quali sono le caratteristiche immobiliari invariabili sempre prese in considerazione e che definiscono il paradigma elementare dell'analisi del mercato immobiliare dell'ambito considerato non ulteriormente scindibile.

Le **caratteristiche invariabili del segmento di mercato** che sono sempre prese in considerazione dalle *best practices*, previamente considerando il *tipo di eventuale contratto* legato alla necessità di redigere una valutazione, sono le seguenti:

- *tipologia estimativa*: definisce il tipo di estimo che occorre interessare per addivenire a una valutazione (tipo residenziale, terziario, commerciale, industriale ecc.) e di conseguenza anche il tipo di immobile dovrà essere dello stesso genere;
- *destinazione d'uso*: si tratta di una specificazione della tipologia estimativa e definisce a quale utilizzo specifico (tipo: servizi alla produzione, ufficio contabile, studio per Libero Professionista, ecc.) è destinato il bene oggetto di stima e di conseguenza anche i beni dell'insieme di confronto dovranno avere il medesimo utilizzo. Una specificazione utile è l'indicazione se trattasi di destinazione originaria o se questa è stata oggetto di successivo adattamento;
- *tipologia immobiliare*: definisce il tipo di rapporti economici che ha il bene con altri beni immobiliari. Ad esempio se si tratta di ufficio in edificio abitativo, in un centro uffici, ufficio in edificio autonomo, ecc.;
- *tipologia ufficio*: definisce la categoria dell'ufficio secondo la classificazione internazionale in A, B e C;
- *destinazione economica*: definisce se il bene viene utilizzato in proprio dal titolare oppure è messo a reddito attraverso la cessione temporanea a terzi;
- *taglio dimensionale*: definisce se le dimensioni del bene preso in considerazione siano in linea o meno con quelle mediamente presenti per beni dello stesso genere nell'ambito preso in considerazione.

Oltre caratteristiche invariabili sempre prese in considerazione dalle *best practices* possono aggiungersene altre che si ritengono utili per l'ambito preso in esame oppure

VALUTAZIONI CON D.C.A. DEI BENI PRODUTTIVI DI TIPO "NFA – NOT FUNGIBLE ASSET"

4.1. ESECUZIONE DEL DIRECT CAPITALIZATION APPROACH PER UN PARKING

4.1.1. Fissazione delle fasi della stima per D.C.A. di un parcheggio

Passiamo, con la *stima di un parking*, alle valutazioni riferite a beni con bassa o bassissima fungibilità e, quindi, sicuramente poveri di dati ricavabili da reali transazioni di mercato che siano riferite a un ambito non troppo ampio rispetto alle nostre esigenze di stima. Appare evidente che per trovare transazioni reali surrogabili con il *parking* da stimare sarebbe necessario cercare a livello di macro-aree e si perderebbe di conseguenza la surrogabilità in termini di distanza. Trascuriamo tutte le fasi preliminari della valutazione già osservate nelle stime per M.C.A. con l'individuazione del *subject*, segmento di mercato e caratteristiche di comparazione.

Nella stima per D.C.A. abbiamo due incognite essenziali il *dato reddituale* da capitalizzare e il tasso di capitalizzazione per cui procederemo direttamente alla determinazione di questi due dati senza arricchimenti pratici tipici del report di stima (che lasciamo all'esperienza del valutatore). Per prima cosa dobbiamo arrivare a determinare la "rendita" immobiliare derivante dall'affitto dell'immobile destinato a *parking*, pertanto, dobbiamo:

- calcolare in prima istanza l'utile di esercizio dell'attività di gestione del *parking* calcolando tutte le entrate lorde;
- procediamo, poi, detraendo i costi per arrivare all'utile netto;
- dall'utile netto, quindi, ricaveremo il *Beneficio Patrimoniale Lordo* derivante dall'affitto del parcheggio quale quota connessa con le spese di gestione dell'attività;
- in base a questa precisazione passeremo a calcolare la rendita dovuta alla cessione del parcheggio a terzi;
- infine determineremo la "quota netta" o Beneficio Patrimoniale Netto oppure definibile come Rendita netta o come *Net Operating Income* (NOI);
- subito dopo passeremo a determinare il necessario tasso di capitalizzazione.

4.1.2. Determinazione dell'entrata annua posti auto (E_{ap})

Procediamo col calcolo delle attività del *parking*. Per prima cosa determiniamo il Prezzo Unitario Medio facendo il calcolo in base alla reale disponibilità di posti auto classificati per tipo di veicolo ricoverato.

$n_{p1,2,\dots,n}$

Numero dei posti suddivisi per tipo di veicolo ricoverabile

 $P_{u1,2,\dots,n}$

Prezzo all'ora per i vari posti suddivisi per tipo di veicolo ricoverabile

Questi dati si possono ricavare con apposito sopralluogo e dai registri contabili del *parking* oggetto di valutazione.

Se i registri contabili per qualsiasi ragione non fossero disponibili possiamo ricavare col sopralluogo sicuramente il numero dei posti suddivisi per tipo ed esaminare le eventuali tariffe esposte.

Se non è possibile avere a disposizione le tariffe orarie non rimane che usare un metodo statistico e utilizzare delle apposite tabelle di valutazione del prezzo orario.

TARIFFA ORARIA PER POSTO VEICOLO (IN €/h)

Tipo di veicolo	Nord	Centro	Sud
Motocicli	1,00	0,80	0,50
Motocarri	1,50	1,20	1,00
Autovetture	2,00	1,50	1,00
Camper	3,10	2,50	2,00
Corriere (bus)	6,00	5,00	4,00
Camion	5,50	4,80	3,80
Autoarticolati	10,00	8,00	6,00

In ogni caso il Prezzo Unitario Medio si determina attraverso la somma dei prodotti delle tariffe differenziate per ogni tipo di posto moltiplicato la rispettiva tariffa. Il tutto diviso il numero totale dei posti disponibili.

$$P_{um} = \frac{[(n_{p1} * P_{u1}) + (n_{p2} * P_{u2}) + (n_{p\dots} * P_{u\dots}) + (n_{pn} * P_{un})]}{(n_{p1} + n_{p2} + n_{p\dots} + n_{pn})}$$

Si possono manifestare dei casi speciali per il calcolo delle tariffe unitarie dovuti a una differenziazione del prezzo unitario in base all'orario in cui questo viene occupato oppure nel caso in cui per il *parking* siano previste delle tariffe in abbonamento.

Appare evidente che nel caso di tariffa a *differenziazione oraria* andrà considerata la tariffa media ordinaria ponderata per ogni tipo di posto auto soggetto a tariffa oraria differenziata. Se il *parking* prevedesse dei posti auto soggetti a una tariffa di abbonamento di durata varia dovranno essere stralciati – dal numero totale dei posti disponibili per il tipo di posto – quelli riservati, appunto, agli abbonamenti.

