

ALLEGATO 5

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

STUDIO DI SETTORE SG94U

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 sono le attività economiche rispondenti ai codici ATECOFIN 2004:

- 92.11.0 – Produzione cinematografiche e di video;
- 92.12.0 – Distribuzione cinematografiche e di video;
- 92.20.0 – Attività radiotelevisive.

La finalità perseguita è di determinare un “ricavo/compenso potenziale” tenendo conto non solo di variabili contabili, ma anche di variabili strutturali in grado di determinare il risultato di un professionista o 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 SG94).

Il numero dei questionari inviati è stato pari a 4.271. I questionari restituiti sono stati 2.619, pari al 61,3% degli inviati.

La seguente tabella riporta i dati analitici per ogni codice di attività:

	Numero questionari inviati	Numero questionari restituiti	% sul totale questionari inviati
92.11.0 – Produzione cinematografiche e di video	2.034	1.271	62,5%
92.12.0 – Distribuzione cinematografiche e di video	450	191	42,4%
92.20.0 – Attività radiotelevisive	1.787	1.157	64,7%
TOTALE	4.271	2.619	61,3%

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 1.107 questionari, pari al 42,3% dei questionari rientrati.

I principali motivi di scarto sono stati:

- ricavi/compensi 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 modalità di espletamento dell’attività (quadro F del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia dell’attività (quadro F del questionario);
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia della clientela (quadro G 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 1.512.

IDENTIFICAZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Per suddividere i soggetti 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.

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 i soggetti in base ai possibili modelli organizzativi, alle diverse modalità di espletamento dell'attività, alle diverse tipologie di clientela, ecc.; 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.

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.

DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

L'analisi del comparto dell'audiovisivo ha evidenziato una specializzazione delle imprese per tipologia di attività. In particolare, è emerso che le aziende operano principalmente nei seguenti settori:

- produzione per il settore televisivo, aziendale, cinematografico, ecc. (cluster 2 e 3);
- emittenza televisiva (cluster 1);
- emittenza radiofonica (cluster 4);
- distribuzione di prodotti cinematografici e di video (cluster 5).

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 soggetti (cluster); in tal modo i soggetti che appartengono allo stesso gruppo omogeneo presentano caratteristiche strutturali simili.

Nel settore in esame è molto frequente il ricorso (soprattutto da parte dei grandi gruppi nazionali) alla esternalizzazione di fasi produttive. Il ricorso al mercato riguarda in particolare l'area della realizzazione di riprese. Coerentemente con tale caratteristica, nel settore delle produzioni l'analisi ha rilevato la presenza di un nutrito gruppo di soggetti che lavorano in conto terzi (cluster 2) oltre a soggetti che lavorano in conto proprio (cluster 3).

Salvo quanto espressamente specificato, tutti i valori evidenziati sono riferiti ai valori medi del cluster di riferimento.

CLUSTER 1 – EMITTENTI TELEVISIVE

NUMEROSITÀ: 171

Il cluster raggruppa le emittenti televisive.

Si tratta quasi esclusivamente di società di capitali, nelle quali risultano mediamente occupati 9 addetti, di cui 6 dipendenti.

Gli studi televisivi nei quali i soggetti appartenenti al cluster operano sono costituiti, tra gli altri, da spazi destinati all'emittenza, teatri di posa/set TV, sala regia e sala montaggio audio/video, e redazione giornalistica.

La clientela è costituita prevalentemente da agenzie pubblicitarie (indicate dal 49% dei rispondenti e con un'incidenza del 39% sui ricavi/compensi) e altre aziende private (64% dei rispondenti e 60% sui ricavi/compensi). I ricavi/compensi derivanti dalle televendite (a cui vengono riservate 3 ore del palinsesto giornaliero) e dalla vendita di spazi pubblicitari (3 ore) sono nettamente al di sopra della media del settore e costituiscono la parte più significativa di quelli complessivi.

I soggetti appartenenti al cluster in esame trasmettono in ambito locale (46% dei casi) o regionale (39%) attraverso postazioni generalmente prese in locazione da terzi.

La dotazione di beni strumentali risulta articolata: telecamere, microfoni, ottiche, supporti per camere, strumentazione di controllo, mixer video, mixer audio, videoregistratori, registratori audio, monitor, centraline di montaggio, computer, software per editing audio/video, trasmettitori audio/video, parco luci e apparecchiature per post-produzione.

CLUSTER 2 – PRODUTTORI PER CONTO DI TERZI

NUMEROSITÀ: 372

Il cluster in esame risulta specializzato nella produzione in conto terzi. In particolare risultano significative la produzione e la post-produzione di programmi televisivi sportivi, musicali, ecc. (indicati dal 34% dei rispondenti e con un'incidenza del 65% sui ricavi/compensi), messaggi pubblicitari (26% dei rispondenti, 29% sui ricavi/compensi), documentari (23% dei rispondenti, 33% sui ricavi/compensi), audiovisivi per fiere e convegni e filmati industriali (31% dei rispondenti, 29% sui ricavi/compensi), riprese video di eventi ad uso privato (26% dei rispondenti, 52% sui ricavi/compensi).

Il cluster è formato da imprese di piccole dimensioni che, nel 47% dei casi, sono costituite da ditte individuali, in cui lavora il solo titolare, oppure da liberi professionisti, e nel 53% dei casi da società in cui sono mediamente coinvolti 4 addetti. Bisogna, tuttavia, tenere presente che nel settore in generale e in questo che è il cluster della produzione in particolare, è molto frequente il ricorso ai collaboratori esterni (come dimostra l'elevata incidenza sul fatturato dei compensi corrisposti a terzi).

Per quanto riguarda i locali destinati allo svolgimento dell'attività, i soggetti che formano il cluster dispongono generalmente di sala regia e sala montaggio audio/video.

Coerentemente con il tipo di attività svolta, le imprese sono concentrate nei poli italiani del cinema e della televisione: Roma (24% dei casi) e Milano (18%).

La clientela risulta piuttosto articolata: emittenti televisive/radiofoniche (indicate dal 34% dei rispondenti, con un'incidenza del 58% sui ricavi/compensi), aziende ed enti pubblici (31% dei rispondenti con un'incidenza del 35%), altre aziende private (54% dei rispondenti con un'incidenza del 60%), aziende di produzione cinematografica (20% dei rispondenti con un'incidenza del 61%), aziende ed enti pubblici (31% dei rispondenti con un'incidenza del 35%).

L'area di svolgimento dell'attività è nella maggior parte dei casi a carattere nazionale.

La dotazione di beni strumentali risulta, ovviamente, composta: telecamere, videoregistratori, monitor e computer, etc.

CLUSTER 3 – PRODUTTORI IN CONTO PROPRIO

NUMEROSITÀ: 511

Il cluster risulta specializzato nella produzione in conto proprio. Le attività di produzione più significative sono le riprese video di eventi ad uso privato (indicate dal 26% dei rispondenti con un'incidenza del 52% sui ricavi/compensi), la produzione di audiovisivi per fiere e convegni e filmati industriali (indicate dal 30% dei rispondenti e con un'incidenza del 33% sui ricavi/compensi), di programmi televisivi sportivi, musicali, ecc. (20% dei rispondenti, con un'incidenza del 52%), di documentari (22% dei rispondenti, con un'incidenza del 42%), messaggi pubblicitari (22% dei rispondenti, con un'incidenza del 37%).

Al cluster appartengono imprese di piccole dimensioni formate, nel 47% dei casi da ditte individuali, in cui lavora generalmente il solo titolare. Nelle società (52% dei casi) sono mediamente coinvolti 2 addetti. Sulla forza lavoro valgono le stesse considerazioni fatte nella descrizione del primo cluster a proposito del frequente ricorso a collaboratori esterni.

Per quanto riguarda i locali destinati allo svolgimento dell'attività, questi sono generalmente costituiti da sale regia e montaggio audio video.

La clientela è formata prevalentemente da altre aziende private (indicate dal 55% dei rispondenti e aventi un'incidenza del 56% sui ricavi/compensi), emittenti televisive/radiofoniche (32% dei rispondenti e 58% di incidenza) e privati (33% dei rispondenti e 50% di incidenza sui ricavi/compensi).

Tra i beni strumentali a disposizione delle imprese si rilevano, tra gli altri, telecamere, videoregistratori, monitor e computer.

CLUSTER 4 – EMITTENTI RADIOFONICHE

NUMEROSITÀ: 315

Il cluster raggruppa le emittenti radiofoniche.

Si tratta in prevalenza di società di capitali, nelle quali risultano occupati 4 addetti di cui 1-2 dipendenti.

Gli studi dispongono generalmente di una sala regia e di una redazione giornalistica.

La clientela è costituita principalmente da agenzie pubblicitarie (indicate dal 49% dei soggetti e con un'incidenza del 43% sui ricavi/compensi) e altre aziende private (56% dei soggetti e 68% di incidenza sui compensi) che acquistano spazi pubblicitari (in media 11 ore del palinsesto giornaliero sono dedicate alla pubblicità).

Attraverso postazioni generalmente prese in locazione da terzi gli appartenenti al cluster trasmettono in ambito prevalentemente locale (63% dei casi) o regionale (25%).

La dotazione strumentale comprende microfoni, mixer audio, masterizzatori, registratori audio, computer, software per editing audio/video, riproduttori audio, trasmettitori audio/video.

CLUSTER 5 – DISTRIBUTORI DI PRODOTTI CINEMATOGRAFICI E VIDEO

NUMEROSITÀ: 104

Il cluster raggruppa i distributori di prodotti cinematografici e video per il canale TV (indicati dal 47% dei rispondenti con un'incidenza sui ricavi/compensi dell'80%), di prodotti per il canale home video (indicati dal 34% dei rispondenti con un'incidenza sui ricavi/compensi del 50%) e di quelli per il canale theatrical (27% dei rispondenti e 55% di incidenza sui ricavi/compensi).

Il cluster è formato prevalentemente da società: in particolare da società di capitali per il 66% dei casi e per il 12% dei casi da società di persone. Nell'attività sono mediamente coinvolti 3 addetti.

Considerata la natura dell'attività svolta, risultano significativamente indicati solo gli spazi dedicati ad uffici (compilati dal 60% dei rispondenti e con un valore medio di 87 mq) e, in misura più contenuta, quelli destinati a magazzino/deposito/autorimessa. Il legame con il mondo delle produzioni cinematografiche e televisive condiziona la localizzazione delle imprese che formano il cluster: più della metà, infatti, si trovano in provincia di Roma.

La clientela è costituita prevalentemente da altre aziende private (indicate dal 31% dei rispondenti e con un'incidenza del 78% sui ricavi/compensi), privati (29% dei rispondenti e con un'incidenza del 80% sui ricavi/compensi), emittenti televisive/radiofoniche (33% dei rispondenti e con un'incidenza del 61% sui ricavi/compensi) ed esercizi cinematografici (18% dei rispondenti e con un'incidenza del 77% sui ricavi/compensi). L'area di mercato è di carattere nazionale ed internazionale.

Svolgendo un'attività di tipo prevalentemente commerciale, la dotazione di beni strumentali (necessaria alla produzione e alla trasmissione) risulta in questo caso poco significativa.

DEFINIZIONE DELLA FUNZIONE DI RICAVO/COMPENSO

Una volta suddivisi i soggetti in gruppi omogenei è necessario determinare, per ciascun gruppo omogeneo e distintamente per ricavi da attività di impresa e per compensi da attività di lavoro autonomo, la funzione matematica che meglio si adatta all'andamento del ricavo/compenso dei soggetti appartenenti al gruppo in esame. Per determinare tale funzione si è ricorso alla Regressione Multipla³.

La stima della "funzione di ricavo/compenso" è stata effettuata individuando la relazione tra il ricavo/compenso (variabile dipendente) e alcuni dati contabili e strutturali dei contribuenti (variabili indipendenti).

E' opportuno rilevare che prima di definire il modello di regressione si è proceduto ad effettuare un'analisi sui dati dei soggetti per verificare le condizioni di "normalità economica" nell'esercizio dell'attività e per scartare le situazioni anomale; ciò si è reso necessario al fine di evitare possibili distorsioni nella determinazione della "funzione di ricavo/compenso".

In particolare sono state escluse le imprese che presentano:

- (costo del venduto⁴ + costo per la produzione servizi) dichiarato negativo;

e tutti i soggetti che presentano:

- costi e spese dichiarati nel quadro M superiori ai ricavi/compensi dichiarati.

Successivamente è stato utilizzato un indicatore economico-contabile specifico delle attività in esame, differenziato per imprese e professionisti:

Imprese:

- **valore aggiunto per addetto** = $(\text{Ricavi} - \text{Costo del venduto} - \text{Spese per acquisti di servizi} - \text{Costo per la produzione di servizi}) / (\text{numero addetti}^5 * 1000)$.

Professionisti:

- **resa oraria** = $(\text{Compensi derivanti dall'attività professionale o artistica} - \text{Compensi corrisposti a terzi per prestazioni direttamente afferenti all'attività professionale o artistica} - \text{Spese per collaboratori coordinati e continuativi}) / (\text{numero addetti}^6 * 40 * 45)$.

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.

numero addetti = 1 + numero dipendenti a tempo pieno + numero dipendenti a tempo parziale e assunti con contratto di (ditte individuali) formazione e lavoro o a termine + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa o nello studio + 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 e assunti con contratto di formazione e lavoro o a termine + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente (società) nell'impresa o nello studio + numero associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa + numero soci con occupazione prevalente nell'impresa + numero amministratori non soci

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

Per ogni gruppo omogeneo è stata calcolata la distribuzione ventile dell'indicatore precedentemente definito per l'attività di impresa e per l'attività di lavoro autonomo. Sono stati quindi selezionati i soggetti che presentavano valori dell'indicatore all'interno di un determinato intervallo, per costituire il campione di riferimento.

Per il *valore aggiunto per addetto* (imprese) sono stati scelti i seguenti intervalli:

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

Per la *resa oraria* (professionisti) sono stati scelti i seguenti intervalli:

- dal 1° al 19° ventile, per il cluster 2;
- nessun taglio per il cluster 3.

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

Per la determinazione della “funzione di ricavo/compenso” 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/compenso” 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.

Nell'allegato 5.A.1 vengono riportate le variabili ed i rispettivi coefficienti della “funzione di ricavo”. Nell'allegato 5.A.2 vengono riportate le variabili ed i rispettivi coefficienti della “funzione di compenso”.

APPLICAZIONE DEGLI STUDI DI SETTORE ALL'UNIVERSO DEI CONTRIBUENTI

Per la determinazione del ricavo/compenso del singolo soggetto sono previste due fasi:

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

numero addetti = 1 * Fattore Correttivo individuale + numero dipendenti a tempo pieno + numero dipendenti a tempo parziale e (professionista assunti con contratto di formazione e lavoro o a termine che opera in forma individuale) dove:

Fattore Correttivo Individuale = $P_ORE * P_SETT$ in cui:

P_ORE è pari a (minor valore tra 40 e “Numero ore settimanali dedicate all'attività”)/40

P_SETT è pari a (minor valore tra 45 e “Numero settimane di lavoro nell'anno”)/45

numero addetti = Numero dipendenti a tempo pieno + numero dipendenti a tempo parziale e assunti con contratto di formazione e lavoro o a termine + soci o associati che prestano attività nello studio o associazione * Fattore Correttivo (associazioni/ Associazioni società)

dove:

Fattore Correttivo Associazioni = $P_ORE * P_SETT$ in cui:

P_ORE è pari a (minor valore tra 40 e “Numero ore settimanali dedicate all'attività” / “Numero soci o associati che prestano attività nello studio o associazione”)/40

P_SETT è pari a (minor valore tra 45 e “Numero settimane di lavoro nell'anno” / “Numero soci o associati che prestano attività nello studio o associazione”)/45

⁷ L'Analisi Discriminante è una tecnica che consente di associare ogni soggetto ad uno dei gruppi omogenei individuati per la sua attività, attraverso la definizione di una probabilità di appartenenza a ciascuno dei gruppi stessi.

Nell'allegato 5.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 soggetto viene determinato il ricavo/compenso di riferimento puntuale ed il relativo intervallo di confidenza.

Tale ricavo/compenso è dato dalla media dei ricavi/compensi di riferimento di ogni gruppo omogeneo, calcolati come somma dei prodotti fra i coefficienti del gruppo stesso e le variabili del soggetto, 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.

ALLEGATO 5.A.1

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO: ATTIVITÀ DI IMPRESA

SG94U

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5
Valore dei beni strumentali elevato a 0.6		52,0062	-	-	-
Valore dei beni strumentali elevato a 0.7	11,1762	-	15,3785	-	11,5557
Valore dei beni strumentali elevato a 0.8	-	-	-	3,5006	-
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	1,3633	1,5155	1,3126	1,4922	1,8032
Spese per acquisti di servizi	1,3210	1,4827	1,1353	1,6061	1,1373
Costo del venduto + Costo per la produzione di servizi	1,0711	1,1084	1,1735	1,1653	1,2156
Soci e associati in partecipazione con occupazione prevalente (numero)	-	29.536,571	24.337,2406	-	-
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale (numero)	-	29.536,571	24.337,2406	-	-
Spese per diritti di autore e/o diritti connessi	-	-	0,2609	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

ALLEGATO 5.A.2

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI COMPENSO: ATTIVITÀ DI LAVORO AUTONOMO

SG94U

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5
Valore dei beni strumentali elevato a 0.7	-	30,0102	16,2027	-	-
Spese per prestazioni di lavoro dipendente	-	1,0148	3,5818	-	-
Spese per collaboratori coordinati e continuativi	-	1,0148	3,5818	-	-
Compensi corrisposti a terzi per prestazioni direttamente afferenti all'attività professionale o artistica	-	1,0148	3,5818	-	-
Consumi	-	4,2275	3,5818	-	-
Altre spese	-	4,2275	3,5818	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

ALLEGATO 5.B

VARIABILI DELL'ANALISI DISCRIMINANTE

QUADRO A:

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

QUADRO B:

- Mq locali destinati a teatro di posa / set televisivo
- Mq locali destinati a redazione giornalistica

QUADRO C:

- Consumi: Nastri magnetici audio / video broadcast (betacam sp, sx, digital etc.) - Numero

QUADRO F:

- Modalità di espletamento dell'attività: Attività in conto proprio - % sui ricavi / compensi
- Modalità di espletamento dell'attività: Attività in conto terzi - % sui ricavi / compensi
- Modalità di espletamento dell'attività: Attività affidate a terzi
- Modalità di espletamento dell'attività: Programmi televisivi sportivi, musicali, news etc. - % sui ricavi / compensi
- Modalità di espletamento dell'attività: Riprese, video di eventi ad uso privato - % sui ricavi / compensi
- Modalità di espletamento dell'attività: Distribuzione di prodotti cinematografici e di video per il canale theatrical - % sui ricavi / compensi
- Modalità di espletamento dell'attività: Distribuzione di prodotti cinematografici e di video per il canale home video - % sui ricavi / compensi
- Modalità di espletamento dell'attività: Distribuzione di prodotti cinematografici e di video per il canale TV - % sui ricavi / compensi
- Modalità di espletamento dell'attività: Distribuzione di prodotti cinematografici e di video per il canale multimedia - % sui ricavi / compensi
- Modalità di espletamento dell'attività: Spot pubblicitari - % sui ricavi / compensi
- Modalità di espletamento dell'attività: Trasmissione di programmi televisivi - % sui ricavi / compensi
- Modalità di espletamento dell'attività: Trasmissione di programmi radiofonici via terrestre - % sui ricavi / compensi
- Modalità di espletamento dell'attività: Radio commerciale

QUADRO G:

- Elementi specifici dell'attività: Preproduzione (ideazione, preparazione, preventivo, etc.) – Conto proprio
- Elementi specifici dell'attività: Preproduzione (ideazione, preparazione, preventivo, etc.) – Conto terzi
- Elementi specifici dell'attività: Produzione (installazione, riprese, etc.) – Conto proprio
- Elementi specifici dell'attività: Produzione (installazione, riprese, etc.) – Conto terzi
- Elementi specifici dell'attività: Postproduzione (montaggio, sonorizzazione, edizione, effetti speciali, etc.) – Conto proprio
- Elementi specifici dell'attività: Postproduzione (montaggio, sonorizzazione, edizione, effetti speciali, etc.) – Conto terzi
- Elementi specifici dell'attività: Doppiaggio – Conto terzi
- Elementi specifici dell'attività: Duplicazione, transcodifica, masterizzazione, riversione – Affidate a terzi
- Elementi specifici dell'attività: Spese per concessione di frequenze radiotelevisive
- Elementi specifici dell'attività: Compensi / ricavi derivanti da televendite
- Elementi specifici dell'attività: Compensi / ricavi derivanti dalla concessione di spazi pubblicitari

- Elementi specifici dell'attività: Durata del palinsesto giornaliero (ore)
- Elementi specifici dell'attività: - di cui dedicate a televendite
- Elementi specifici dell'attività: Numero di concessioni radiofoniche

QUADRO I:

- Beni strumentali: Telecamere – Numero (fino a € 2.000)
- Beni strumentali: Telecamere – Numero (fino a € 5.000)
- Beni strumentali: Telecamere – Numero (fino a € 10.000)
- Beni strumentali: Telecamere – Numero (oltre € 10.000)
- Beni strumentali: Mixer video – Numero (fino a € 2.000)
- Beni strumentali: Mixer video – Numero (fino a € 5.000)
- Beni strumentali: Mixer video – Numero (fino a € 10.000)
- Beni strumentali: Mixer video – Numero (oltre € 10.000)
- Beni strumentali: Mixer audio – Numero (fino a € 2.000)
- Beni strumentali: Mixer audio – Numero (fino a € 5.000)
- Beni strumentali: Mixer audio – Numero (fino a € 10.000)
- Beni strumentali: Mixer audio – Numero (oltre € 10.000)
- Beni strumentali: Videoregistratori – Numero (fino a € 2.000)
- Beni strumentali: Videoregistratori – Numero (fino a € 5.000)
- Beni strumentali: Videoregistratori – Numero (fino a € 10.000)
- Beni strumentali: Videoregistratori – Numero (oltre € 10.000)
- Beni strumentali: Masterizzatori – Numero (fino a € 2.000)
- Beni strumentali: Masterizzatori – Numero (fino a € 5.000)
- Beni strumentali: Masterizzatori – Numero (fino a € 10.000)
- Beni strumentali: Masterizzatori – Numero (oltre € 10.000)
- Beni strumentali: Trasmettitori audio / video e antenne – Numero (fino a € 2.000)
- Beni strumentali: Trasmettitori audio / video e antenne – Numero (fino a € 5.000)
- Beni strumentali: Trasmettitori audio / video e antenne – Numero (fino a € 10.000)
- Beni strumentali: Trasmettitori audio / video e antenne – Numero (oltre € 10.000)