

ALLEGATO 11

NOTA TECNICA E METODOLOGICA

EVOLUZIONE

STUDIO DI SETTORE TG74U

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 SG74U.

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

- 74.81.1 - Studi fotografici;
- 74.81.2 - Laboratori fotografici per lo sviluppo e la stampa.

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'impresa o di un professionista.

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

L'evoluzione dello studio di settore è stata condotta analizzando i modelli per la comunicazione dei dati rilevanti ai fini dell'applicazione dello Studio di Settore per il periodo d'imposta 2002.

I contribuenti interessati sono risultati pari a 11.364.

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 249 posizioni.

I principali motivi di scarto sono stati:

- ricavi/compensi dichiarati maggiori di 5.164.569 euro;
- quadro F del modello (elementi contabili relativi all'attività di impresa) non compilato;
- quadro G del modello (elementi contabili relativi all'attività di lavoro autonomo) non compilato;
- presenza di attività secondarie con un'incidenza sui ricavi complessivi superiore al 20%;
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia dell'attività (quadro D del modello);
- errata compilazione delle percentuali relative alla tipologia della clientela (quadro D del modello);
- incongruenze fra i dati strutturali e i dati contabili contenuti nel modello.

A seguito degli scarti effettuati, il numero dei modelli oggetto delle successive analisi è risultato pari a 11.115.

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;

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

- 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 ad eccezione delle variabili dei quadri degli elementi contabili. Tale scelta nasce dall'esigenza di caratterizzare i soggetti in base ai possibili modelli organizzativi, alle diverse tipologie dell'attività, alle varie tipologie di clientela, 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.

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 tredici gruppi omogenei.

DESCRIZIONE DEI GRUPPI OMOGENEI

Lo studio analizza le attività economiche relative al settore dei fotografi/studi fotografici e laboratori.

Gli elementi che hanno maggiormente contribuito a determinare i modelli di business sono i seguenti:

- la tipologia di attività svolta;
- il comparto di specializzazione;
- le modalità di svolgimento dell'attività;
- la dimensione;
- l'ambito territoriale d'intervento.

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).

(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.

CLUSTER 1 - FOTOGRAFI O FOTOREPORTER SPECIALIZZATI IN AMBITO EDITORIALE E GIORNALISTICO

NUMEROSITÀ: 512

I soggetti appartenenti al cluster sono fotografi aventi come attività prevalente la realizzazione di reportage: in particolare, reportage giornalistici (49% dei ricavi/compensi), reportage sportivi (il 35% dei soggetti per il 43% dei ricavi/compensi), altri reportage (il 32% per il 38%) e reportage di viaggio e turismo (il 12% per il 14%).

I servizi fotografici sono realizzati in prevalenza per il mercato italiano (70% dei ricavi/compensi) e, in molti casi (41%), con il supporto di apparecchiature digitali (79% dei servizi realizzati). In tal senso, la dotazione di beni strumentali include, oltre a 3 fotocamere tradizionali e alcuni obiettivi, 2 o 3 fotocamere digitali.

L'attività svolta comprende la pubblicazione di 52 redazionali su riviste a diffusione nazionale per il 16% dei soggetti e di 21 copertine di riviste a diffusione nazionale/internazionale per circa il 15% dei soggetti. I compensi o ricavi percepiti per la cessione di diritti di utilizzo (presenti nel 13% dei casi) sono di ammontare elevato.

La clientela è costituita principalmente da aziende private editrici di quotidiani e/o periodici (50% dei ricavi/compensi), agenzie di stampa (il 26% dei soggetti per il 52% dei ricavi/compensi), aziende private commerciali/ industriali (il 31% per il 25%), agenzie fotografiche di archivio (il 17% per il 35%) e fotografi e studi fotografici (l'11% per il 47%).

Per quanto concerne la forma giuridica, si tratta in prevalenza (88% dei casi) di ditte individuali (in cui opera il solo titolare) o di liberi professionisti. Il 40% circa dei soggetti utilizza per lo svolgimento dell'attività l'abitazione in modo promiscuo e dispone di superfici per uffici (22 mq).

Coerentemente alla tipologia di attività, le spese per viaggi e trasferte sono superiori alla media del settore.

CLUSTER 2 - FOTOGRAFI SPECIALIZZATI IN SERVIZI PER MATRIMONI, ALTRE CERIMONIE E RITRATTI

NUMEROSITÀ: 2.337

I soggetti appartenenti al cluster sono specializzati nella realizzazione di servizi fotografici per matrimoni ed altre cerimonie (47% dei ricavi/compensi), fotografie per ritratti (il 60% dei soggetti per il 23% dei ricavi/compensi) e fotografie formato tessera e scolastiche (il 69% per il 23%). All'attività di fotografo si aggiunge, a volte, l'effettuazione di riprese video (il 23% per il 14%).

Coerentemente con la specializzazione, i clienti sono quasi esclusivamente privati (91% dei ricavi/compensi).

Per quanto concerne la forma giuridica, i soggetti del cluster sono, nel 95% dei casi, ditte individuali (in cui opera il solo titolare) o liberi professionisti. I locali utilizzati per lo svolgimento dell'attività sono composti da sala posa (ove presente 16 mq) e superfici per ricevimento clienti (14 mq).

Le spese più rilevanti sono essenzialmente quelle per l'utilizzo di servizi di laboratori fotografici (indicate nel 35% dei casi); si presume pertanto che lo sviluppo e la stampa di pellicole siano in parte affidati all'esterno.

La dotazione di beni strumentali comprende 2 o 3 fotocamere, alcuni obiettivi, luci continue e luci flash; nel 39% dei casi è presente una telecamera.

CLUSTER 3 - FOTODETTAGLIANTI TRADIZIONALI

NUMEROSITÀ: 2.385

I fattori che caratterizzano maggiormente questo cluster sono l'attività svolta e la tipologia di clientela servita.

L'attività prevalente è quella di realizzazione di fotografie per privati: servizi per matrimoni e altre cerimonie (15% dei ricavi), foto tessera e scolastiche (il 67% dei soggetti per il 14% dei ricavi), foto tessera

con macchina automatica (il 25% per il 17%) e ritratti (il 50% per l'8%). Tale attività è affiancata da altri servizi: sviluppo e stampa di pellicole (il 58% per il 37%), vendita di materiale fotografico di consumo (il 70% per il 18%) e di apparecchiature fotografiche (il 51% per l'8%) e ingrandimenti fotografici e/o digitali (il 34% per il 6%).

Conformemente all'attività svolta la clientela è composta in larga maggioranza da privati (83% dei ricavi).

Le imprese sono organizzate principalmente come ditte individuali (89% dei casi) in cui lavora il solo titolare. I locali destinati all'esercizio dell'attività comprendono superfici per ricevimento clienti (16 mq), per sala posa (11 mq) e, a volte (38% dei casi), laboratori (16 mq).

Il servizio di sviluppo e stampa di pellicole, anche se offerto alla clientela, presumibilmente non viene effettuato sempre presso il negozio, ma esternalizzato a laboratori fotografici. Le spese per l'utilizzo di servizi di laboratori fotografici (indicato dal 40% degli operatori), infatti, sono superiori alla media di settore.

La dotazione di beni strumentali comprende 3 fotocamere, alcuni obiettivi, luci flash, luci continue e 1 telecamera nel 30% dei casi circa.

CLUSTER 4 - LABORATORI FOTOGRAFICI DI GRANDI DIMENSIONI PREVALENTEMENTE RIVOLTI AL PUBBLICO

NUMEROSITÀ: 91

Le imprese appartenenti al cluster si caratterizzano per diversi aspetti: l'attività prevalente di laboratori fotografici, la grande dimensione della struttura e l'offerta rivolta a privati.

L'attività di laboratori fotografici si sostanzia nello sviluppo e stampa di pellicole (56% dei ricavi) e nella realizzazione di ingrandimenti fotografici e/o digitali (4%); a tale attività si aggiunge la vendita di materiale fotografico di consumo (11%) e di apparecchiature fotografiche (9%).

L'offerta al pubblico di servizi si desume dalla tipologia di clientela, composta in larga maggioranza da privati (81% dei ricavi) e in misura ridotta da aziende private commerciali/industriali (8%) e da aziende ed enti pubblici (4%).

Per quanto concerne l'aspetto dimensionale, le imprese, in prevalenza società (di persone nel 46% dei casi e di capitali nel 22%), occupano 6 addetti di cui 3 dipendenti; gli spazi destinati allo svolgimento dell'attività sono ampi e comprendono laboratori (47 mq), superfici per ricevimento clienti (30 mq), depositi/magazzini (24 mq) e, nel 60% dei casi, sala posa (13 mq).

In linea con la grande dimensione anche le materie prime consumate sono molto superiori alla media registrata nel settore e riguardano principalmente materiale chimico per sviluppo pellicole (2.370 litri) e per sviluppo carta a colori (3.300 litri) e carta fotografica in bobina (piccola 83.000 metri, media 8.300 e grande 1.089 nel 19% dei casi).

Coerentemente con i volumi di produzione, le spese sostenute per lo smaltimento di rifiuti speciali, la manutenzione dei beni strumentali, l'acquisto di materiale chimico e fotosensibile da ripresa sono più elevate della media del settore. Altre spese degne di menzione sono quelle relative a pubblicità, promozione, propaganda e rappresentanza e le spese per l'utilizzo di servizi di laboratori fotografici. Ciò fa presumere che una parte dell'attività di sviluppo e stampa sia realizzata all'esterno.

La dotazione di beni strumentali è vasta e comprende in particolare 1 o 2 sviluppatrici per negativi, 2 minilab, 3 o 4 computer, 1 o 2 stampanti plotter, 4 fotocamere, alcuni obiettivi e nel 46% dei casi una sviluppatrice per diapositive. Sono presenti inoltre un sistema di stampa digitale nel 44% dei casi e nel 35% beni strumentali digitali per un valore rilevante.

CLUSTER 5 - PICCOLE IMPRESE SPECIALIZZATE IN RIPRESE VIDEO E SERVIZI DI POST-PRODUZIONE

NUMEROSITÀ: 342

Le imprese appartenenti a questo cluster sono specializzate, principalmente, in riprese video (41% dei ricavi) ed elaborazione e montaggio dell'immagine video (21%) e, in misura inferiore, in servizi per

matrimoni ed altre cerimonie (il 38% dei soggetti per il 28% dei ricavi) e post-produzione video (il 37% per il 17%).

La clientela è composta in prevalenza da privati (il 66% dei soggetti per il 67% dei ricavi), fotografi e/o studi fotografici (il 33% per il 44%) e aziende private commerciali/industriali (il 37% per il 50%).

Le imprese sono soprattutto ditte individuali (81% dei casi) in cui lavora il solo titolare; l'attività è svolta in spazi limitati: il 61% dei soggetti dispone di 26 mq di laboratori e il 25% utilizza l'abitazione in modo promiscuo.

La dotazione di beni strumentali comprende essenzialmente 2 telecamere, alcune fotocamere (3 nel 59% dei casi) e, nel 51% dei casi, 2 apparecchi di post-produzione video.

CLUSTER 6 - FOTOGRAFI CHE OPERANO CON AZIENDE ED ENTI PUBBLICI SPECIALIZZATI PREVALENTEMENTE IN BENI ARTISTICI

NUMEROSITÀ: 359

I soggetti facenti parte del cluster sono fotografi che realizzano principalmente servizi fotografici aventi ad oggetto beni artistici (il 48% dei soggetti per il 51% dei ricavi/compensi), nonché foto artistiche e di ricerca creativa (il 23% per il 32%). All'attività prevalente si aggiungono servizi fotografici per convegni e congressi (il 30% per il 35%), servizi industriali (il 28% per il 27%), altri reportage (il 20% per il 26%) e reportage viaggi e turismo (il 15% per il 26%).

La maggioranza dei servizi fotografici è diretta al mercato nazionale (il 63% dei soggetti per il 96% dei ricavi/compensi); il 13% dei soggetti percepisce compensi o ricavi per la cessione di diritti di utilizzo.

Conformemente alla tipologia di attività svolta, la clientela prevalente è rappresentata, in primo luogo, da aziende ed enti pubblici (50% dei ricavi/compensi) e, in secondo luogo, da aziende private commerciali/industriali (il 47% dei soggetti per il 35% dei ricavi/compensi) e aziende private di editoria libraria e non periodica (il 34% per il 43%).

Dal punto di vista della forma giuridica, si tratta in prevalenza (88% dei casi) di ditte individuali (in cui opera il solo titolare) o di liberi professionisti.

Le superfici dedicate allo svolgimento dell'attività sono presenti solo in alcuni casi: il 38% dei soggetti dispone di sala posa (32 mq) e il 44% di uffici (18 mq). Nel 37% dei casi lo studio è ricavato nell'ambito dell'abitazione (per i soli professionisti la percentuale è del 63%).

La dotazione di beni strumentali è formata da 3 o 4 fotocamere, diversi obiettivi, luci continue e luci flash.

CLUSTER 7 - FOTOGRAFI OPERANTI IN COMPARTI DIVERSI

NUMEROSITÀ: 394

Il cluster in questione è formato da fotografi che realizzano principalmente reportage in genere senza un ambito prevalente di specializzazione. I comparti nei quali operano sono infatti diversi: moda/beauty (il 35% dei soggetti per il 54% dei ricavi/compensi), still life (il 33% per il 47%), viaggi e turismo (il 26% per il 50%), arredamento/architettura (il 23% per il 50%) e altri (il 21% per il 36%). Nei comparti moda/beauty e still life i fotografi in questione effettuano anche servizi per cataloghi (rispettivamente il 17% per il 20% e il 20% per il 14%) e pubblicità (il 17% per il 18% e il 17% per il 13%).

Parte dei servizi fotografici realizzati sono pubblicati come redazionali su riviste a diffusione nazionale (il 36% dei soggetti per il 37% dei ricavi/compensi) e su copertine di riviste a diffusione nazionale/internazionale (il 25% per il 24%).

La fonte prevalente dei ricavi/compensi proviene da servizi fotografici diretti al mercato italiano (65%); un numero limitato di soggetti realizza alcuni servizi all'estero (il 17% per il 15% dei ricavi/compensi).

La clientela è composita, ma formata in prevalenza da aziende private editoriali di quotidiani/periodici (40% dei ricavi/compensi) e aziende private commerciali/industriali (il 48% dei soggetti per il 40%); le

altre tipologie rilevanti sono le agenzie fotografiche d'archivio (il 25% per il 34%) e le agenzie pubblicitarie (il 29% per il 17%).

Si tratta soprattutto (87% dei casi) di ditte individuali, nelle quali opera il solo titolare, o di liberi professionisti.

In linea con l'attività condotta non sono generalmente presenti spazi dedicati; la metà circa dei soggetti dispone di uffici (20 mq) e utilizza in modo promiscuo la propria abitazione; le spese di maggior rilievo, oltre a quelle per materiale fotografico di consumo, sono relative a viaggi e trasferte e all'utilizzo di servizi di laboratori fotografici.

La dotazione di beni strumentali si compone di 3 fotocamere, alcuni obiettivi, luci flash e, più raramente, luci continue.

CLUSTER 8 – FOTOGRAFI SPECIALIZZATI IN ARCHITETTURA/ARREDAMENTO, STILL LIFE E SERVIZI INDUSTRIALI

NUMEROSITÀ: 415

I soggetti di questo cluster si caratterizzano per la realizzazione sia di servizi fotografici aventi ad oggetto l'arredamento/architettura (per cataloghi il 53% dei soggetti per il 46% dei ricavi/compensi e per pubblicità il 27% per il 22%) e lo still life (per cataloghi il 52% per il 29% e per pubblicità il 29% per l'11%), sia di servizi industriali (il 60% per il 47%).

Coerentemente alla tipologia di attività, sono presenti superfici per sala posa (98 mq) e uffici (22 mq). Nel 40% circa dei casi è presente una superficie per il ricevimento dei clienti (23 mq). La clientela è rappresentata in prevalenza da imprese private commerciali/industriali (74% dei ricavi/compensi) e, in misura contenuta, da agenzie pubblicitarie (il 43% dei soggetti per il 19% dei ricavi/compensi).

La forma giuridica adottata dalla maggior parte degli operatori è quella della ditta individuale (68% dei casi); nell'attività sono coinvolti 1 o 2 addetti.

La dotazione strumentale è superiore a quella mediamente registrata dagli altri fotografi: sono presenti 4 o 5 fotocamere, numerosi obiettivi, luci continue e luci flash.

CLUSTER 9 – FOTODETTAGLIANTI CON AMPIA OFFERTA DI SERVIZI O “FOTOSERVICE”

NUMEROSITÀ: 1.232

I soggetti del presente cluster si caratterizzano per lo svolgimento di molteplici attività rivolte al pubblico comprendenti, in primo luogo, lo sviluppo e stampa di pellicole (21% dei ricavi) e, in secondo luogo, sia la realizzazione di servizi fotografici per matrimoni e altre cerimonie (12%), sia la vendita di materiale fotografico di consumo (12%) e di apparecchiature fotografiche (il 65% dei soggetti per l'8% dei ricavi). A queste attività, tipiche dei fotodettaglianti, si aggiungono, in diversi casi, la realizzazione di foto tessera e scolastiche (il 66% dei soggetti per il 10% dei ricavi), la riproduzione e duplicazione manuale o a computer di fotografie (il 62% per l'8%), gli ingrandimenti fotografici e/o digitali (il 57% per il 6%) e la lavorazione e l'elaborazione digitale dell'immagine (il 52% per il 10%).

Superiore alla media di settore è il ricorso alle tecnologie digitali: il 21% dei soggetti effettua servizi con supporto digitale (25% dei ricavi) e il valore di tali beni strumentali è piuttosto elevato.

In linea con la tipologia di attività svolta, la clientela si compone in larga maggioranza di privati (72% dei ricavi); una parte del fatturato è realizzato con aziende private commerciali/industriali (il 57% dei soggetti per il 25% dei ricavi) e con aziende ed enti pubblici (il 47% per il 10%).

Dal punto di vista della forma giuridica, si tratta in prevalenza di ditte individuali (75% dei casi) e in misura contenuta di società (25%); nell'attività sono occupati 1 o 2 addetti.

Le superfici dedicate allo svolgimento dell'attività sono generalmente dotate di sala posa (17 mq), sala per ricevimento clienti (20 mq) e laboratori (24 mq nel 62% dei casi).

Parte dell'attività di sviluppo e stampa è affidata all'esterno: il 48% dei soggetti sostiene spese per l'uso di servizi di laboratori fotografici. Rilevanti sono anche le spese di pubblicità, promozione e propaganda.

I beni strumentali utilizzati sono: 4 fotocamere, alcuni obiettivi, luci flash, 2 computer e 1 o 2 stampanti plotter; nel 50% dei casi sono presenti 1 o 2 telecamere e nel 20% circa un ingranditore, una sviluppatrice per negativi e un sistema di stampa da file digitale.

CLUSTER 10 – FOTOGRAFI SPECIALIZZATI IN CATALOGHI E PUBBLICITÀ

NUMEROSITÀ: 956

Il presente cluster è formato da fotografi che effettuano servizi fotografici finalizzati prevalentemente all'inserimento in cataloghi e a pubblicità nei comparti still life (rispettivamente il 61% dei soggetti per il 41% dei ricavi/compensi e il 60% per il 29%), moda/beauty (il 36% per il 33% e il 37% per il 33%) e architettura/arredamento (per cataloghi il 13% per il 12%). In alcuni casi si aggiunge all'offerta la realizzazione di servizi industriali (il 32% per il 21%).

I servizi fotografici sono diretti principalmente al mercato italiano (70% dei ricavi/compensi); i fotografi in questione realizzano a volte campagne pubblicitarie nazionali (6 per oltre il 20% dei soggetti) e pubblicano redazionali su riviste a diffusione nazionale (10 per il 12%). Il 10% dei soggetti percepisce compensi o ricavi per la cessione di diritti di utilizzo.

Coerentemente all'attività svolta, la clientela è composta principalmente da imprese private commerciali/industriali (47% dei ricavi/compensi), agenzie pubblicitarie (34%) e fotografi/studi fotografici (il 12% dei soggetti per il 29% dei ricavi/compensi).

Si tratta in prevalenza (82% dei casi) di ditte individuali (in cui lavora il solo titolare) o di liberi professionisti. Gli spazi dedicati allo svolgimento dell'attività sono limitati: sono presenti superfici per sala posa (39 mq) e nel 53% dei casi uffici (19 mq).

La dotazione di beni strumentali si compone di 4 fotocamere, alcuni obiettivi e luci flash. Il 25% dei soggetti dispone di una fotocamera digitale e il 20% ottiene oltre il 40% dei ricavi/compensi da servizi fotografici realizzati con supporto digitale.

CLUSTER 11 – IMPRESE OPERANTI IN AMBITO INTERNAZIONALE

NUMEROSITÀ: 119

I soggetti appartenenti al cluster realizzano servizi fotografici diretti sia al mercato nazionale (49% dei ricavi), sia al mercato multinazionale o estero (44%). L'attività all'estero è condotta con la realizzazione o la pubblicazione di servizi fotografici (rispettivamente 7 o 8 nel 53% dei casi e 8 o 9 nel 39%); buona parte dei soggetti pubblica, inoltre, foto su copertine a diffusione nazionale/internazionale (19 nel 34% dei casi) e redazionali su riviste a diffusione nazionale (20 nel 38%).

Il 29% degli operatori percepisce compensi per la cessione dei diritti di utilizzo molto superiori alla media di settore.

Per quanto concerne il comparto di specializzazione, i soggetti del cluster operano principalmente nell'ambito moda/beauty (reportage il 37% dei soggetti per il 41% dei ricavi, cataloghi il 35% per il 34% e pubblicità il 38% per il 22%), giornalismo ed editoria (reportage sport il 16% per il 59% e altri reportage il 20% per il 26%) e servizi industriali (il 20% per il 40%).

Le tipologie di clientela prevalenti sono le imprese private commerciali/ industriali (il 66% dei soggetti per il 57% dei ricavi), le aziende private editoriali di quotidiani/periodici (il 63% per il 40%) e le agenzie pubblicitarie (il 37% per il 23%).

Si tratta in prevalenza di persone fisiche (64% dei casi) in cui opera il solo titolare e, in misura contenuta, di società (36%) in cui sono occupati 2 o 3 addetti.

Per quanto concerne la struttura, sono presenti uffici (26 mq) e, nel 41% dei casi, superfici per sala posa (66 mq); il 40% circa dei soggetti ricava tali spazi all'interno dell'abitazione.

Compatibilmente all'attività svolta e all'ambito internazionale di intervento le spese per viaggi e trasferte, per prestazioni di fotografi/studi fotografici e per l'utilizzo di servizi di laboratori fotografici sono ampiamente superiori alla media del settore. Il 10% circa dei soggetti sostiene costi per provvigioni corrisposte ad agenti fotografici presumibilmente operanti all'estero (il 13% dei soggetti dispone di 2 o 3 agenti su paesi esteri).

CLUSTER 12 – LABORATORI FOTOGRAFICI

NUMEROSITÀ: 271

I soggetti di questo cluster sono laboratori fotografici la cui attività prevalente è lo sviluppo e stampa di pellicole (45% dei ricavi); altre attività di laboratorio sono ingrandimenti fotografici e/o digitali (il 59% dei soggetti per il 24% dei ricavi) e riproduzione, restauro, ritocco e duplicazione di fotografie manuale o a computer (il 31% per il 9%). Una parte dei soggetti realizza servizi per matrimoni e altre cerimonie (il 30% per il 18%).

In linea con l'attività svolta la clientela si compone maggiormente di fotografi/studi fotografici (40% dei ricavi), privati (il 62% dei soggetti per il 42% dei ricavi), fotonegozianti (il 25% per il 39%), laboratori fotografici per sviluppo e stampa (il 18% per il 41%) e imprese private commerciali/industriali (il 29% per il 27%).

Gli spazi dedicati allo svolgimento dell'attività sono rappresentati principalmente da laboratori di dimensioni molto superiori alla media di settore (62 mq); nel 62% dei casi sono presenti superfici per il ricevimento dei clienti (17 mq) e nel 52% depositi/magazzini (23 mq).

Per quanto concerne la forma giuridica, le imprese sono sia ditte individuali (56% dei casi), sia società (35% di persone e 9% di capitali). Nell'attività sono coinvolti 2 o 3 addetti e nel 35% dei casi è presente personale dipendente.

L'attività viene condotta con il consumo di quantità elevate sia di sviluppo per pellicole (706 litri) e per carta a colori (1.109 litri), sia di carta fotografica (11.000 metri in bobina piccola, 7.100 in bobina media e 1.000 nel 50% circa dei casi in bobina grande). Tra le spese sostenute, rilevanti sono quelle relative allo smaltimento dei rifiuti speciali e all'acquisto di materiale chimico e da sviluppo.

I beni strumentali utilizzati sono soprattutto sviluppatrici per negativi e stampatrici; spesso sono presenti anche sviluppatrici per carta e ingranditori.

CLUSTER 13 – LABORATORI FOTOGRAFICI DI PICCOLE DIMENSIONI RIVOLTI AL PUBBLICO

NUMEROSITÀ: 1.260

Le imprese appartenenti al cluster si contraddistinguono sia per l'attività svolta, simile in parte ai laboratori fotografici e in parte ai fotodettaglianti, sia per la dimensione ridotta della struttura.

Le tipologie principali di attività sono lo sviluppo e stampa di pellicole (56% dei ricavi), la vendita di materiale fotografico di consumo (12%) e di apparecchiature fotografiche (6%) e la realizzazione di servizi per matrimoni e altre cerimonie (il 57% dei soggetti per il 10% dei ricavi), di foto tessera e scolastiche (il 64% per il 9%) e di ingrandimenti fotografici e/o digitali (il 57% per il 5%).

L'orientamento al pubblico si evince dalla clientela composta in gran parte da privati (86% dei ricavi) e in misura più contenuta da aziende private commerciali/industriali (il 43% dei soggetti per il 13% dei ricavi) e aziende ed enti pubblici (il 37% per 9%).

Si tratta di imprese di piccole dimensioni, in prevalenza ditte individuali (65% dei casi), che occupano 2 addetti; nel 30% dei casi è presente personale dipendente.

Per quanto concerne gli spazi disponibili, sono presenti laboratori (19 mq), superfici per ricevimento clienti (17 mq) e per sala posa (9 mq) e, nel 68% dei casi, depositi/magazzini (15 mq).

I consumi di materie prime sono contenuti e riguardano soprattutto sviluppo per pellicole (387 litri) e per carta a colori (601) e carta fotografica (15.180 metri in bobina piccola e, nel 55% dei casi, 3.490 metri in bobina media).

In linea con l'attività svolta, le spese di maggior rilievo sono relative allo smaltimento di rifiuti speciali, all'acquisto di materiale chimico e fotosensibile da ripresa, alla pubblicità, promozione, propaganda e rappresentanza e all'utilizzo di servizi di laboratori fotografici. Si presume pertanto che una parte dell'attività di sviluppo e stampa sia realizzata all'esterno.

Date le dimensioni contenute, la dotazione di beni strumentali è essenziale e comprende un minilab, una sviluppatrice per negativi, 2 o 3 fotocamere, alcuni obiettivi e luci flash.

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 di servizi) dichiarato negativo;
- costi e spese dichiarati nel quadro F del modello superiori ai ricavi dichiarati;

e i professionisti che presentano:

- costi e spese dichiarati nel quadro G del modello superiori ai compensi dichiarati.

Successivamente sono stati utilizzati degli indicatori economico-contabili specifici delle attività in esame, differenziati per imprese e professionisti:

Imprese:

- *valore aggiunto orario per addetto* = (ricavi - costo del venduto - costo per la produzione di servizi - spese per acquisti di servizi) / (numero addetti⁵ * 312 * 8);

³ La Regressione Multipla è una tecnica statistica che permette di interpolare i dati con un modello statistico-matematico che descrive l'andamento della variabile dipendente in funzione di una serie di variabili indipendenti relativamente alla loro significatività statistica.

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

⁵ Le frequenze relative ai dipendenti sono state normalizzate all'anno in base alle giornate retribuite.

Le frequenze relative ai non dipendenti (ad eccezione dei collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa o nello studio e degli amministratori non soci) sono state normalizzate all'anno in base alle percentuali di lavoro prestato.

- *marginale operativo lordo sui ricavi* = (ricavi - costo del venduto - costo per la produzione di servizi - spese per acquisti di servizi - spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa) * 100 / ricavi.

Professionisti:

- *resa oraria* = (compensi dichiarati - spese per prestazioni di collaborazione coordinata e continuativa - compensi corrisposti a terzi per prestazioni direttamente afferenti l'attività professionale e artistica) / (Numero addetti⁶ * 40 * 45).

- numero addetti = 1 + numero dipendenti a tempo pieno + numero apprendisti + numero dipendenti a tempo parziale e assunti con contratto di formazione e lavoro + 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 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 apprendisti + numero dipendenti a tempo parziale e assunti con contratto di formazione e lavoro + numero collaboratori coordinati e continuativi che prestano attività prevalentemente nell'impresa o nello studio + numero familiari diversi che prestano attività nell'impresa + numero associati in partecipazione che apportano lavoro prevalentemente nell'impresa + numero associati in partecipazione diversi + numero soci con occupazione prevalente nell'impresa + numero soci diversi + numero amministratori non soci.

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

- numero addetti = 1* Fattore Correttivo Individuale + numero dipendenti a tempo pieno + numero apprendisti + numero dipendenti a tempo parziale e assunti con contratto di formazione e lavoro dove:
Fattore Correttivo Individuale = PESO_ORE * PESO_SET in cui:
PESO_ORE è pari a: (minor valore tra 40 e "numero ore settimanali dedicate all'attività") / 40
PESO_SET è pari a: (minor valore tra 45 e "numero settimane di lavoro nell'anno") / 45
- numero addetti = (numero dipendenti a tempo pieno + numero apprendisti + numero dipendenti a tempo parziale e assunti con contratto di formazione e lavoro) + numero soci o associati che prestano attività nello studio* Fattore Correttivo Associazioni dove:
Fattore Correttivo Associazioni = PESO_ORE * PESO_SET in cui:
PESO_ORE è pari a: [minor valore tra 40 e ("numero ore settimanali dedicate all'attività" / " numero soci o associati che prestano attività nello studio")] / 40
PESO_SET è pari a: [minor valore tra 45 e ("numero settimane di lavoro nell'anno" / " numero soci o associati che prestano attività nello studio")] / 45

Per ogni gruppo omogeneo, distintamente per forma giuridica e sulla base del personale dipendente, è stata calcolata la distribuzione ventile di ciascuno degli indicatori precedentemente definiti per l'attività di impresa e per l'attività di lavoro autonomo. Sono stati quindi selezionati i soggetti che presentavano valori degli indicatori contemporaneamente all'interno di un determinato intervallo, per costituire il campione di riferimento.

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

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

Per il *marginale operativo lordo sui ricavi* (imprese) sono stati scelti i seguenti intervalli:

- dal 1° al 19° ventile, per i cluster 6, 7, 8, 10, 11;
- dal 1° al 18° ventile, per i cluster 1, 5;
- dal 2° al 19° ventile, per i cluster 2, 3, 9, 12;
- dal 1° ventile, per i cluster 4, 13.

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

- dal 2° al 19° ventile, per il cluster 10;
- dal 2° ventile, per i cluster 1, 7;
- non sono stati effettuati tagli per i cluster 2, 6, 8.

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 F e quadro G 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/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.

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 del commercio a livello comunale⁷” che ha avuto come obiettivo la suddivisione del territorio nazionale in aree omogenee in rapporto al:

- grado di modernizzazione;
- grado di copertura dei servizi di prossimità;
- grado di sviluppo socio-economico.

Si sono inoltre utilizzati, nella definizione della “funzione di ricavo”, i risultati di uno studio relativo alla “territorialità generale a livello comunale⁸” che ha avuto come obiettivo la suddivisione del territorio nazionale in aree omogenee in rapporto al:

- grado di benessere;

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

⁸ I criteri e le conclusioni dello studio sono riportati nell'apposito Decreto Ministeriale.

- 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 “radice quadrata del valore dei beni strumentali”. 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 “radice quadrata del valore dei beni strumentali”.

Nell'allegato **11A.1** vengono riportate le variabili ed i rispettivi coefficienti della “funzione di ricavo”.

Nell'allegato **11.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 Discriminante⁹;
- la stima del ricavo/compenso di riferimento.

Nell'allegato **11.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.

⁹ 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.

ALLEGATO 11.A.1

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI RICAVO: ATTIVITÀ DI IMPRESA

TG74U

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5	CLUSTER 6	CLUSTER 7
Costo del venduto + Costo per la produzione dei servizi	1,1872	1,3305	1,3039	1,0566	1,5498	1,5513	1,3531
Spese per acquisti di servizi	1,9031	1,3678	1,3615	1,3507	2,0464	1,7131	1,3003
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	1,3186	1,4415	1,0676	1,6705	1,1221	1,3662	2,0386
Radice quadrata del Valore dei beni strumentali	168,2646	61,4652	44,8770	87,4764	70,8993	112,8708	163,5585
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale e familiari diversi (numero normalizzato)	14.465,0898	5.691,9142	5.399,5527	17.911,4660	13.408,7622	15.052,4585	17.733,5744
Soci e associati in partecipazione (numero normalizzato)	29.607,0869	5.691,9142	5.399,5527	17.911,4660	13.408,7622	15.052,4585	17.733,5744
(Costo del venduto + Costo per la produzione dei servizi) relativo alla Vendita di materiale fotografico di consumo e di apparecchiature fotografiche ed altro	-	-	-0,1172	-	-	-	-
(Costo del venduto + Costo per la produzione dei servizi) relativo allo Sviluppo e stampa di pellicole	-	-	-0,0848	-	-	-	-
Campagne pubblicitarie nazionali + Campagne pubblicitarie internazionali	-	-	-	-	-	-	-
Totale mq della Superficie destinata a sala posa	-	47,2671	60,0502	-	-	-	-
Totale mq della Superficie destinata a laboratori	-	29,3389	79,3071	-	-	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro

CORRETTIVI TERRITORIALI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 3	CLUSTER 4	CLUSTER 5	CLUSTER 6	CLUSTER 7
Correttivo da applicare al coefficiente della Radice quadrata del Valore dei beni strumentali <i>Gruppo 1 della territorialità del commercio a livello comunale – Aree con livelli di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale</i>	-	-28,8535	-	-	-	-	-
Correttivo da applicare al coefficiente della Radice quadrata del Valore dei beni strumentali <i>Gruppo 2 della territorialità del commercio a livello comunale – Aree con elevata dotazione di servizi commerciali specialmente tradizionali; livello di benessere medio</i>	-	-13,5316	-	-	-	-	-
Correttivo da applicare al coefficiente della Radice quadrata del Valore dei beni strumentali <i>Gruppo 3 della territorialità del commercio a livello comunale – Aree ad alto livello di benessere, con un tessuto produttivo industriale e una rete commerciale prevalentemente tradizionale</i>	-	-	19,3268	-	-	-	-
Correttivo da applicare al coefficiente della Radice quadrata del Valore dei beni strumentali <i>Gruppo 4 della territorialità del commercio a livello comunale – Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale</i>	-	-28,8535	-	-	-	-	-
Correttivo da applicare al coefficiente della Radice quadrata del Valore dei beni strumentali <i>Gruppo 5 della territorialità del commercio a livello comunale – Aree con benessere molto elevato, in aree urbane e metropolitane fortemente terziarizzate e sviluppate, con una rete distributiva molto evoluta</i>	-	-	19,3268	-	-	-	-
Correttivo da applicare al coefficiente della Radice quadrata del Valore dei beni strumentali <i>Gruppo 6 della territorialità del commercio a livello comunale – Aree di medio-piccole dimensioni con una marcata presenza di grandi superfici commerciali, con alto livello di benessere e un sistema economico-produttivo evoluto</i>	-	-	17,7189	-	-	-	-
Correttivo da applicare al coefficiente della Radice quadrata del Valore dei beni strumentali <i>Gruppo 2 della territorialità generale a livello comunale – Aree con livello di benessere non elevato, bassa scolarità, sistema economico locale poco sviluppato e basato prevalentemente su attività commerciali</i>	-	-	-	-	-46,4439	-58,7842	-
Correttivo da applicare al coefficiente della Radice quadrata del Valore dei beni strumentali <i>Gruppo 5 della territorialità generale a livello comunale – Aree di marcata arretratezza economica, basso livello di benessere e scolarità poco sviluppata</i>	-	-	-	-	-46,4439	-58,7842	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

VARIABILI	CLUSTER 8	CLUSTER 9	CLUSTER 10	CLUSTER 11	CLUSTER 12	CLUSTER 13
Costo del venduto + Costo per la produzione dei servizi	1,1905	1,2192	1,4657	1,1691	1,3028	1,3204
Spese per acquisti di servizi	1,5167	1,5222	2,1291	1,0345	2,1006	1,3358
Spese per lavoro dipendente e per altre prestazioni diverse da lavoro dipendente afferenti l'attività dell'impresa	1,3865	1,5251	1,7416	1,5766	1,0515	1,1515
Radice quadrata del Valore dei beni strumentali	154,9852	73,0073	125,9193	204,3383	67,0949	67,2994
Collaboratori dell'impresa familiare e coniuge dell'azienda coniugale e familiari diversi (numero normalizzato)	17.516,7087	6.311,6082	14.995,5673	28.463,0042	10.818,1358	8.951,1875
Soci e associati in partecipazione (numero normalizzato)	25.924,6597	8.710,6148	17.817,6604	28.463,0042	10.818,1358	12.934,1006
(Costo del venduto + Costo per la produzione dei servizi) relativo alla Vendita di materiale fotografico di consumo e di apparecchiature fotografiche ed altro	-	-	-	-	-	-0,1081
(Costo del venduto + Costo per la produzione dei servizi) relativo allo Sviluppo e stampa di pellicole	-	-	-	-	-	-
Campagne pubblicitarie nazionali + Campagne pubblicitarie internazionali	-	-	963,7265	-	-	-
Totale mq della Superficie destinata a sala posa	-	-	-	-	-	-
Totale mq della Superficie destinata a laboratori	-	112,3387	-	-	-	82,2931

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

CORRETTIVI TERRITORIALI	CLUSTER 8	CLUSTER 9	CLUSTER 10	CLUSTER 11	CLUSTER 12	CLUSTER 13
Correttivo da applicare al coefficiente della Radice quadrata del Valore dei beni strumentali <i>Gruppo 1 della territorialità del commercio a livello comunale – Aree con livelli di benessere e scolarizzazione molto bassi ed attività economiche legate prevalentemente al commercio di tipo tradizionale</i>	-	-16,0863	-	-	-32,3246	-23,6511
Correttivo da applicare al coefficiente della Radice quadrata del Valore dei beni strumentali <i>Gruppo 2 della territorialità del commercio a livello comunale – Aree con elevata dotazione di servizi commerciali specialmente tradizionali; livello di benessere medio</i>	-	-	-	-	-	-
Correttivo da applicare al coefficiente della Radice quadrata del Valore dei beni strumentali <i>Gruppo 3 della territorialità del commercio a livello comunale – Aree ad alto livello di benessere, con un tessuto produttivo industriale e una rete commerciale prevalentemente tradizionale</i>	-	-	-	-	-	-
Correttivo da applicare al coefficiente della Radice quadrata del Valore dei beni strumentali <i>Gruppo 4 della territorialità del commercio a livello comunale – Aree a basso livello di benessere, minor scolarizzazione e rete distributiva tradizionale</i>	-	-16,0863	-	-	-32,3246	-23,6511
Correttivo da applicare al coefficiente della Radice quadrata del Valore dei beni strumentali <i>Gruppo 5 della territorialità del commercio a livello comunale – Aree con benessere molto elevato, in aree urbane e metropolitane fortemente terziarizzate e sviluppate, con una rete distributiva molto evoluta</i>	-	-	-	-	-	-
Correttivo da applicare al coefficiente della Radice quadrata del Valore dei beni strumentali <i>Gruppo 6 della territorialità del commercio a livello comunale – Aree di medio-piccole dimensioni con una marcata presenza di grandi superfici commerciali, con alto livello di benessere e un sistema economico-produttivo evoluto</i>	-	-	-	-	-	-
Correttivo da applicare al coefficiente della Radice quadrata del Valore dei beni strumentali <i>Gruppo 2 della territorialità generale a livello comunale – Aree con livello di benessere non elevato, bassa scolarità, sistema economico locale poco sviluppato e basato prevalentemente su attività commerciali</i>	-	-	-	-	-	-
Correttivo da applicare al coefficiente della Radice quadrata del Valore dei beni strumentali <i>Gruppo 5 della territorialità generale a livello comunale – Aree di marcata arretratezza economica, basso livello di benessere e scolarità poco sviluppata</i>	-	-	-	-	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro.

ALLEGATO 11.A.2

COEFFICIENTI DELLE FUNZIONI DI COMPENSO: ATTIVITÀ DI LAVORO AUTONOMO

TG74U

VARIABILI	CLUSTER 1	CLUSTER 2	CLUSTER 6	CLUSTER 7	CLUSTER 8	CLUSTER 10
Spese per prestazioni di lavoro dipendente + Spese per prestazioni di collaborazione coordinata e continuativa + Compensi corrisposti a terzi per prestazioni direttamente afferenti l'attività professionale e artistica	1,9468	1,9120	1,1393	2,4507	1,1344	1,3982
Consumi	2,4989	2,8903	1,5956	2,5439	1,9532	2,0457
Altre spese	2,4989	1,7433	1,5956	2,5439	1,9532	2,0457
Radice quadrata del Valore dei beni strumentali	120,4657	15,6113	83,0046	65,9341	111,7683	111,6720
Radice quadrata del Valore dei beni strumentali relativo all'età professionale ¹⁰ inferiore o uguale a 4 anni	-	-	-	-38,0128	-	-
Redazionali pubblicati su rivista a diffusione nazionale	-	-	-	459,6381	-	-

- Le variabili contabili vanno espresse in euro

¹⁰ Età Professionale = Anno d'imposta di applicazione dello studio - Anno di inizio attività

ALLEGATO 11.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 gli apprendisti
- Numero delle giornate retribuite per i dipendenti a tempo parziale e assunti con contratto di formazione e lavoro

QUADRO B DEL MODELLO ALLEGATO ALLA DICHIARAZIONE:

- Potenza impegnata (kw)
- Superficie destinata a sala posa (Mq)
- Superficie destinata al ricevimento clienti (Mq)
- Superficie destinata a laboratori (Mq)
- Superficie destinata a deposito o a magazzino (Mq)
- Superficie destinata a uffici (Mq)

QUADRO D DEL MODELLO ALLEGATO ALLA DICHIARAZIONE:

- Consumi: Sviluppo per pellicole - Litri
- Consumi: Sviluppo per carta a colori - Litri
- Consumi: Sviluppo per carta bianco/nero - Litri
- Consumi: Carta fotografica in bobine: piccola (banda fino a cm 15,2) - Metri
- Consumi: Carta fotografica in bobine: media (banda oltre cm 15,2 e fino a cm 40) - Metri
- Consumi: Carta fotografica in bobine: grande (banda oltre cm 40) - Metri
- Consumi: Carta fotografica in fogli: piccola (fino a 13x18 cm) - Numero fogli
- Consumi: Carta fotografica in fogli: grande (oltre 13x18 cm) - Numero fogli
- Tipologia dell'attività: Moda/Beauty - Redazionali/Reportage
- Tipologia dell'attività: Moda/Beauty - Pubblicità
- Tipologia dell'attività: Moda/Beauty - Cataloghi
- Tipologia dell'attività: Still life - Redazionali/Reportage
- Tipologia dell'attività: Still life - Pubblicità
- Tipologia dell'attività: Still life - Cataloghi
- Tipologia dell'attività: Arredamento/architettura - Redazionali/Reportage
- Tipologia dell'attività: Arredamento/architettura - Pubblicità
- Tipologia dell'attività: Arredamento/architettura - Cataloghi
- Tipologia dell'attività: Altri servizi editoriali e giornalistici - Reportage giornalistici
- Tipologia dell'attività: Altri servizi editoriali e giornalistici - Reportage sportivi
- Tipologia dell'attività: Altri servizi editoriali e giornalistici - Reportage di viaggio e turismo
- Tipologia dell'attività: Altri servizi editoriali e giornalistici - Reportage di beni artistici
- Tipologia dell'attività: Altri servizi editoriali e giornalistici - Reportage scientifici
- Tipologia dell'attività: Altri servizi editoriali e giornalistici - Altri reportage
- Tipologia dell'attività: Fotografie per privati - Ritratti
- Tipologia dell'attività: Fotografie per privati - Servizi per matrimoni ed altre cerimonie

- Tipologia dell'attività: Fotografie per privati - Foto formato tessera e foto scolastiche
- Tipologia dell'attività: Altri servizi - Servizi industriali
- Tipologia dell'attività: Altri servizi - Servizi per convegni e congressi
- Tipologia dell'attività: Altri servizi - Riprese video
- Tipologia dell'attività: Altri servizi - Elaborazione e montaggio dell'immagine video
- Tipologia dell'attività: Altri servizi - Sviluppo e stampa di pellicole
- Tipologia dell'attività: Altri servizi - Ingrandimenti (fotografici e/o digitali)
- Tipologia dell'attività: Altri servizi - Riproduzione, restauro, ritocco e duplicazione di fotografie manuale o a computer
- Tipologia dell'attività: Altri servizi - Acquisizione, lavorazione ed elaborazione digitale di immagini
- Tipologia dell'attività: Altri servizi - Trasferimento di immagini da pellicola a supporto magnetico/CD e viceversa
- Tipologia dell'attività: Altri servizi - Post-produzione (aggiunta di musica al video, etc...)
- Tipologia dell'attività: Altri servizi - Vendita di materiale fotografico di consumo
- Tipologia dell'attività: Altri servizi - Vendita di apparecchiature fotografiche ed altro
- Tipologia clientela: Agenzie pubblicitarie
- Tipologia clientela: Agenzie fotografiche d'archivio
- Tipologia clientela: Agenzie di stampa
- Tipologia clientela: Aziende private commerciali/industriali
- Tipologia clientela: Aziende private editoria quotidiani/periodici
- Tipologia clientela: Aziende private editoria libraria e non periodica
- Tipologia clientela: Aziende ed enti pubblici
- Tipologia clientela: Privati
- Tipologia clientela: Fotografi/studi fotografici
- Tipologia clientela: Fotonegozianti
- Tipologia clientela: Laboratori fotografici per lo sviluppo e la stampa
- Elementi specifici: Spese per aggiornamento software
- Elementi specifici: Spese per materiale chimico e per lo sviluppo
- Elementi specifici: Spese per viaggi e trasferte
- Elementi specifici: Spese di pubblicità, promozione, propaganda e rappresentanza
- Elementi specifici: Spese per smaltimento di rifiuti speciali
- Altri elementi specifici: Compensi o ricavi percepiti o conseguiti per la cessione di diritti di utilizzo
- Altri elementi specifici: Compensi o ricavi percepiti o conseguiti per servizi fotografici diretti al mercato italiano
- Altri elementi specifici: Compensi o ricavi percepiti o conseguiti per servizi fotografici diretti al mercato multinazionale o estero
- Altri elementi specifici: Foto pubblicate su copertine di riviste a diffusione nazionale/internazionale - Numero
- Altri elementi specifici: Redazionali pubblicati su rivista a diffusione nazionale - Numero
- Altri elementi specifici: Campagne pubblicitarie nazionali - Numero
- Altri elementi specifici: Campagne pubblicitarie internazionali - Numero
- Altri elementi specifici: Servizi fotografici eseguiti all'estero - Numero
- Altri elementi specifici: Servizi fotografici pubblicati all'estero - Numero

QUADRO E DEL MODELLO ALLEGATO ALLA DICHIARAZIONE:

- Dorsi digitali per fotocamere (da euro 258 fino a euro 1.033) - Numero
- Dorsi digitali per fotocamere (oltre euro 1.033 fino a euro 2.066) - Numero
- Dorsi digitali per fotocamere (oltre euro 2.066 fino a euro 10.329) - Numero
- Dorsi digitali per fotocamere (oltre euro 10.329) - Numero
- Luci continue (da euro 258 fino a euro 1.033) - Numero
- Luci continue (oltre euro 1.033 fino a euro 2.066) - Numero
- Luci continue (oltre euro 2.066 fino a euro 10.329) - Numero
- Luci continue (oltre euro 10.329) - Numero
- Luci Flash (da euro 258 fino a euro 1.033) - Numero
- Luci Flash (oltre euro 1.033 fino a euro 2.066) - Numero
- Luci Flash (oltre euro 2.066 fino a euro 10.329) - Numero
- Luci Flash (oltre euro 10.329) - Numero
- Computer (da euro 258 fino a euro 1.033) - Numero
- Computer (oltre euro 1.033 fino a euro 2.066) - Numero
- Computer (oltre euro 2.066 fino a euro 10.329) - Numero
- Computer (oltre euro 10.329) - Numero
- Stampanti-Plotter (da euro 258 fino a euro 1.033) - Numero
- Stampanti-Plotter (oltre euro 1.033 fino a euro 2.066) - Numero
- Stampanti-Plotter (oltre euro 2.066 fino a euro 10.329) - Numero
- Stampanti-Plotter (oltre euro 10.329) - Numero
- Scanner (da euro 258 fino a euro 1.033) - Numero
- Scanner (oltre euro 1.033 fino a euro 2.066) - Numero
- Scanner (oltre euro 2.066 fino a euro 10.329) - Numero
- Scanner (oltre euro 10.329) - Numero
- Fotocopiatrici (da euro 258 fino a euro 1.033) - Numero
- Fotocopiatrici (oltre euro 1.033 fino a euro 2.066) - Numero
- Fotocopiatrici (oltre euro 2.066 fino a euro 10.329) - Numero
- Fotocopiatrici (oltre euro 10.329) - Numero
- Apparecchi da ripresa, videocamere, telecamere (da euro 258 fino a euro 1.033) - Numero
- Apparecchi da ripresa, videocamere, telecamere (oltre euro 1.033 fino a euro 2.066) - Numero
- Apparecchi da ripresa, videocamere, telecamere (oltre euro 2.066 fino a euro 10.329) - Numero
- Apparecchi da ripresa, videocamere, telecamere (oltre euro 10.329) - Numero
- Ingranditori (fino a euro 10.329) - Numero
- Ingranditori (oltre euro 10.329 fino a euro 51.646) - Numero
- Ingranditori (oltre euro 51.646 fino a euro 103.291) - Numero
- Ingranditori (oltre euro 103.291) - Numero
- Sviluppatrici per diapositive (fino a euro 10.329) - Numero
- Sviluppatrici per diapositive (oltre euro 10.329 fino a euro 51.646) - Numero
- Sviluppatrici per diapositive (oltre euro 51.646 fino a euro 103.291) - Numero
- Sviluppatrici per diapositive (oltre euro 103.291) - Numero
- Sviluppatrici per negativi (fino a euro 10.329) - Numero
- Sviluppatrici per negativi (oltre euro 10.329 fino a euro 51.646) - Numero

- Sviluppatrici per negativi (oltre euro 51.646 fino a euro 103.291) - Numero
- Sviluppatrici per negativi (oltre euro 103.291) - Numero
- Minilab (fino a euro 10.329) - Numero
- Minilab (oltre euro 10.329 fino a euro 51.646) - Numero
- Minilab (oltre euro 51.646 fino a euro 103.291) - Numero
- Minilab (oltre euro 103.291) - Numero
- Stampatrici fino a 30 x 45 (fino a euro 10.329) - Numero
- Stampatrici fino a 30 x 45 (oltre euro 10.329 fino a euro 51.646) - Numero
- Stampatrici fino a 30 x 45 (oltre euro 51.646 fino a euro 103.291) - Numero
- Stampatrici fino a 30 x 45 (oltre euro 103.291) - Numero
- Stampatrici oltre 30 x 45 (fino a euro 10.329) - Numero
- Stampatrici oltre 30 x 45 (oltre euro 10.329 fino a euro 51.646) - Numero
- Stampatrici oltre 30 x 45 (oltre euro 51.646 fino a euro 103.291) - Numero
- Stampatrici oltre 30 x 45 (oltre euro 103.291) - Numero
- Sviluppatrici per carta formato oltre 30 x 45 fino a 70 x 100 (fino a euro 10.329) - Numero
- Sviluppatrici per carta formato oltre 30 x 45 fino a 70 x 100 (oltre euro 10.329 fino a euro 51.646) - Numero
- Sviluppatrici per carta formato oltre 30 x 45 fino a 70 x 100 (oltre euro 51.646 fino a euro 103.291) - Numero
- Sviluppatrici per carta formato oltre 30 x 45 fino a 70 x 100 (oltre euro 103.291) - Numero
- Sviluppatrici per carta formato oltre 70 x 100 (fino a euro 10.329) - Numero
- Sviluppatrici per carta formato oltre 70 x 100 (oltre euro 10.329 fino a euro 51.646) - Numero
- Sviluppatrici per carta formato oltre 70 x 100 (oltre euro 51.646 fino a euro 103.291) - Numero
- Sviluppatrici per carta formato oltre 70 x 100 (oltre euro 103.291) - Numero
- Sistemi di stampa da file digitale (fino a euro 10.329) - Numero
- Sistemi di stampa da file digitale (oltre euro 10.329 fino a euro 51.646) - Numero
- Sistemi di stampa da file digitale (oltre euro 51.646 fino a euro 103.291) - Numero
- Sistemi di stampa da file digitale (oltre euro 103.291) - Numero
- Apparecchiature per postproduzione video (centraline di montaggio, titolatrici, ecc.) (fino a euro 10.329) - Numero
- Apparecchiature per postproduzione video (centraline di montaggio, titolatrici, ecc.) (oltre euro 10.329 fino a euro 51.646) - Numero
- Apparecchiature per postproduzione video (centraline di montaggio, titolatrici, ecc.) (oltre euro 51.646 fino a euro 103.291) - Numero
- Apparecchiature per postproduzione video (centraline di montaggio, titolatrici, ecc.) (oltre euro 103.291) - Numero

QUADRO Z DEL MODELLO ALLEGATO ALLA DICHIARAZIONE:

- Valore dei beni strumentali digitali
- Servizi fotografici effettuati con supporto digitale
- Ricavi derivanti da servizi fotografici effettuati con supporto digitale
- Fotocamere digitali - Numero
- Stampatrici carta con video - Numero