

**DOCUMENTAZIONE PER LA COMMISSIONE DEGLI  
ESPERTI PER LA VALIDAZIONE DEGLI STUDI DI  
SETTORE**

**Commercio al dettaglio di abbigliamento, calzature,  
pelletterie ed accessori**

**Roma 21 dicembre 2010**

**Verbali delle riunioni svoltesi con le Associazioni di categoria e gli Osservatori Regionali per la presentazione e la discussione del prototipo dello studio di settore**

STUDIO	ATTIVITÀ ECONOMICHE (ATECO 2007)
VM05U	
	47.71.10 – Commercio al dettaglio di confezioni per adulti
	47.71.20 – Commercio al dettaglio di confezioni per bambini e neonati
	47.71.30 – Commercio al dettaglio di biancheria personale, maglieria, camicie
	47.71.50 – Commercio al dettaglio di cappelli, ombrelli, guanti e cravatte
	47.72.10 – Commercio al dettaglio di calzature e accessori
	47.72.20 – Commercio al dettaglio di pelletteria e da viaggio

## INDICE

1) PREMESSA.....	4
2) OSSERVAZIONI DELLE ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA E PROFESSIONALI .....	5
3) VALUTAZIONI DELLE OSSERVAZIONI DELLE ASSOCIAZIONI DA PARTE DELL' AGENZIA DELLE ENTRATE .....	6
4) ATTIVITÀ DEGLI OSSERVATORI REGIONALI.....	6
4.1) <i>ESEMPI INVIATI PER L'ELABORAZIONE</i> .....	6
4.2) <i>PARERI DEGLI OSSERVATORI REGIONALI</i> .....	8
5) VALUTAZIONI DEI PARERI DEGLI OSSERVATORI REGIONALI.....	19
5.1) <i>ASSEGNAZIONE DELL'IMPRESA AL CLUSTER DI RIFERIMENTO</i> ...	19
5.2) <i>STIMA DEI RICAVI</i> .....	20
5.3) <i>ESITI ANALISI COERENZA</i> .....	21
5.4) <i>ESITI ANALISI NORMALITÀ ECONOMICA</i> .....	21
5.5) <i>VALUTAZIONI RELATIVE AI CORRETTIVI CONNESSO ALLA PRESENZA SUL TERRITORIO DI FACTORY OUTLET CENTER (F.O.C.), ALLE VENDITE DI FINE STAGIONE ED ALLE VENDITE PROMOZIONALI</i>	21
5.6) <i>TERRITORIALITÀ</i> .....	22
6) CONSIDERAZIONI FINALI.....	23

## 1) PREMESSA

Coerentemente con quanto previsto dai protocolli d'intesa siglati con le Associazioni di Categoria e Professionali in data 26 settembre 1996 e 14 dicembre 2006, l'approvazione degli studi di settore è preceduta da una fase di confronto tendente a verificare l'idoneità degli stessi a rappresentare correttamente la realtà economica alla quale si riferiscono.

Al riguardo, preliminarmente, si fa presente che il calendario di massima degli incontri è stato anticipato ai componenti della Commissione degli esperti con mail del 5 marzo 2010, al fine di darne ampia diffusione.

Relativamente allo studio VM05U (evoluzione dello studio di settore UM05U), con le note prot. n. 2010/115673 del 29 luglio 2010, prot. n. 2010/118727 del 6 agosto 2010 e prot. n. 2010/140286 del 4 ottobre 2010, inoltrate per posta elettronica alle Associazioni di riferimento, sono stati comunicati i risultati della *cluster analysis* e sono state convocate 2 riunioni.

Nel corso delle suddette riunioni che si sono svolte, presso i locali della SO.SE., in data 13 settembre 2010 e 20 ottobre 2010, sono stati esaminati gli esempi forniti dalle stesse Associazioni.

Alle riunioni hanno partecipato i rappresentanti dell'Agenzia delle Entrate, della SO.SE. e delle seguenti Associazioni:

- CONFCOMMERCIO NAZIONALE;
- UNIONE COMMERCianti VARESE;
- CONFCOMMERCIO UMBRIA;
- CONFCOMMERCIO – FEDERCALZATURE;
- ASCOM BERGAMO;
- ASCOM VARESE;
- ASCOM TREVISO;
- CONFCOMMERCIO – FEDERMODA.

Inoltre, in relazione allo studio in oggetto, tenuto conto della positiva esperienza maturata relativamente allo studio di settore UG69U, primo studio per il quale è stata realizzata una costruzione del modello statistico-economico su "*base regionale*", è stato confermato il coinvolgimento degli Osservatori regionali, al fine di verificarne ulteriormente il funzionamento.

In questa ottica si è tenuta, il giorno 15 settembre 2010, una videoconferenza con i 21 Osservatori regionali per gli studi di settore, durante la quale è stato presentato lo studio di settore VM05U.

Al riguardo, gli Osservatori regionali sono stati invitati a predisporre un apposito parere, basato sulle risultanze delle analisi da essi svolte, in relazione allo studio in argomento.

A tal fine sono state fornite istruzioni in merito alle modalità di trasmissione di specifici esempi rilevati a livello locale, in modo da consentire la loro elaborazione a livello centrale.

## **2) OSSERVAZIONI DELLE ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA E PROFESSIONALI**

A conclusione dello svolgimento dei due incontri del 13 settembre e del 20 ottobre 2010, è stato chiesto alle associazioni di Categoria interessate di far pervenire le eventuali osservazioni e/o rilievi utili al fine di predisporre la documentazione necessaria per consentire alla Commissione di esprimere il parere di propria competenza in merito alla validazione dello studio in argomento.

Con nota del 2 dicembre u.s. la Federazione Nazionale Commercianti moda al dettaglio e all'ingrosso ha formulato le proprie considerazioni in merito al prototipo di evoluzione dello studio in argomento.

L'Associazione ha preliminarmente osservato che *“il nuovo studio ... presenta sicuramente caratteristiche di novità apprezzabili a livello nazionale ... trattasi di uno studio «evoluto» rispetto alle attese del nostro settore in quanto costituisce un importante passo avanti nella direzione di un affinamento delle metodologie degli studi di settore secondo principi di equità e selettività conseguendo risultati che dovrebbero consentire una maggiore aderenza da parte dell'Amministrazione Finanziaria agli effettivi andamenti economici delle nostre aziende che in questi anni avvertono gli effetti di una difficile stagione che ha visto contrarsi i livelli di consumo delle famiglie”*.

Viene quindi evidenziata l'importanza dell'inserimento del calcolo del ricavo stimato *“delle vendite di fine stagione nonché quelle promozionali nonché l'aver considerato per ogni singola regione la distanza espressa in minuti di percorrenza verso il singolo factory outlet più vicino ...”* ed, *“altresì la maggiore attenzione riservata all'anno di formazione delle scorte e quindi a quello di vendita delle stesse”*.

*“In definitiva il giudizio generale di merito di Federazione Moda Italia si può esprimere nei termini di clima generale confortante legato al nuovo studio. Studio che se confrontato con quello utilizzato nelle ultime dichiarazioni dei redditi, dovrebbe garantire una maggiore rappresentatività delle singole realtà aziendali”*.

Espressa tale valutazione sul generale funzionamento del prototipo l'Associazione fornisce alcuni spunti di riflessione circa eventuali aspetti *“di carattere tecnico/applicativo”* relativamente ai quali *“raccomanda la presa d'atto”* da parte dell'Amministrazione Finanziaria.

Di seguito le osservazioni che la Federazione ha ritenuto più significative:

*“a) ... lo sviluppo dello studio applicato alle aziende con ricavi medio alti (oltre il milione di euro) e con più punti di vendita, evidenzia complessivamente un peggioramento del risultato*

*elaborato da Gerico, tanto che in un certo numero di casi è stata riscontrata la non congruità rispetto all'esito viceversa positivo evidenziato dal precedente studio UM05U ...;*

*b) ... il nuovo studio VM05U evidenzia la mancanza dell'effetto dei grandi centri commerciali operanti all'interno delle aree urbane verso i quali l'afflusso forte di consumatori avviene in evidente danno per i negozi tradizionali;*

*c) l'introduzione del correttivo legato alla presenza di factory outlet center tarato in relazione ai tempi di percorrenza "non tiene sempre conto del diverso livello di viabilità delle varie zone in cui queste grandi strutture periferiche si insediano".*

La Federazione, anche tenuto conto di tali possibili spunti di miglioramento in conclusione rappresenta "l'apprezzamento per la mutata ottica che ha caratterizzato il continuo confronto con l'Amministrazione Finanziaria ed in particolare con la SO.SE alla quale va riconosciuto lo sforzo che nel tempo essa ha prodotto nell'intento di «affinare» gli studi di settore, fino all'ultimo, il VM05U, che speriamo possa riflettere un buon livello di rappresentatività di quella che è la difficile realtà delle nostre aziende".

### **3) VALUTAZIONI DELLE OSSERVAZIONI DELLE ASSOCIAZIONI DA PARTE DELL'AGENZIA DELLE ENTRATE**

Tenuto conto del giudizio globalmente positivo espresso dalla Federazione Nazionale Commercianti moda al dettaglio e all'ingrosso ed alla luce delle risultanze delle attività di analisi e del confronto avvenuto in sede di riunione con le Organizzazioni, si rileva l'idoneità dello studio a rappresentare compiutamente le attività economiche interessate.

Resta fermo che l'Amministrazione Finanziaria, in un ottica di sempre maggiore collaborazione con il mondo associativo delle categorie imprenditoriali che gli studi di settore vogliono rappresentare, si impegna a tenere conto, per gli sviluppi futuri dello studio di settore qui oggetto di disamina, degli spunti di analisi e delle proposte integrative formulate nella menzionata nota della Federazione Nazionale Commercianti moda al dettaglio e all'ingrosso.

Al riguardo, in fase di prossima evoluzione le stesse saranno oggetto di approfondimento, anche a seguito di confronto con le citate Organizzazioni.

### **4) ATTIVITÀ DEGLI OSSERVATORI REGIONALI**

#### **4.1) ESEMPI INVIATI PER L'ELABORAZIONE**

Gli esempi trasmessi dagli Osservatori regionali per gli studi di settore tramite il portale della So.Se. sono risultati pari a 659; per l'89,53% dei casi sono stati forniti i dati necessari a

cogliere correttamente la localizzazione dell'attività, alla luce del nuovo modello statistico-economico di stima.

Le posizioni analizzate, nel complesso, sono risultate pari a 590.

Le risultanze dell'applicazione dello studio VM05U per tali 590 esempi, elaborati centralmente, sono state rese disponibili tramite il portale della So.Se. agli Osservatori per le proprie valutazioni, mentre per le 69 posizioni non valutate sono state date indicazioni agli stessi Osservatori sui motivi della “*non elaborabilità*”.

La seguente tabella riporta:

- la numerosità degli esempi trasmessi da ciascun Osservatorio;
- la numerosità dei casi valutati/non valutati<sup>1</sup>;
- la percentuale dei casi valutati rispetto a quelli inviati.

<b>OSSERVATORIO REGIONE</b>	<b>INVIATI (A)</b>	<b>NON VALUTATI (B)</b>	<b>VALUTATI (C)</b>	<b>% (C/A)</b>
<b>Abruzzo</b>	0	--	--	--
<b>Trento</b>	45	2	43	<b>95,6%</b>
<b>Bolzano</b>	10	1	9	<b>90%</b>
<b>Basilicata</b>	8	0	8	<b>100%</b>
<b>Calabria</b>	22	11	11	<b>50%</b>
<b>Campania</b>	6	0	6	<b>100%</b>
<b>Emilia Romagna</b>	106	9	97	<b>91,5%</b>
<b>Friuli Venezia Giulia</b>	0	--	--	--
<b>Lazio</b>	55	3	52	<b>94,5%</b>
<b>Liguria</b>	21	5	16	<b>76,2%</b>
<b>Lombardia</b>	58	16	42	<b>72,4%</b>
<b>Marche</b>	111	5	106	<b>95,5%</b>
<b>Molise</b>	0	--	--	--
<b>Piemonte</b>	0	--	--	--
<b>Puglia</b>	23	1	22	<b>95,7%</b>

<sup>1</sup> Gli esempi “*non valutabili*” sono risultati tali in dipendenza di una delle seguenti circostanze:

- la fornitura è stata effettuata in modo incompleto o errato;
- la fornitura ha fatto attivare dei controlli bloccanti.

<b>Sicilia</b>	0	--	--	--
<b>Sardegna</b>	33	2	31	<b>93,9%</b>
<b>Toscana</b>	117	12	105	<b>89,7%</b>
<b>Umbria</b>	25	1	24	<b>96%</b>
<b>Valle d'Aosta</b>	2	1	1	<b>50%</b>
<b>Veneto</b>	17	1	16	<b>94,1%</b>

#### **4.2) PARERI DEGLI OSSERVATORI REGIONALI**

Si riporta di seguito una breve sintesi delle principali argomentazioni riportate nelle relazioni pervenute da parte degli Osservatori regionali in merito alla richiesta di parere relativa all'applicazione dello studio VM05U.

#### **OSSERVATORIO REGIONALE – BOLZANO**

L'Osservatorio Regionale di Bolzano ad esito delle attività di sperimentazione compiute sugli esempi trasmessi dalle Associazioni di categoria interessate, ha evidenziato *“che non sono emerse criticità a livello locale e che l'esito delle valutazioni in merito al funzionamento dello studio in oggetto ... è da considerarsi sostanzialmente favorevole”*.

Più nel dettaglio, con riferimento agli esempi analizzati, ha rilevato *“che il numero di soggetti congrui (tenendo conto dell'indice di normalità economica) si riduce (44% rispetto al 70%), anche se va evidenziato che l'effetto dei «correttivi anticrisi» negli esempi prodotti risulta determinante. (Non tenendo conto di detti correttivi infatti i soggetti congrui aumenta (44% rispetto al 40%). In sostanza il livello di congruità, negli esempi utilizzati, pare non discostarsi molto rispetto a Gerico 2010. In alcuni esempi i dati di ricavo risultano migliorativi, in altri sono penalizzanti”*.

L'analisi di coerenza è risultata *“sicuramente migliorativa ... infatti ... solo in 1 caso tra le posizioni verificate è riscontrato la «non coerenza», che era invece rilevata in 5 posizioni da Gerico 2010. Risulta altresì evidente l'ampliamento tra le soglie (minima e massima) di quasi tutti gli indicatori di coerenza. Tale ampliamento è da accogliere positivamente in quanto rispecchia maggiormente l'ampio spettro delle realtà economiche locali”*.

#### **OSSERVATORIO REGIONALE – TRENTO**

L'Osservatorio Regionale di Trento ha fornito il proprio parere in merito al prototipo di studio di settore in argomento evidenziando che *“le imprese selezionate per la sperimentazione in oggetto rispecchiano pienamente la realtà economica provinciale: si tratta infatti principalmente di imprese di piccole-medie dimensioni (solamente per nove posizioni sono*



*presenti più punti vendita), distribuite su tutto il territorio provinciale, dal capoluogo ai centri più piccoli di valli periferiche.*

*Le considerazioni espresse dai rappresentanti dell'Unione Commercio, Turismo, Servizi, Professioni e Piccole Medie Imprese e dell'Associazione Artigiani e Piccole Imprese sono le seguenti:*

- *il nuovo modello VM05U è risultato in grado di cogliere puntualmente la realtà economica trentina*";
- *le posizioni "congrue" sono diminuite ma alcune delle posizioni divenute non congrue precedentemente godevano dell'applicazione dei cosiddetti "correttivi crisi" ed altre si collocano "comunque all'interno dell'intervallo di confidenza"*;
- *"le imprese «non congrue» hanno invece visto diminuire il ricavo puntuale di riferimento, con un tendenziale ampliamento dell'intervallo di confidenza"*
- *"per quanto riguarda la valutazione della coerenza i rappresentanti delle associazioni di categoria hanno espresso parere positivo, evidenziando l'aumento delle posizioni coerenti per tutti gli indicatori"*.

*Infine è stato rappresentato che "l'unica considerazione critica svolta dalle associazioni di categoria riguarda l'assegnazione ai «cluster» delle imprese selezionate, che in alcuni casi è risultata errata".*

## **OSSERVATORIO REGIONALE – BASILICATA**

L'Osservatorio Regionale della Basilicata ha costituito un apposito Gruppo di lavoro al quale hanno preso parte i componenti designati dagli Ordini e dalle Associazioni di categoria maggiormente rappresentativi delle attività economiche direttamente interessate dall'ipotesi di studio in argomento.

Effettuata la trasmissione degli esempi e valutate nell'ambito del gruppo di lavoro gli esiti delle elaborazioni predisposte centralmente sugli esempi stessi, l' "Osservatorio ha ritenuto di esprimere parere favorevole in merito all'ipotesi di studio evoluto in oggetto" che "sembra, effettivamente, cogliere meglio la realtà economica delle imprese del settore operanti in Basilicata".

## **OSSERVATORIO REGIONALE – CALABRIA**

A seguito dell'analisi svolta, l'Osservatorio per gli studi di settore della Calabria nel fornito le proprie valutazioni ha preliminarmente evidenziato che "nonostante l'attività di analisi delle elaborazioni pervenute abbia comunque consentito di fare emergere alcuni elementi di riflessione, sulla base delle valutazioni comparate effettuate tra le risultanze dello studio UM05U e VM05U, l'esiguo numero di esempi proposto dai vari componenti dell'Osservatorio (infatti, gli esempi inseriti, per la maggioranza dei casi, sono stati forniti da componenti interni alla Direzione Regionale), non consente di ritenere tali riflessioni esaustive

*rispetto alle possibili situazioni concrete che interessano un settore così numeroso e strategico per l'economia del Paese in generale e calabrese in particolare”.*

Con riferimento, quindi, agli esiti della attività compiuta sugli esempi elaborati, in merito alla analisi di congruità *“è emerso, nel complesso, un trattamento più favorevole per il contribuente, per effetto della contrazione dei maggiori ricavi accertabili.”.*

*“Nell’ipotesi di un’applicazione generalizzata degli studi così come proposti dal mod. VM05U, e di un conseguente appiattimento dei ricavi, molte imprese esporrebbero in dichiarazione perdite d’esercizio”.*

L’esito della analisi della coerenza *“pare sostanzialmente immutato”.*

Nella relazione dell’Osservatorio viene ipotizzato che l’associazione dell’impresa ad un unico gruppo omogeneo, diversamente a come avveniva in passato .

Inoltre, con riferimento ad uno degli esempi, viene rilevato che il nuovo studio VM05U non ha valorizzato l’attività organizzativa in franchising; infatti tale modello imprenditoriale vien, per i soggetti esercenti l’attività in Calabria, agganciato al cluster n. 6 (imprese con assortimento alquanto ampio che generalmente operano con più negozi) anziché al cluster n. 12 (Negozi generalmente organizzati in franchising che vendono prevalentemente abbigliamento).

Infine, dalla comparazione tra lo studio UM05U ed VM05U viene rappresentato l’incidenza della territorialità. E’ auspicabile che di questo elemento se ne tenga conto in modo più appropriato, che rifugga da generici correttivi, ma avvicini il più possibile l’impresa alla specifica realtà, economica e sociale, in cui opera.

## **OSSERVATORIO REGIONALE – CAMPANIA**

L’Osservatorio Regionale della Campania ha evidenziato che lo studio *“mostra una particolare attenzione alla territorialità delle imprese, valorizzandone i relativi profili nell’ambito della funzione ricavo.*

*Particolarmente apprezzato è stato il riconoscimento della incidenza degli outlet quale fattore penalizzante delle imprese presenti sul territorio”.*

Tra le specifiche situazioni che caratterizzano il territorio campano e che possono avere una più o meno diretta incidenza sugli operatori economici del settore di riferimento, vengono segnalate la presenza di outlet, la diffusa situazione di crisi economica – finanziaria, *“la crescita della percentuale di vendite in saldi rispetto alle vendite complessive, oltre per un aumento dell’invenuto”*, *“la presenza di commercianti al dettaglio «cinesi», particolarmente aggressivi sotto il profilo della politica commerciale, con prodotti confezionati in Cina a prezzi notevolmente inferiori a quelli locali”*, la contraffazione ed, infine, *“a causa delle problematiche ambientali che la regione ha recentemente vissuto, e della negativa pubblicità internazionale che ne è derivata per tutto il territorio locale”* la riduzione del turismo.

## OSSERVATORIO REGIONALE – EMILIA ROMAGNA

L'Osservatorio Regionale dell'Emilia Romagna, a seguito della analisi svolta sulle posizioni individuate, ha evidenziato la presenza di alcune questioni ritenute meritevoli di particolare approfondimento.

In via preliminare è stato precisato che *“il campione di imprese sottoposte alla raccolta dei dati è stato necessariamente “casuale” non rispecchiando se non parzialmente, l'intera platea dei contribuenti soggetta in futuro all'applicazione “regionalizzata” dello studio in esame”*.

Dall'analisi è emerso come *“la concentrazione dei clusters rispetto alla precedente versione dello studio (dagli originari 39, si è passati a 20) implica la presenza di possibili «punti di debolezza» relativi all'esatta classificazione di tutte le realtà commerciali presenti nel tessuto emiliano romagnolo”*.

E' inoltre stata sollevata la possibile presenza di un'ulteriore potenziale problematica *“nel caso in cui un operatore economico si trovi ad avere due punti vendita ubicati in due differenti regioni con un volume d'affari pressoché pari in entrambe*.

*Nella prospettata situazione, potrebbero emergere forti difficoltà ad effettuare una stima corretta dei ricavi inseriti nello studio di settore, qualora le due versioni regionalizzate dello studio contenessero in sé sostanziali differenze (ad es. diversa connotazione dei clusters, e/o differente incidenza di elementi contabili dichiarati)”*.

Inoltre, ha suscitato alcune perplessità l'effetto delle vendite *“a stock”* per i soggetti che rientrano nel cluster 15 *“negozi che vendono prevalentemente abbigliamento di fascia fine – lusso”*.

Per i soggetti rientranti in tale cluster la tipologia di merce venduta riguarda quasi totalmente prodotti di moda di fascia qualitativa alta e questo *“determina un notevole deprezzamento delle merci invendute e la necessità di effettuare delle vendite di fine stagione (saldi) o promozionali”*. A differenza di altre attività collocate in altri cluster, infatti per tali soggetti *“la quasi totalità delle rimanenze invendute diventa oggetto di stock, in quanto sono trattiene in negozio solo quei capi che vengono definiti «continuativi», mentre i restanti vengono ceduti in blocco a esercenti a prezzi nettamente inferiori a quelli di acquisto, influenzando pesantemente sulla percentuale di ricarico. Lo studio di settore, in questo caso, potrebbe non riuscire a cogliere correttamente l'ammontare dei ricavi, in quanto la percentuale di ricarico, non tenendo conto delle merci cedute sottocosto per i su richiamati motivi, risulterebbe troppo elevata”*.

Viene, infine, ritenuto meritevole di segnalazione e di eventuale approfondimento l'impatto sulla redditività delle imprese derivante dalle diverse aree della regione ove è svolta l'attività; in particolare viene segnalata la necessità di una differenziazione tra imprese che svolgono l'attività nel capoluogo di regione, nei capoluogo di provincia e nei paesi montani.

## **OSSERVATORIO REGIONALE – LAZIO**

L'Osservatorio Regionale del Lazio ha evidenziato che le condizioni di congruità riscontrate con la versione precedente dello studio permangono anche nella nuova elaborazione. Le medesime osservazioni vengono espresse anche in ordine ai casi interessati da situazioni di non congruità, per i quali comunque viene rilevato, in via generale, una minore stima nella misura, peraltro, di pochi punti percentuali.

Mentre per alcune posizioni viene evidenziato che *“i risultati restituiti dall'applicazione dell'ipotesi di studio, definiscono una valutazione opposta, in termini di coerenza e/o normalità economica, rispetto a quella precedente. Nello specifico, gli indici per i quali si riscontra maggiormente detto fenomeno sono il valore aggiunto per addetto, per la sola analisi della coerenza, la durata delle scorte per l'analisi della coerenza e l'analisi della normalità economica”*.

Sono state, inoltre, riportate le considerazioni avanzate dal rappresentante della Confcommercio Regionale che ha richiesto che *“sarebbe opportuno valutare la distanza del soggetto non solo dai centri Outlet regionali ma anche dai centri commerciali distribuiti sul territorio”*.

## **OSSERVATORIO REGIONALE – LIGURIA**

L'Osservatorio Regionale della Liguria rileva:

- “1. una migliore e più rappresentativa clusterizzazione degli studi di settore in questione*
- 2. il numero ridotto dei cluster, che scendono dai 37 del vecchio studio ai 20 del nuovo, abbinato ad una puntuale analisi discriminante;*
- 3. una migliore considerazione degli elementi territoriali;*
- 4. un ampliamento dell'intervallo di confidenza derivante in modo significativo dalla considerazione di elementi territoriali nelle funzioni di ricavo, contrassegnate da un abbassamento del valore puntuale, al netto dei correttivi anti-crisi”*.

Sono stati evidenziati i seguenti *“aspetti di criticità”*:

- “mancata influenza all'interno del nuovo modello di studio della presenza di centri commerciali e dei negozi monomarca”;*
- “rilevanza delle aree gravitazionali degli Outlet in termini di minuti di percorrenza anziché di distanze chilometriche, senza che venga considerata, nella determinazione della distanza in minuti, della valutazione delle situazioni delle infrastrutture stradali, che in Liguria sono inefficaci e disagiate”;*
- “la storicizzazione delle rimanenze di magazzino ai fini dei correttivi relativi abbia una struttura di cinque anni: in realtà la strutture di magazzino hanno spesso un consolidamento sotto i cinque anni. Inoltre per la natura stessa delle vendite a stock, i prezzi di vendita risultano molto bassi”*.

Tanto premesso l'Osservatorio ha espresso *“parere favorevole all'evoluzione proposta dello studio di settore del commercio al dettaglio di abbigliamento e calzature”*.

## **OSSERVATORIO REGIONALE – LOMBARDIA**

L'Osservatorio Regionale della Lombardia, a seguito della analisi svolta sulle posizioni individuate, ha evidenziato la presenza di alcune questioni ritenute meritevoli di particolare approfondimento.

Nella relazione inviata si fa, innanzitutto, presente come il nuovo studio VM05U, *“rispetto allo studio UM05U (Unico 2010) ottimizza i Ricavi dichiarati e conseguentemente fa aumentare il numero di aziende congrue.*

*Un'altra considerazione riguarda il calcolo dell'indice Valore aggiunto per addetto che risulta variato rispetto allo studio di settore appena inviato”. Infatti, “ nella nuova release nei costi da sottrarre ai ricavi NON viene considerato il costo di godimento dei beni di terzi, che corrisponde al rigo F18 dello studio di settore. La conseguenza è un innalzamento dell'indice Valore aggiunto per addetto.”*

Sono state anche illustrate *“considerazioni di carattere generale sui casi esaminati, evidenziando le seguenti criticità, tipiche del Territorio lombardo, delle quali sarebbe opportuno tener conto nella calibratura dello Studio di settore in esame alle diverse realtà locali, quali la presenza di mercati (rionali/cittadini che si tengono in diversi giorni nell'arco della settimana); la presenza di centri commerciali che impattano sull'esterno; la multiattività; le vendite a stock; la resa per addetto: da valutare i diversamente abili nelle realtà medio grandi con più di 15 dipendenti – quadro IRAP; i lavori pubblici di considerevole durata (realizzazione di metropolitane, di aree espositive e così via).*

*Quest'ultima circostanza potrebbe essere altresì oggetto, ai sensi dell'art. 4 del Provvedimento dell'Agenzia delle Entrate dell'8 ottobre 2007, di un'apposita direttiva da parte del Presidente dello scrivente Osservatorio”*.

## **OSSERVATORIO REGIONALE – MARCHE**

L'Osservatorio Regionale delle Marche ha formulato le proprie valutazioni in merito all'analisi compiuta sugli esempi presi ad esame.

Al riguardo ha evidenziato di aver riscontrato *“un maggior numero di esiti di congruità”* rispetto alla versione vigente dello studio.

*“Inoltre, una parte dei soggetti non congrui, pur mantenendo un esito di non congruità, dichiara ricavi superiori al ricavo minimo stimato, collocandosi quindi nella fascia di ricavi «possibili»”*.

Più nel dettaglio sono state formulate alcune considerazioni relativamente a:

- assegnazione dei contribuenti ai cluster; *“la notevole riduzione dei cluster ... da un lato ha semplificato i modelli organizzativi, dall'altro, ha sostanzialmente fatto perdere alcune*

*informazioni che attribuiscono l'appartenenza ad un cluster piuttosto che ad un altro con differenti percentuali di probabilità, con effetti sulla corretta rappresentazione delle realtà aziendali ... al riguardo si osserva, inoltre, che per la maggior parte degli esempi elaborati da So.Se. l'assegnazione al cluster avviene ora con una probabilità pari ad 1, contrariamente a quanto si verificava con il precedente studio UM05U, per il quale, sovente, l'individuazione del cluster appariva molto più parcellizzata (perfino eccessivamente in alcuni casi)".*

- stima dei ricavi; *“si è avuto modo di riscontare un generale effetto «premiante» rappresentato da ... un generale ampliamento degli intervalli di confidenza ... una riduzione dei livelli di congruità”.*
- composizione delle rimanenze e incidenza delle vendite promozionali; *“sembra che tali elementi non siano adeguatamente valorizzati nelle funzioni di ricavo, nelle quali sembra invece prevista una generica riduzione per tutte le aziende del coefficiente relativo al costo del venduto indipendentemente dalla presenza o meno nelle singole realtà di tali dati caratteristici”.*

## **OSSERVATORIO REGIONALE – MOLISE**

L'Osservatorio Regionale del Molise ha evidenziato che, *“non risultando ulteriori valutazioni ed analisi di fattispecie particolari, per quanto attiene alla specificità sia del settore economico sia dello studio di settore previsto”, in merito all'applicazione dello studio di settore VM05U “nessuna criticità è emersa”.*

## **OSSERVATORIO REGIONALE – PIEMONTE**

L'Osservatorio Regionale del Piemonte ha rappresentato che *“il nuovo studio di settore VM05U, in corso di elaborazione, non è stato testato perché non sono stati presentati casi pratici da nessun componente dell'Osservatorio.*

*Pertanto non è possibile stabilire se con la nuova versione dello studio alcune condizioni di non congruità per l'anno d'imposta 2008 o 2009 sarebbero state eliminate o modificate in senso favorevole al contribuente, ovvero se la situazione non sarebbe mutata rispetto alla versione precedente, oppure se il nuovo studio sarebbe stato addirittura peggiorativo per i soggetti a cui si applica.*

*Pertanto ... non può che rilevarsi il buon funzionamento dei correttivi anticrisi già nella versione precedente e, in mancanza di osservazioni sui nuovi cluster (che da 37 sono passati a 20), non essendo disponibili casi da testare, si ritiene che il nuovo studio VM05U presenti i presupposti per funzionare in modo corretto, quindi si esprime parere favorevole alla sua validazione, con riserva di valutarne in concreto l'applicazione su un adeguato campione di soggetti”.*

Con riferimento al settore merceologico di riferimento l'Osservatorio ha evidenziato che l'attività di commercio di abbigliamento e calzature, era stato oggetto di analisi dello stesso

prima dell'avvio, a livello nazionale, della fase di regionalizzazione dello stesso attraverso l'attivazione di un apposito tavolo di lavoro composto, oltre che dai funzionari dell'Agenzia delle Entrate componenti dell'Osservatorio, da rappresentanti di CNA Piemonte, di Confesercenti e Confcommercio.

## **OSSERVATORIO REGIONALE – PUGLIA**

L'Osservatorio Regionale, a seguito della analisi sugli esempi trasmessi, ha formulato le seguenti valutazioni circa lo studio in argomento.

Con riferimento alla analisi discriminante ha rilevato *“che, in via prevalente, la procedura ha effettuato una corretta imputazione di ciascuna impresa al relativo cluster di appartenenza”*.

È stato, inoltre, evidenziato che *“le ipotesi di non congruità ... tendono ad incrementarsi, sebbene la maggior parte dei casi ricadono o nell'intervallo di confidenza ovvero esprimono degli scostamenti di non rilevante entità”*.

In merito alla analisi di coerenza viene rilevata sia *“la riduzione degli indici di coerenza (da cinque a tre) sia”* il *“più ampio range all'interno del quale ciascuna posizione è considerata coerente, con particolare riferimento all'indicatore “valore aggiunto lordo per addetto”. La maggior parte delle incoerenze riguardano l'indicatore relativo alla “durata delle scorte gg.”, il cui valore elevato, come è noto nel settore in argomento, costituisce un'anomalia comportamentale spiegabile con ipotesi di vendite in nero”*.

## **OSSERVATORIO REGIONALE – SICILIA**

L'Osservatorio Regionale della Sicilia ha innanzitutto evidenziato alcune delle specifiche *“criticità del settore del commercio al dettaglio di abbigliamento, calzature, pelletterie e accessori, che l'attuale studio di settore non prende in considerazione, quali l'aumento esponenziale dei ricavi nel periodo degli sconti con notevole riduzione della percentuale di ricarico; l'ubicazione di molte attività economiche nell'entroterra siciliano colpito dal calo demografico della popolazione; l'apertura in tutta la Sicilia di grandi centri commerciali; la concorrenza dei prodotti made in Cina che hanno notevolmente distorto il mercato.*

*Inoltre la versione dello studio di settore «TM05U» non tenendo conto dell'ubicazione dell'esercizio nell'ambito del comune ha creato notevoli disparità tra le medesime attività commerciali” senza prevedere alcun correttivo territoriale in tal senso.*

*Pertanto, appare opportuno che l'indicatore di coerenza e quello di normalità economica relativo alla voce «Ricarico» e «Margine operativo lordo» siano tarati tenendo conto dei disvalori nel senso sopra descritto.”*

## **OSSERVATORIO REGIONALE – SARDEGNA**

Nel complesso, l'Osservatorio Regionale della Sardegna ha constatato un *“ridimensionamento dei valori sperimentali dei ricavi puntuali e minimi di riferimento, rispetto a quelli previsti dagli studi di settore attuali; la variazione in diminuzione ha caratterizzato”* la grande generalità degli *“esempi elaborati, senza distinzione di tipologia organizzativa, luogo di esercizio delle attività, etc. Fa però riflettere il fatto che i ricavi puntuali di riferimento calcolati sono risultati”* spesso *“notevolmente inferiori a quelli dichiarati dai contribuenti; situazione che potrebbe dipendere essenzialmente da due diversi fattori: o gli esempi scelti per la sperimentazione non sono validi, oppure tutte le attività selezionate non rientrano nell'intervallo di confidenza che dovrebbe, naturalmente, ricomprendere il 99% dei soggetti del campione”*.

## **OSSERVATORIO REGIONALE – TOSCANA**

L'Osservatorio Regionale della Toscana, preliminarmente, ha fatto presente che *“gli esempi trasmessi sono relativi a diversi codici attività ed a soggetti con diversa dislocazione territoriale, anche operanti nelle aree gravitazionali dei Factory Outlet Center (F.O.C.). Molti soggetti analizzati hanno rilevanti corrispettivi, conseguiti molto spesso con vendite di fine stagione anche per importi significativi, trattandosi soprattutto di aziende ubicate in zone fortemente influenzate proprio dalla concorrenza dei canali di vendita rappresentati dai F.O.C.”*

In linea generale, si afferma come il nuovo studio sembrerebbe consentire *“un più facile raggiungimento della soglia di congruità. Diversi esempi, che avrebbero evidenziato un esito non congruo con l'applicazione dello studio UM05U, presentano invece, col nuovo studio, ricavi congrui o nell'intervallo di confidenza.*

*Anche la coerenza risulterebbe più facile da conseguire, a seguito dell'ampliamento della forbice tra valore minimo e massimo. Esempi che avrebbero manifestato indici non coerenti con l'applicazione dello studio UM05U, presentano ora indici coerenti, soprattutto per durata delle scorte e valore aggiunto per addetto.*

*Riguardo alla clusterizzazione, si evidenzia che, le relazioni pervenute, se da un lato fanno rilevare una più precisa individuazione nei cluster di appartenenza, di contro, per alcuni esempi, hanno segnalato delle criticità. La possibile causa viene attribuita alla riduzione del numero dei cluster. A questo proposito si ritiene che vada comunque tenuto presente che la regionalizzazione dello studio ha consentito di individuare un numero di funzioni di ricavo, a livello nazionale, decisamente superiore rispetto a quello previsto per il vecchio studio di settore”*.

Infine si segnalano *“alcune perplessità riguardo agli effetti "correttivi" a favore di attività all'interno delle cosiddette "aree gravitazionali" dei F.O.C. e riguardo all'efficacia ed al funzionamento della "territorialità" su base comunale e regionale”*.



## OSSERVATORIO REGIONALE – UMBRIA

L'Osservatorio Regionale nel fornire il parere in merito alla attività svolta relativamente allo studio VM05U ha, in primo luogo, evidenziato di aver valutato positivamente l'introduzione, nella funzione di stima dei ricavi, di nuovi elementi *“oltre alle variabili contabili e ai differenziali canonici”*. In particolare, è stato osservato che l'utilizzo di variabili quali:

1. *“Corrispettivi conseguiti con vendite di fine stagione (incidenza sul volume d'affari di quasi il 40%);*
2. *Corrispettivi conseguiti con vendite promozionali;*
3. *Vicinanza dei Factory Outlet Center;*
4. *Composizione percentuale secondo l'anno d'acquisto del valore delle esistenze iniziali e delle rimanenze finali (riconoscimento del “fattore moda” che influisce in maniera diretta sui ricavi aziendali. Inoltre si identifica maggiormente il fenomeno delle vendite a stock);*

ha avuto come effetto quello di *“incidere fisiologicamente sui valori di soglia degli indici di coerenza”*. Infatti, con riferimento a tali indicatori è stato rilevato che:

- a) *“la percentuale minima di ricarico è scesa mediamente dal 1,40 al 1,26%;*
- b) *è stato alzato il livello di tolleranza di durata delle scorte da 430 a 611 giorni;*
- c) *è stato ridotto il valore aggiunto per addetto passando ad esempio da 18,59 a 14,39 e così via”*.

Parimenti, è stata considerata positiva *“l'introduzione dell'analisi di normalità economico-gestionale”* con riferimento *“al settore e all'ambito territoriale in cui l'impresa si trova ad operare, in quanto le peculiarità di ogni territorio caratterizzano le modalità di gestione di ogni singola realtà aziendale. Con il nuovo “test di normalità” pare potersi riscontrare una più puntuale intercettazione, da parte del prototipo, delle criticità legate alla anomala gestione del magazzino”*.

Con la citata nota, l'Osservatorio ha anche rappresentato alcune criticità che sono emerse a livello locale, analizzando i risultati dell'applicazione del prototipo. In particolare:

1. *“nelle aziende strutturate con più punti vendita e collocate in fasce medio alte di volume d'affari, incluse nel cluster 6 “imprese con assortimento alquanto ampio che generalmente operano con più negozi”, a fronte di una mitigazione generalizzata degli indici di coerenza, si assiste inspiegabilmente ad un peggioramento del posizionamento del livello di congruità rispetto al vecchio studio di settore”. Secondo l'Osservatorio, la causa potrebbe essere rinvenuta “...nel livello di retribuzione media per abitante, particolarmente elevato – nel cluster 6 – per il territorio umbro, in base al quale si valutano i dati indicati dalle imprese (per lo più di capitali) nel quadro A del modello VM05U”;*
2. *nella definizione dei cluster dello studio non viene considerato il nuovo modello di punto vendita costituito dai c.d. outlet “anomali”, ossia punti vendita aperti nelle vicinanze del principale, dove vengono commercializzati articoli delle precedenti stagioni, a prezzi*

ribassati, e/o di realizzo. “... *In periodi di crisi congiunturale tale fenomeno può contribuire a non rendere obsolete le rimanenze e generare liquidità immediata da reinvestire nell’azienda. Va da sé, però, che i margini di ricarico si riducono notevolmente e non possono essere paragonati con quelli del modello classico di punto vendita di prima commercializzazione*”;

3. nello studio in evoluzione si tiene limitatamente conto dell’aumento della concorrenza esercitata dai canali di vendita “*low cost*” nel commercio al dettaglio di abbigliamento-calzature. Mentre, infatti, “*i 23 F.O.C. aperti al 31.12.2008 in tutt’Italia sono “censiti”, non è in alcun modo misurabile la concorrenza esercitata dagli Spacci Aziendali, gestiti direttamente dai produttori (griffe famose, ma anche piccoli e specializzati conto-terzisti), che promuovono <carrelli a prezzi di fabbrica>*”;
4. l’analisi della territorialità utilizzata nello studio si basa su dati economici risalenti all’anno 2006, ma il trend negativo registratosi fino ad oggi non fa sperare, almeno nel breve periodo, di riuscire a riportarsi ai dei livelli economici del 2006. Secondo il rapporto annuale della Banca D’Italia, la Regione Umbria ha, nel 2009, registrato il minimo storico in termini di andamento economico e l’occupazione è diminuita del 2,6%. L’aumento della disoccupazione ha influito negativamente sul clima di fiducia e sulla capacità di spesa delle famiglie. Inoltre, in base ai dati del Ministero dello Sviluppo economico, sempre nel 2009, in Umbria si è registrato un calo delle vendite al dettaglio soprattutto per i prodotti non alimentari, “*mentre al primo gennaio la superficie di vendita della grande distribuzione al dettaglio ha raggiunto i 405 mila metri quadrati (dai 308 mila di fine2007), che se rapportata al numero dei residenti, conferma l’Umbria ad un livello superiore alla media nazionale*”. Infine, dal Documento Annuale di Programmazione della Regione Umbria 2010 emerge che: *le stime disponibili evidenziano un deterioramento complessivo di tutti gli indicatori macroeconomici per l’Umbria*”(PIL, consumi, investimenti, ect.).

## **OSSERVATORIO REGIONALE – VALLE D'AOSTA**

L’Osservatorio Regionale della Valle d’Aosta ha evidenziato che “*la presentazione dell’ipotesi di studio e, in particolare, delle variabili considerate per la sua elaborazione, è stata positivamente commentata da parte dei rappresentanti*” dello stesso, che “*hanno apprezzato lo sforzo effettuato per una oggettivazione delle realtà locali*”.

Quale spunto di analisi per le future evoluzioni, l’Osservatorio ha segnalato l’importanza di tenere sempre più conto degli “*aspetti territoriali in cui tali attività sono esercitate (dimensione dei comuni, distanza dal capoluogo di regione, immediata vicinanza alle zone di confine con la Svizzera e la Francia, etc.)*”.

Viene quindi fatto riferimento alla situazione di congiuntura economica sfavorevole riscontrata tra il 2008 e il 2009.

## **OSSERVATORIO REGIONALE – VENETO**

L'Osservatorio Regionale del Veneto rileva che i correttivi nati per sterilizzare le possibili conseguenze derivanti dalla prossimità degli F.O.C. (*Factory Outlet Center*) alla rete commerciale tradizionale sono stati costruiti esclusivamente sulla base della distanza in minuti tra questi grandi centri e i negozi tradizionali, non tenendo conto di altri importanti aspetti.

Infatti tali correttivi *“pur rappresentando una novità ed un passo avanti rispetto al passato, così come concepiti, sono improponibili ed inefficaci sul gran parte del territorio, in quanto l'attuale assetto viabilistico consente spostamenti rapidi. E di ciò non si è tenuto conto.”*.

In particolare tali correttivi *“non tengono conto delle capacità attrattive di queste strutture, rispetto ad un territorio non identificabile, della diversificazione dell'offerta, sia in termini quantitativi che qualitativi, nonché del posizionamento del mercato rispetto ad una concorrenza formata da piccole imprese delocalizzate. Si parla dunque di una territorialità globale a livello “regionale” ma si è ben lontani da una territorialità comunale”*.

Dalle proiezioni effettuate sui campioni si rileva, infine, un miglioramento in termini di congruità nella misura del 50% dei casi inviati.

## **5) VALUTAZIONI DEI PARERI DEGLI OSSERVATORI REGIONALI**

Con riferimento alle osservazioni in precedenza evidenziate si osserva quanto segue.

### **5.1) ASSEGNAZIONE DELL'IMPRESA AL CLUSTER DI RIFERIMENTO**

In merito alle questioni evidenziate in merito all'attribuzione al *cluster* dei soggetti sottoposti all'analisi giova preliminarmente evidenziare che la *cluster analysis* condotta a livello nazionale, utilizzando i dati strutturali contenuti nei modelli dichiarativi relativi al periodo d'imposta 2008, ha fatto emergere la presenza di 20 gruppi omogenei.

Con specifico riferimento al numero di *cluster* individuati a seguito della analisi compiuta sull'intero campione analizzato, si evidenzia una riduzione rispetto al numero degli stessi elaborati nello studio UM05U (37 gruppi omogenei).

Al riguardo, però, la riduzione del numero dei *cluster* individuati non rappresenta di per se un elemento sulla base del quale valutare la maggiore o minore capacità dello studio di rappresentare la realtà imprenditoriale cui si riferisce.

Infatti, gli esiti della attività di *cluster analysis* rappresentano, prescindendo dal numero dei gruppi omogenei che a conclusione della stessa vengono individuati, la ripartizione della realtà presa ad esame in base agli elementi di omogeneità riscontrati all'interno del campione medesimo.

Tanto premesso si fa presente che i gruppi omogenei definiti a livello nazionale sono stati successivamente analizzati e ridistribuiti a livello regionale.

A livello regionale è stata, quindi, compiuta, attraverso la consueta tecnica dell'analisi discriminante, l'associazione di ogni impresa ad uno o più gruppi omogenei individuati in funzione della relativa probabilità di appartenenza.

La diverse numerosità dei campioni di riferimento nelle varie regioni ha fatto sì che solo nelle regioni più numerose fossero riproposti tutti i *cluster* individuati a livello regionale.

## 5.2) **STIMA DEI RICAVI**

In merito alle questioni connesse alla correttezza della stima dei ricavi dei soggetti sottoposti all'analisi ed in particolare alla percezione di una riduzione dei livelli di congruità rispetto alle risultanze fornite dalla versione attualmente vigente dello studio si fa presente che il campione di riferimento preso come base dati per l'elaborazione della evoluzione dello studio qui oggetto di analisi è rappresentato dalle dichiarazioni trasmesse relativamente per il periodo di imposta 2008.

Si ricorda che tale periodo di imposta ha rappresentato il primo anno per il quale è stata riconosciuta la presenza di "*effetti della crisi economica e dei mercati, con particolare riguardo a determinati settori o aree territoriali*" (cfr. articolo 8 del Decreto legge n. 185 del 29 novembre 2008).

Appare, pertanto, possibile che la riduzione delle stime dei ricavi da più parti riscontrate siano anche riconducibili a tale eventualità.

Peraltro, sono state anche evidenziate alcune ipotesi in cui la funzione di regressione dello studio oggetto di evoluzione stimerebbe ricavi maggiori rispetto a quelli dello studio attualmente vigente.

Al riguardo, appare opportuno ricordare che, essendo mutato il campione di riferimento sulla base del quale è stata effettuata l'analisi discriminata che ha condotto alla elaborazione dei diversi gruppi omogenei sulla base dei quali sono state formulate le varie funzioni di stima dei ricavi, è possibile che il nuovo studio faccia emergere un mutamento di determinate modalità operative del gruppo omogeneo nel quale la singola posizione soggettiva si colloca che contribuiscono alla previsione di una differente stima rispetto a quella effettuata in passato.

Tale evenienza è evidentemente fisiologica ed in linea con la metodologia seguita per la costruzione dei singoli *cluster* e delle funzioni di stima ad essi riconducibili.

Resta, ovviamente, confermato che situazioni di non congruità emerse a fronte di comportamenti fiscalmente corretti potranno sempre essere giustificate dal contribuente.

Si fa, tra l'altro, riferimento alla possibilità di compilare, in fase di trasmissione del modello dei dati rilevanti ai fini dell'applicazione degli studi di settore, l'apposita sezione "*note aggiuntive*" del software Ge.Ri.Co. ovvero, alla eventuale fase di contraddittorio con l'Ufficio.

Inoltre, si ricorda che, allo stato attuale con riferimento al solo periodo d'imposta 2009, è stato realizzato un software, denominato "*Segnalazioni studi di settore Unico 2010*", per la trasmissione di dati ed elementi in grado di giustificare lo scostamento rispetto alle risultanze

dello studio di settore entro un termine più ampio rispetto a quello ordinariamente previsto per la trasmissione telematica delle dichiarazioni.

L'applicazione, quindi, permetterà ai contribuenti di comunicare all'Amministrazione finanziaria informazioni o elementi giustificativi in grado di spiegare, eventualmente, situazioni di non congruità, non normalità o non coerenza risultanti dall'applicazione degli studi di settore anche per il p.i. 2010, ovvero per la medesima annualità, afferenti l'indicazione in dichiarazione di cause di inapplicabilità o di esclusione.

### **5.3) ESITI ANALISI COERENZA**

In merito alle questioni connesse agli esiti forniti dagli indicatori di coerenza è stato rilevato, sia in sede di riunione per l'esame del prototipo dello studio in argomento che sulla base dei lavori degli Osservatori Regionali, la diffusa percezione di un allargamento delle soglie di coerenza.

Tale ampliamento ha generalmente restituito esiti di coerenza più favorevoli rispetto alla versione attualmente vigente dello studio in argomento.

Peraltro, sono state anche evidenziate alcune ipotesi in cui gli esempi analizzati con la versione dello studio evoluta risultano presentare situazioni di non coerenza che non si erano manifestate con la versione vigente dello studio in questione.

Ferma restando la sporadicità dei casi in argomento occorre tenere sempre presente che, essendo mutato il campione di riferimento sulla base del quale sono state "tarate" le soglie di coerenza, è possibile che il nuovo studio faccia emergere un mutamento di determinate modalità operative del gruppo omogeneo nel quale la singola posizione soggettiva si colloca che contribuiscono a renderla non coerente rispetto al gruppo stesso.

Tale evenienza è evidentemente fisiologica ed in linea con la metodologia seguita per la costruzione degli indicatori di coerenza riferiti ai singoli *cluster*.

Resta, ovviamente, confermato che situazioni di non coerenza emerse a fronte di comportamenti fiscalmente corretti potranno sempre essere giustificate. Al riguardo si richiama quanto evidenziato nel paragrafo precedente.

### **5.4) ESITI ANALISI NORMALITÀ ECONOMICA**

In merito alle questioni connesse agli esiti forniti dagli indicatori di normalità economica non sono state rilevate particolari criticità.

### **5.5) VALUTAZIONI RELATIVE AI CORRETTIVI CONNESSI ALLA PRESENZA SUL TERRITORIO DI FACTORY OUTLET CENTER (F.O.C.), ALLE VENDITE DI FINE STAGIONE ED ALLE VENDITE PROMOZIONALI**

Si evidenzia che nelle funzioni di ricavo sono state considerate, oltre alle variabili e ai differenziali tradizionali, anche altri elementi volti a far emergere, in fase di stima dei ricavi

attesi, aspetti considerati peculiari del settore merceologico di riferimento. In particolare si fa riferimento a:

- presenza sul territorio dei cosiddetti *factory outlet center (f.o.c.)*. Negli ultimi anni il commercio al dettaglio di abbigliamento e calzature ha visto aumentare la concorrenza di canali di vendita alternativi detti “*low cost*”: quello più importante è rappresentato dai *Factory Outlet Center (F.O.C.)*. Si è cercato di rilevare gli effetti connessi alla presenza sul territorio dei *F.O.C.* introducendo un apposito correttivo della funzione di stima dei ricavi che considera le “*aree gravitazionali*” influenzate dalla presenza di ciascun *F.O.C.*, considerando per ogni comune la distanza espressa in minuti di percorrenza dal *F.O.C.* più vicino. Comunque, si fa presente che in fase di individuazione delle ulteriori informazioni da richiedere per la successiva fase di evoluzione dello studio si terrà conto della proposta di tener conto, oltre che dei possibili effetti prodotti dalla presenza di *factory outlet center*, anche della concorrenza esercitata dai centri commerciali;
- corrispettivi conseguiti con vendite di fine stagione e con vendite promozionali. Le variabili del modello UM05U “*Corrispettivi conseguiti con vendite di fine stagione*” e “*Corrispettivi conseguiti con vendite promozionali*” sono state utilizzate per la costruzione di due differenziali applicati alla variabile “*Costo del venduto e Costo per la produzione di servizi*”;

Sulla base di quanto emerso dai dal lavoro degli Osservatori Regionali, dalla Osservazioni formulate dalla Associazioni di categoria interessate nel corso delle riunioni per l’analisi del prototipo dello studio in argomento nonché facendo riferimento al documento trasmesso dalla Federazione Nazionale Commercianti moda al dettaglio e all’ingrosso, non sono state rilevate criticità connesse all’inserimento di tale correttivo.

- composizione percentuale, secondo l’anno di acquisto, del valore delle rimanenze finali e delle esistenze iniziali relative a merci. In fase di evoluzione dello studio si è ritenuto, infatti, opportuno rilevare l’aspetto fortemente caratterizzante il settore del commercio al dettaglio qui in argomento caratterizzato dal fattore moda. Si è cercato di cogliere tale peculiarità tenendo conto anche del valore delle merci vendute nel periodo d’imposta ma acquistate negli anni precedenti.

## 5.6) **TERRITORIALITÀ**

Con riferimento allo specifico aspetto rappresentato dalla capacità dello studio di cogliere, oltre che i mutamenti intervenuti nel settore di riferimento, anche le diverse peculiarità riconducibili a fattori connessi alle realtà territoriali in cui l’attività commerciale è esercitata, appare opportuno fornire di seguito alcune valutazioni.

Dalla analisi dei lavori effettuati dagli Osservatori Regionali, a fronte di una generalità di pareri positivi in merito alla capacità della versione dello studio in analisi di cogliere le modalità operative delle imprese del settore, si riscontra la presenza di alcune valutazioni di senso opposto.

Al riguardo, appare opportuno evidenziare che l'evoluzione compiuta su base regionale, che rappresenta l'aspetto maggiormente caratterizzante il prototipo in parola rispetto alle precedenti evoluzioni, fornisce una differenziazione del campione di riferimento compiuta tenendo conto delle diverse realtà in relazione all'ambito del territorio regionale.

Oltre a tale differenziazione, sono presenti nello studio una serie di differenziali tesi a cogliere, in un'ottica di sempre maggiore dettaglio, anche le specificità percepibili all'interno dell'ambito regionale.

Si fa, in particolare, riferimento ai seguenti differenziali applicati ai livelli provinciali o comunali:

- Territorialità del livello delle retribuzioni;
- Territorialità del livello di reddito disponibile per abitante;
- Territorialità del livello dei canoni di affitto dei locali commerciali;
- Territorialità relativa alla presenza dei *Factory Outlet Center*.

Si deve, pertanto, ritenere che la versione dello studio oggetto di analisi colga maggiormente l'aspetto territoriale rispetto alla versione precedente.

## **6) CONSIDERAZIONI FINALI**

L'illustrazione ed il successivo esame del prototipo, nonché l'analisi degli esempi inoltrati dalle Associazioni e dagli Osservatori regionali, hanno consentito di verificare la sostanziale idoneità dello studio VM05U a rappresentare le effettive modalità operative e l'ambiente economico nel quale operano le imprese del settore.

In conclusione, si rinvia alla Commissione degli esperti, per il relativo parere, il prototipo oggetto di esame rilevando la sostanziale capacità dello studio di settore di rappresentare compiutamente la realtà economica di riferimento.

In relazione agli eventuali interventi correttivi finalizzati a cogliere gli effetti della crisi, si rinvia ad una successiva riunione della Commissione degli esperti a seguito delle opportune analisi in corso di effettuazione, ai sensi dell'art. 8 del D.L. n. 185 del 2008: "*Revisione congiunturale speciale degli studi di settore*" che prevede, in deroga all'articolo 1, comma 1, del d.P.R. n. 195/1999, la possibilità che gli studi di settore possano essere integrati con decreto del Ministro dell'Economia e delle Finanze, previo parere della Commissione degli Esperti, istituita ai sensi dell'art. 10, comma 7, della legge n. 146/98, "... *al fine di tenere conto degli effetti della crisi economica e dei mercati, con particolare riguardo a determinati settori o aree territoriali ...*".

Al riguardo, si ricorda che già per gli studi di settore applicabili al periodo d'imposta 2008 e 2009, a seguito delle analisi effettuate, sono stati introdotti appositi correttivi con i D.M. del 19 maggio 2009 e 20 maggio 2010.

Roma, 21 dicembre 2010

**Potenza, 9 novembre 2010**

Alla Segreteria della  
Commissione degli esperti  
c/o Direzione Centrale Accertamento  
Ufficio Studi di Settore - Roma -

Prot. n. 2010/12750

**OGGETTO: Studio VM05U – commercio al dettaglio di abbigliamento, calzature, pelletterie ed accessori. PARERE**

Si esprime, di seguito, il parere di questo Osservatorio Regionale in ordine all'ipotesi di studio in oggetto, come richiesto dall'Ufficio Studi di Settore della Direzione Centrale Accertamento con note prott. n. 2010/118981 del 6 agosto 2010 e n. 2010/129014 del 13 settembre 2010.

In via preliminare si rappresenta che, ai fini della individuazione di casi pratici da trasmettere attraverso il portale della Società per gli Studi di Settore, secondo le istruzioni impartite con le citate note e ulteriormente chiarite nel corso della videoconferenza del 15 settembre 2010 di presentazione dello studio VM05U, nel corso della riunione dell'Osservatorio tenutasi nella stessa giornata del 15 settembre 2010 è stato costituito un apposito Gruppo di lavoro.

Ne hanno fatto parte i componenti designati dagli Ordini e dalle Associazioni di categoria maggiormente rappresentativi delle attività economiche direttamente interessate dall'ipotesi di studio in argomento.

Successivamente, in data 6 ottobre 2010, presso l'Ufficio Accertamento e Riscossione della Direzione Regionale, nel corso dell'incontro con i componenti del Gruppo di lavoro, sono stati acquisiti i dati relativi a complessivi n. 8 Studi UM05U riferiti all'anno di imposta 2009, integrati con le informazioni aggiuntive relative alla composizione percentuale, secondo l'annualità di acquisto, del valore delle esistenze iniziali relative a merci acquistate fino a cinque o più anni prima.

Effettuata la trasmissione degli esempi nel portale della Sose s.p.a. secondo le indicazioni impartite, in data 13 e 14 ottobre 2010 sono state acquisite le risultanze delle elaborazioni.

Nelle successive riunioni del Gruppo di lavoro, tenutesi in data 20 e 28 ottobre 2010, si è proceduto all'analisi dei *report* restituiti dalla Sose s.p.a. per le conseguenti valutazioni di merito.



Le osservazioni formulate dal Gruppo di lavoro e le risultanze delle elaborazioni centralizzate sono state illustrate ai componenti dell'Osservatorio nel corso della riunione dell'8 novembre 2010.

All'esito dell'incontro, questo Osservatorio ha **ritenuto di esprimere parere favorevole in merito all'ipotesi di studio evoluto in oggetto.**

A conclusione delle analisi comparative effettuate tra gli studi rielaborati e quelli originari, è stato valutato positivamente l'impatto dello studio VM05U che, tenendo conto del grado di differenziazione territoriale, a livello regionale, dei diversi modelli organizzativi sembra, effettivamente, cogliere meglio la realtà economica delle imprese del settore operanti in Basilicata.

Anche la rideterminazione dei *cluster* è giudicata positivamente. La riduzione dei gruppi omogenei dai 37 previsti per tutta la nazione nello studio UM05U agli attuali 20, ulteriormente ridotti a 10 per la Basilicata è significativa di una maggiore aderenza dello studio evoluto alla realtà economica locale.

Le peculiarità del settore considerate per la stima delle funzioni di ricavo regionali si ritengono colte sufficientemente dalla versione in evoluzione. E' apprezzabile, in particolare, la considerazione dei corrispettivi conseguiti con le vendite di fine stagione e con le vendite promozionali.

Nessuna incidenza può determinare, invece, in Basilicata, la peculiarità rappresentata dai *Factory Outlet Center* non essendo gli stessi presenti sul territorio regionale, né essendovi comuni lucani rientranti nelle aree gravitazionali considerate. Basti pensare che il F.O.C. più vicino è il *Fashion District* di Molfetta (BA), non raggiungibile in meno di un'ora da qualsiasi comune della Basilicata.

Quanto, infine, alle informazioni da inserire nel modello VM05U, relative alla composizione percentuale, secondo l'anno di acquisto, del valore delle esistenze iniziale relative a merci, incidendo le stesse sulla variabile "*costo del venduto*", questo Osservatorio ritiene che possano effettivamente dare luogo ad una rappresentazione più veritiera delle singole realtà imprenditoriali.

IL PRESIDENTE

*F.to*<sup>1</sup> Hildegard Olga Ungerer

<sup>1</sup> Firma autografa sostituita a mezzo stampa ai sensi dell'art. 3, comma 2, D.Lgs. n. 39/93

**Catanzaro, 11 novembre 2010**

All'Ufficio Studi di Settore  
Segreteria della Commissione degli esperti

Prot. 2010/23288

**Oggetto: Studio VM05U – commercio al dettaglio di abbigliamento, calzature, pelletterie ed accessori**

La presente relazione viene resa a seguito dell'analisi svolta dall'Osservatorio per gli studi di settore della Calabria sulle risultanze degli esempi elaborati centralmente e resi disponibili tramite il portale della So.Se., con riferimento allo studio di settore VM05U – commercio al dettaglio abbigliamento, calzature, pelletteria ed accessori.

Si premette che, nonostante l'attività di analisi delle elaborazioni pervenute abbia comunque consentito di fare emergere alcuni elementi di riflessione, sulla base delle valutazioni comparate effettuate tra le risultanze dello studio UM05U e VM05U, l'esiguo numero di esempi proposto dai vari componenti dell'Osservatorio (infatti, gli esempi inseriti, per la maggioranza dei casi, sono stati forniti da componenti interni alla Direzione Regionale), non consente di ritenere tali riflessioni esaustive rispetto alle possibili situazioni concrete che interessano un settore così numeroso e strategico per l'economia del Paese in generale e calabrese in particolare.

In secondo luogo, da tale esperienza, emerge anche l'esigenza di manifestare qualche perplessità circa l'effettivo ruolo che, in un simile contesto, l'Osservatorio per gli studi di settore della Calabria è in grado di esercitare nel concreto, a dispetto del ruolo comunque propulsivo svolto dall'Agenzia delle Entrate. La Direzione Regionale si impegna, comunque, per il futuro a approfondire ancora maggiore impulso nel coinvolgimento dei rappresentanti delle categorie economiche (imprenditoriali e professionali), presenti nell'Osservatorio.

Ciò premesso si rileva quanto segue:

### **1. Analisi del blocco di esempi rubricato "CALABRIA\_STUDIOVM05U"**

Con riferimento al menzionato blocco di esempi, è emerso, nel complesso, un trattamento più favorevole per il contribuente, per effetto della contrazione dei maggiori ricavi accertabili.

E' stato riscontrato, in alcuni casi (tre), che la forbice tra ricavo dichiarato e ricavo puntuale di riferimento si riduce sensibilmente sino ad annullarsi, laddove il ricavo puntuale di riferimento, elaborato dal nuovo studio, si attesta al di sotto del ricavo dichiarato. Nei casi citati il reddito d'impresa, anche per effetto dell'adeguamento, non supera i 10.000,00 euro. Il dato dovrebbe indurre ad una riflessione soprattutto per quelle attività che operano da più anni nel settore e che dichiarano costi per il personale prossimi al reddito d'impresa elaborato dall'applicativo GE.RI.CO.

La nuova ipotesi di studio sembrerebbe aver introdotto elementi di semplificazione rispetto alla versione attuale. Tuttavia, nonostante siano cambiati i parametri di riferimento, all'interno dei quali devono posizionarsi gli indicatori, l'esito della coerenza pare sostanzialmente immutato. Si ipotizza, invece, che l'associazione dell'impresa ad un unico gruppo omogeneo, individuato sulla base della prevalenza della tipologia di vendita, non fotografi pienamente la specifica realtà aziendale, considerando più efficace per tale scopo il metodo che spalmava la probabilità di appartenenza tra più gruppi, in relazione alla percentuale sui ricavi applicata ai prodotti merceologici venduti.

E' emerso, inoltre, con riferimento ad uno degli esempi, che il nuovo studio VM05U non ha valorizzato l'attività organizzativa in franchising; infatti tale modello imprenditoriale è stato agganciato al cluster n. 6 (imprese con assortimento alquanto ampio che generalmente operano con più negozi) anziché al cluster n. 12 (Negozi generalmente organizzati in franchising che vendono prevalentemente abbigliamento). Di tale osservazione si chiede di conoscerne se, effettivamente viene confermata, le motivazioni.

Non è dato rinvenire dalla comparazione tra lo studio UM05U ed VM05U l'incidenza della territorialità. E' auspicabile che di questo elemento se ne tenga conto in modo più appropriato, che rifugga da generici correttivi, ma avvicini il più possibile l'impresa alla specifica realtà, economica e sociale, in cui opera.

## ***2. Analisi del blocco di esempi rubricato DR CALABRIA\_STUDIO UM05U\_1***

Per quanto attiene l'analisi comportamentale degli studi relativi alle singole posizioni appartenenti al blocco sopraindicato, è emerso, anche in tale circostanza, che i ricavi puntuali di riferimento risultano "generalmente" inferiori rispetto ai ricavi dichiarati (ad eccezione dell'esempio 2 posizione 1 - codice AGE0050001 CALABRIA0022008 – per la quale vengono stimati maggiori ricavi puntuali ai fini delle Imposte dirette e dell'IRAP per € 49.476,00, e dell'esempio 7 posizione 7 codice AGE0050007 CALABRIA0072008 – per la quale vengono stimati maggiori ricavi puntuali ai fini delle Imposte dirette e dell'IRAP per €15.479,00).

In generale, la percentuale di sottostima dei ricavi puntuali di riferimento oscilla tra il 25% ed il 40% dei ricavi dichiarati, mentre i coefficienti delle variabili che intervengono nella funzione di ricavo, benché non palesati, risultano sottostimare le capacità delle diverse realtà aziendali di conseguire ricavi e quindi di produrre reddito.

*In conclusione* si evidenzia che:

- Nell'ipotesi di un'applicazione generalizzata degli studi così come proposti dal mod. VM05U, e di un conseguente appiattimento dei ricavi, molte imprese esporrebbero in dichiarazione perdite d'esercizio.
- Non è dato rinvenire dalla comparazione tra lo studio UM05U ed VM05U l'incidenza della territorialità. E' auspicabile che di questo elemento si tenga conto in un modo più appropriato, che rifugga da generici correttivi, ma avvicini il più possibile l'impresa alla specifica realtà, economica e sociale, in cui opera.

IL PRESIDENTE

\*Antonino Di Geronimo

*\*Firma autografa sostituita da indicazione a mezzo stampa, ai sensi dell'art. 3, comma 2, del D.Lgs. n. 39/1993*

*Napoli, 10 novembre 2010*

Alla Direzione Centrale Accertamento  
Ufficio Studi di settore

Prot. 2010/50698

**OGGETTO** : Relazione sullo Studio di settore VM05U relativo al commercio al dettaglio di prodotti tessili, abbigliamento e pelletteria.

### **1. Caratteristiche generali**

Lo studio di settore VM05U ha ad oggetto varie attività economiche, consistenti nel commercio al dettaglio di confezioni, per adulti, bambini, biancheria personale, maglieria, calzature, pelletteria, cappelli etc.

Al fine di distribuire le imprese in gruppi omogenei lo studio analizza gli aspetti strutturali delle stesse. Le variabili considerate sono quelle inerenti le caratteristiche delle aziende, ciò al fine di caratterizzare le imprese in base ai possibili modelli organizzativi, alle diverse tipologie di clientela, al mercato.

In relazione allo studio che qui interessa, i principali aspetti strutturali considerati sono:

- dimensioni della struttura;
- modalità organizzativa;
- tipologia di prodotto.

Dall'incrocio di detti elementi sono stati individuati 20 gruppi omogenei su base nazionale che sviluppano, tenuto conto delle specificità regionali, n. 317 funzioni ricavo.

L'analisi dello studio, effettuato anche sulla base della rappresentazione fatta nel corso della videoconferenza del 15 settembre u. s. e della relativa documentazione, mostra una particolare attenzione alla territorialità delle imprese, valorizzandone i relativi profili nell'ambito della funzione ricavo.

Particolarmente apprezzato è stato il riconoscimento della incidenza degli outlet quale fattore penalizzante delle imprese presenti sul territorio.

### **2. Il mercato di riferimento in Campania.**

Si ritiene opportuno premettere che lo studio di settore in esame ha ad oggetto un numero elevato di attività che spesso hanno caratteristiche almeno in parte diverse o che reagiscono in modo differente rispetto alla medesima problematica. Nonostante tale ampio oggetto, si ritiene possibile una riflessione comune a tutte le categorie interessate, in considerazione delle rilevanti similitudini tra le stesse. Il mercato di riferimento appare, oggi, sottoposto a molteplici e differenti criticità:

- Apertura di outlet.

A febbraio 2010 è stato aperto un nuovo outlet (La Reggia Designer Outlet, vedi depliant allegato) che ha ulteriormente compromesso lo scenario delle imprese campane.

Situato sull'autostrada Roma – Napoli all'uscita di Caserta sud (Marcianise) lo stesso è facilmente raggiungibile ed offre una notevole varietà di prodotti e di marchi che hanno subito consacrato il successo dell'outlet in questione.

Da notizie apparse sulla stampa locale si è rilevato che il fatturato dei primi otto mesi di attività ammonta a 50 milioni di euro (superiore del 15% di quanto previsto inizialmente) ed è stato visitato da circa 2 milioni di visitatori. L'investimento effettuato è stato pari a 120 milioni di euro. Nei primi tre giorni di saldi estivi (dal 2 al 4 luglio 2010) vi sono stati 50 mila visitatori ed il fatturato è stato pari a 2 milioni di euro. I numeri lasciano chiaramente intravedere l'enorme ripercussione che detta struttura ha sulle imprese campane del settore.

- Crisi economica – finanziaria.

Un ulteriore motivo di criticità è legato alla crisi economica – finanziaria che sta caratterizzando l'economia mondiale dell'ultimo periodo e che ha avuto ripercussioni anche a livello locale, ed in particolare in un settore, come quello in esame, che commercializza prodotti di non primissima necessità, e quindi, almeno in parte, “rinviabili” dalle famiglie in difficoltà.

- Crescita percentuale di vendita in saldi.

L'ultimo periodo temporale si caratterizza, e non solo per l'imperversare della citata crisi economica – finanziaria, per una crescita della percentuale di vendite in saldi rispetto alle vendite complessive, oltre per un aumento dell'invenduto. Tale fenomeno incide direttamente sulla redditività delle aziende, sia con riferimento alle vendite in saldi caratterizzate da un crescente aumento degli sconti rispetto al prezzo “pieno”, che in relazione alla crescita dell'invenduto, nonchè per i costi di gestione del magazzino e per la veloce svalutazione sul mercato di merce molto soggetta al cd “fattore moda”.

- Invasione del territorio da parte di operatori cinesi.

Costituisce ormai fatto notorio come il mercato locale dell'abbigliamento e delle calzature sia stato “invaso” da operatori economici cinesi. Tale evento

incide con diverse modalità. Infatti, occorre sottolineare come la presenza di commercianti al dettaglio “cinesi”, particolarmente aggressivi sotto il profilo della politica commerciale, con prodotti confezionati in Cina a prezzi notevolmente inferiori a quelli locali, ha sottratto ampie fette di mercato agli operatori economici già esistenti sul territorio e non preparati a fronteggiare detta evenienza. Dall’altro lato è opportuno sottolineare come non pochi operatori “cinesi” svolgono attività non di commercio al dettaglio, bensì di commercio all’ingrosso, costituendo per tutti i commercianti al dettaglio una opportunità di acquisto a prezzi inferiori. Detta opportunità, ovviamente, non è disponibile per tutte quelle attività che si caratterizzano o per la clausola di esclusiva ad un determinato marchio (ad es. franchising) o per l’essersi collocati in una fascia di mercato medio – alta, attualmente meno condizionata dalla criticità in esame.

- La contraffazione.

Il settore in esame soffre in modo particolare per una piaga molto sentita nella regione Campania più che altrove: la contraffazione. I quantitativi di merce contraffatta che invadono i mercati locali sono di dimensioni particolarmente elevate, stando anche alle notizie riportate dai principali quotidiani nazionali e locali. Di fatto per gli operatori economici “regolari” è impossibile competere con la vendita illecita di merce contraffatta. Si sottolinea come detta criticità è particolarmente sentita per la fascia dei prodotti medio - alta.

- Riduzione del turismo.

A causa delle problematiche ambientali che la regione ha recentemente vissuto, e della negativa pubblicità internazionale che ne è derivata per tutto il territorio locale, si è avuto un netto crollo delle presenze di turisti, che costituiscono una fetta importante di clientela, in particolare per le attività collocate in prossimità di luoghi turistici.

- Abolizione divieto di vendite promozionali nei 40 gg precedenti e successivi ai saldi.

Nella città di Napoli l’abolizione del citato divieto ha comportato la possibilità di politiche commerciali particolarmente aggressive, con difficoltà di proporre alla clientela il cd. prezzo pieno anche in periodi immediatamente precedenti o successivi ai periodi di saldi.

In conclusione, si sottolinea come la presenza delle criticità indicate, alcune tipiche del territorio regionale, altre comuni a comunità più vaste, anche se incidenti in modo diversificato sulle molteplici attività economiche accomunate dallo studio di settore VM05U possono determinare una riduzione della redditività delle aziende.

Una particolare attenzione va posta alla incidenza dei costi fissi, legati all’immobile o all’acquisto dell’arredo o all’aver stipulato un contratto di

franchising etc. che, non essendo flessibili, non sono gestibili da parte dell'operatore nel breve periodo.

Analogamente attenzione va posta per i problemi legati al magazzino, in quanto l'acquisto di nuove merce è giustificato pur in presenza di una giacenza di merce significativa, trattandosi di prodotti fortemente influenzati dal fattore moda.

Il Presidente dell'Osservatorio

Enrico Sangermano\*

*\*Firma autografa sostituita a mezzo stampa, ai sensi dell'art. 3 comma 2 D Lgs. n. 39/93*



# shopping guide

La Reggia Designer Outlet

## Scopri la felicità dello shopping Discover the joy of shopping

**La Reggia Designer Outlet** è il primo designer outlet in Campania, dove puoi trovare le firme che ami a prezzi ridotti dal 35% al 70% tutto l'anno.

**La Reggia Designer Outlet** è nato per lo stile di chi ama fare shopping: facile da raggiungere, rilassante, dotato di servizi urbani moderni, efficienti ed eco-sostenibili; offre scenari splendidi alle creazioni e alle boutique degli stilisti; propone ai visitatori una meravigliosa varietà di capi, accessori e calzature di altissima qualità (classici, sportivi, informali, chic ed eleganti); profumi e cosmesi, abbigliamento tecnico-sportivo e creazioni per la casa completano un fashion portfolio assolutamente unico.

**La Reggia Designer Outlet** veste le emozioni e la voglia di vivere, libera la passione per lo shopping.

**La Reggia Designer Outlet** is the first designer outlet in the Campania region where you can find your favourite designer brands for 35% to 70% less all year long.

Created for everyone who loves shopping, **La Reggia Designer Outlet** combines an easy-to-reach location and relaxing atmosphere with thoughtfully designed architecture and environmentally-friendly design. What better place to experience the latest in fashion? As well as a stunning variety of clothing, accessories and footwear, you'll find perfumes and cosmetics, hi-tech sports apparel and elegant homewares.

This is designer shopping as it's meant to be – full of temptation, anticipation and desire. So why not let your passion for shopping run free, and experience the sheer joy of the perfect buy at an unbelievable price?

## Orari / Opening hours

**Aperto tutti i giorni dalle 10 alle 22.**

Opens every day from 10 am to 10 pm.

**Infoline: +39 0823 510244 – e-mail: info.lareggia@mcarthurglen.com**

## Come raggiungerci / How to reach us

S.P. 336 Sannitica – 81025 Marcianise (CE) – Italy

### Percorsi consigliati / Suggested ways

Autostrada A1 Roma – Napoli

- Uscita Caserta Sud – Marcianise, direzione zona industriale Marcianise
- Uscita Pomigliano – Villa Literno, direzione Caivano
- Uscita Caserta Nord, direzione Marcianise (via Carlo III)

### Treni / Main line railway stations

Linea Napoli - Cassino - Roma

Stazione ferroviaria Caserta

Dalla stazione è disponibile il bus di linea per La Reggia Designer Outlet (Linea: CRT, Caserta - Napoli) ogni 30 minuti.

### La Reggia / Napoli shuttle bus

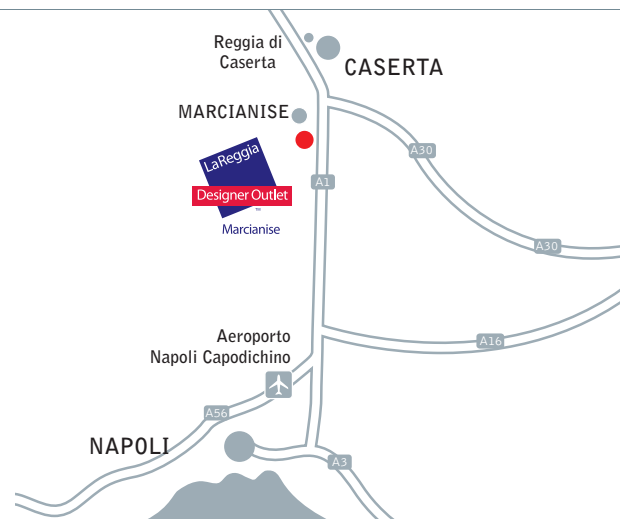
**Servizio attivo tutti i giorni.** Runs everyday.

Da / From Piazza Municipio (Largo Castello) 10.00 - 15.30

Da / From La Reggia Designer Outlet 14.00 - 19.00

Visita il sito [www.mcarthurglen.it](http://www.mcarthurglen.it) o l'Ufficio Informazioni del Centro per avere maggiori dettagli sul servizio.

Visit [www.mcarthurglen.it](http://www.mcarthurglen.it) or the Tourist Information Office in the Centre for more information.



[www.mcarthurglen.it](http://www.mcarthurglen.it)

# temptation guide

**più tentazione** è scoprire nuovi fantastici negozi con prezzi ridotti dal 35% al 70%






La Reggia  
Designer Outlet  
Marcianise






# shopping guide

La Reggia Designer Outlet

www.mcarthurglen.it

## Brands

<b>Adidas</b> Abbigliamento sportivo	<b>47/48.</b>	<b>Brooks Brothers</b> Abbigliamento uomo/donna <i>prossima apertura</i>	<b>158.</b>
<b>A Factory Store (Alberta Ferretti, Moschino)</b> Abbigliamento donna, accessori e calzature	<b>76.</b>	<b>Brooksfeld</b> Abbigliamento uomo/donna e accessori	<b>8.</b>
<b>Amina Rubinacci</b> Abbigliamento uomo/donna/bambino, borse e accessori	<b>6.</b>	<b>Calvin Klein Collection</b> Abbigliamento uomo/donna e accessori	<b>10.</b>
<b>Antony Morato</b>  Abbigliamento uomo e accessori	<b>116.</b>	<b>Calvin Klein Jeans</b> Abbigliamento casual e accessori	<b>153.</b>
<b>Armata di Mare</b>  Abbigliamento casual e accessori	<b>166.</b>	<b>Calvin Klein Underwear</b> Abbigliamento intimo	<b>152.</b>
<b>Aspesi</b> Abbigliamento uomo/donna	<b>24.</b>	<b>Calzedonia/Intimissimi</b> Abbigliamento intimo, mare, calze e accessori	<b>53.</b>
<b>Baci &amp; Abbracci Factory Store</b> Abbigliamento casual, intimo e accessori	<b>89.</b>	<b>Camper</b> Calzature e borse	<b>84.</b>
<b>Bagatelle</b> Abbigliamento donna, abiti da cerimonia	<b>7.</b>	<b>Caractère</b> Abbigliamento donna	<b>130.</b>
<b>Baldinini</b> Calzature, pelletteria e accessori	<b>14.</b>	<b>Celyn b. - Elisabetta Franchi</b> Abbigliamento donna	<b>85.</b>
<b>Ballantyne</b> Abbigliamento uomo/donna, pelletteria, calzature e accessori	<b>108.</b>	<b>Cerruti 1881</b> Abbigliamento casual e accessori	<b>137.</b>
<b>Bialetti Industrie</b> Articoli per la casa	<b>63.</b>	<b>Coccinelle</b>  Borse, calzature e accessori	<b>82.</b>
<b>Billabong</b> Abbigliamento casual uomo/donna <i>prossima apertura</i>	<b>121.</b>	<b>Corso Roma</b> <b>154/155.</b> Calzature e accessori (Chloé, Marc Jacobs, Calvin Klein, Alessandro Dell'Acqua)	
<b>Bencivenga</b>  Abbigliamento uomo/donna e accessori	<b>118.</b>	<b>Cotton Belt</b> Abbigliamento casual e accessori	<b>136.</b>
<b>Bikkembergs</b> Abbigliamento casual, calzature e accessori	<b>54.</b>	<b>David Mayer Naman</b> Abbigliamento uomo e accessori	<b>83.</b>
<b>Blumarine</b> Abbigliamento donna, calzature e accessori	<b>22.</b>	<b>David Saddler</b>  Abbigliamento e accessori uomo	<b>169.</b>
<b>Bric's Store</b> Valigeria, borse e accessori	<b>132.</b>	<b>Désirée</b> Abbigliamento uomo	<b>68/69.</b>
		<b>Diesel</b> Abbigliamento bambino, calzature e accessori	<b>140.</b>

<b>Dixie</b> Abbigliamento donna, calzature e accessori	<b>151.</b>	<b>Il Gufo</b> Abbigliamento bambino	<b>67.</b>
<b>Enrico Coveri</b> Abbigliamento uomo/donna <i>prossima apertura</i>	<b>144.</b>	<b>Isaia</b> Abbigliamento uomo/donna, calzature e accessori <i>prossima apertura</i>	<b>77.</b>
<b>Escada</b> Abbigliamento donna, calzature e accessori	<b>78.</b>	<b>Ixos</b> Abbigliamento donna e accessori	<b>143.</b>
<b>Fabi</b> Calzature e accessori	<b>73.</b>	<b>John Barritt</b>  Abbigliamento uomo/donna	<b>165.</b>
<b>Ferré</b> Abbigliamento uomo/donna e accessori	<b>15.</b>	<b>Kathy Van Zeeland</b> Borse e accessori	<b>148.</b>
<b>Freddy</b> Abbigliamento sportivo, intimo, calze, cartotecnica e accessori	<b>50.</b>	<b>Lanificio Angelico</b>  Abbigliamento uomo/donna	<b>163.</b>
<b>Gas</b> Abbigliamento uomo/donna, calzature, borse e accessori	<b>87.</b>	<b>Levi's</b> Abbigliamento casual	<b>128/129.</b>
<b>Gattinoni</b> Abbigliamento uomo/donna	<b>70.</b>	<b>Liu•Jo</b> Abbigliamento donna	<b>141/142.</b>
<b>Golden Lady Store</b> Abbigliamento intimo, pigiama, maglieria, costumi, calze e collant, accessori	<b>58.</b>	<b>Luisa Spagnoli</b> Abbigliamento donna e accessori	<b>74.</b>
<b>Guess</b> Abbigliamento uomo/donna e accessori	<b>91/92.</b>	<b>Manila Grace</b>  Abbigliamento donna e accessori	<b>119.</b>
<b>Gutteridge</b> Abbigliamento uomo	<b>86.</b>	<b>Massimo Rebecchi</b> Abbigliamento uomo/donna e accessori	<b>11.</b>
<b>Hangar Eighteen</b> Abbigliamento casual	<b>90.</b>	<b>Marina Militare</b> Abbigliamento casual uomo/donna e accessori	<b>61.</b>
<b>Harmont &amp; Blaine</b> <b>111/113.</b> Abbigliamento uomo/donna e accessori		<b>Marzullo</b>  Abbigliamento uomo e accessori	<b>115.</b>
<b>Home&amp;Cook</b>  Articoli casalinghi, piccoli elettrodomestici	<b>122.</b>	<b>Mattiolo</b> Abbigliamento donna e accessori <i>prossima apertura</i>	<b>75.</b>
<b>Hugo Boss</b> Abbigliamento uomo/donna, calzature e accessori	<b>139.</b>	<b>Maui Bear</b> Abbigliamento sportivo	<b>146.</b>
		<b>Merrell</b> Calzature uomo/donna/bambino, abbigliamento e accessori	<b>133.</b>

<b>Mirabello</b>  Articoli per la casa	<b>167.</b>	<b>RCR</b> Articoli per la casa e da regalo	<b>62.</b>
<b>Modus Beauty Store</b> Profumeria e accessori	<b>59/60.</b>	<b>Reebok</b> Abbigliamento sportivo	<b>51/52.</b>
<b>Motostore</b> Abbigliamento sportivo	<b>57.</b>	<b>Replay</b> Abbigliamento casual, calzature e accessori	<b>1/2.</b>
<b>Nannini</b> Pelletteria, scarpe, borse e accessori	<b>127.</b>	<b>Riffe</b> Abbigliamento casual, jeans e accessori	<b>134/135.</b>
<b>Napapijri</b> Abbigliamento uomo/donna, bambino e accessori	<b>131.</b>	<b>Segue...</b>  Borse, valigie e accessori	<b>171.</b>
<b>Nautica</b> Abbigliamento sportivo	<b>88.</b>	<b>Stefanel</b>  Abbigliamento casual uomo/donna e accessori	<b>117.</b>
<b>Navigare</b>  Abbigliamento casual e accessori	<b>164.</b>	<b>Tailor Club</b> Abbigliamento uomo	<b>71.</b>
<b>Nolita</b> Abbigliamento donna e accessori <i>prossima apertura</i>	<b>120.</b>	<b>The End</b> Abbigliamento casual uomo/donna	<b>149.</b>
<b>Parah</b> Abbigliamento mare, intimo, lingerie e accessori	<b>150.</b>	<b>Timberland</b> Abbigliamento casual	<b>3.</b>
<b>Patrizia Pepe Firenze</b> Abbigliamento donna e accessori	<b>9.</b>	<b>Tommy Hilfiger</b> <b>55/56.</b> Abbigliamento uomo/donna/bambino, calzature e accessori	
<b>Pinko</b> Abbigliamento donna, calzature e accessori	<b>12/13.</b>	<b>Tosca Blu</b> <b>93.</b> Accessori	
<b>Piquadro</b> Borse e accessori	<b>138.</b>	<b>Valentino</b> <b>80.</b> Abbigliamento uomo/donna, calzature e accessori	
<b>Pirelli</b> Abbigliamento casual	<b>5.</b>	<b>VFG Factory Store</b> <b>72.</b> Abbigliamento uomo/donna e accessori	
<b>Pollini</b> Pelletteria, borse, calzature e accessori	<b>23.</b>	<b>Vilebrequin</b> <b>159.</b> Abbigliamento mare uomo/donna e accessori <i>prossima apertura</i>	
<b>Pupa</b> Profumeria, cosmetici e bigiotteria	<b>64.</b>	<b>Watch &amp; See</b> <b>145.</b> Occhiali da sole, orologi e bigiotteria	
<b>Quiksilver</b>  Abbigliamento uomo/donna/bambino	<b>172.</b>	<b>Yamay</b> <b>147.</b> Abbigliamento casual, intimo, sportivo, mare e accessori	

# shopping guide

La Reggia Designer Outlet



Esprimi il potenziale™

Qui il tuo premio è **5x** più vicino.

Scopri come all'interno del depliant.

## Punti ristoro

Caffè Luisi Bar caffetteria	44
Fantasia Gelati Gelateria	49
Farinella Pizzeria e trattoria napoletana	4
Lindt Maître Chocolatier Cioccolateria e dolciumi	65
Re Nero Bar Caffetteria	81
Rossopomodoro Ristorante pizzeria napoletana	66

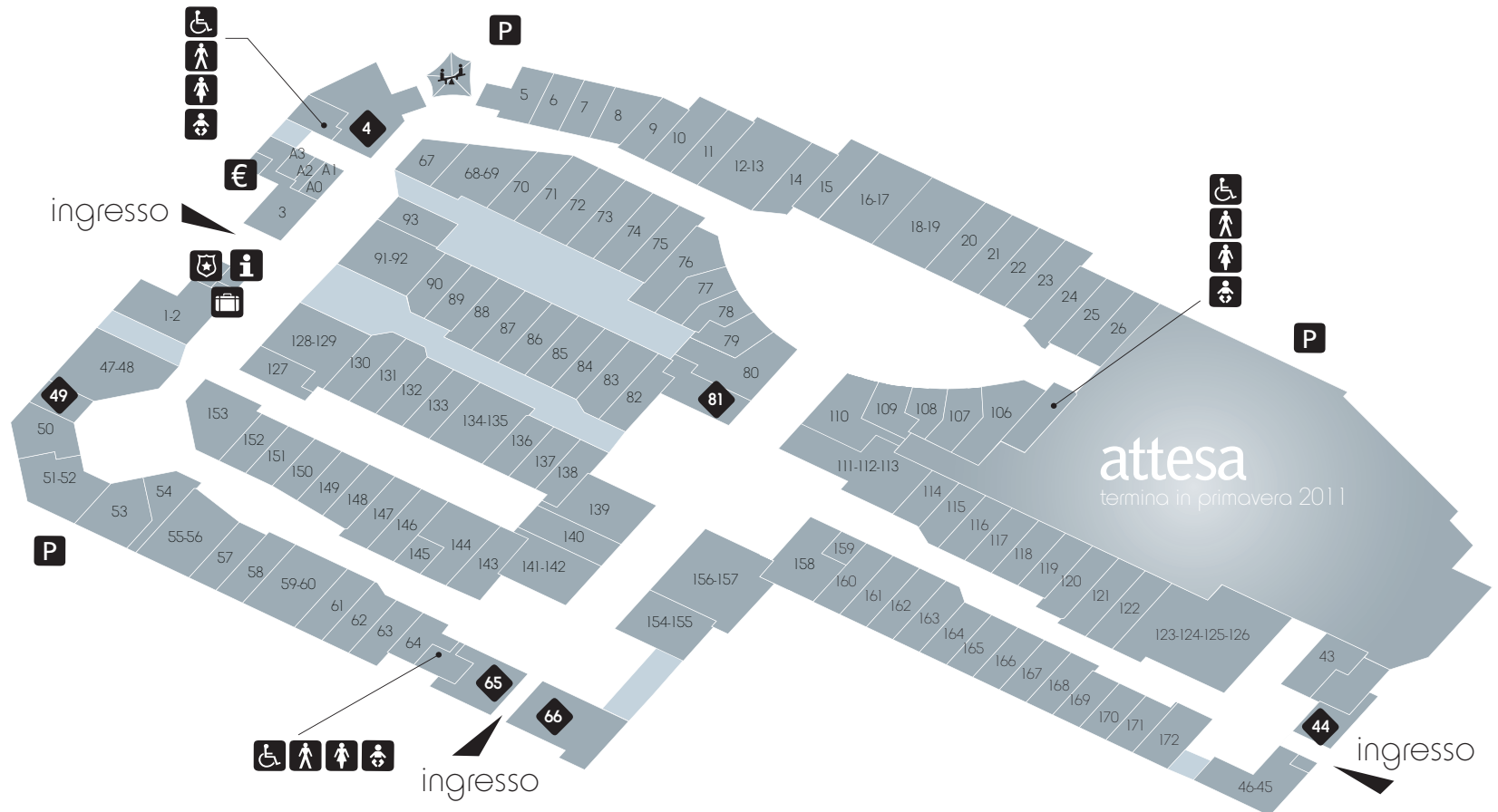
## Servizi

Ufficio Informazioni	i
Bancomat	€
Toilette	♿ ♀ ♂
Fasciatoio	♿
Sicurezza	🚒
Agenzia viaggi	📅
Area giochi per bambini	👶
C.R.O. Art Decoratore - restauratore	A3
F.II Ragusa Sartoria artigianale	A0/A1
Mr. Cucito Riparazioni sartoriali	A2

## Aperture straordinarie

Alinari 24 Ore	20.
----------------	-----

Alinari presenta la mostra fotografica: Caserta e la Campania nelle immagini delle Collezioni Alinari





Esprimi  
il  
potenziale™

Qui

il tuo premio  
è più vicino.



Accumuli **5 punti**

**5x** Membership Rewards®  
o miglia Alitalia  
ogni euro speso.

Inoltre i tuoi acquisti sono ancora più convenienti con la **Shopping Card\*** riservata ai Titolari di **Carta American Express.**

**Ritirala gratuitamente** presso l'Ufficio Informazioni e ottieni ulteriori **riduzioni di prezzo** in molti negozi dell'Outlet.



Marcianise

L'iniziativa è valida fino al 31 dicembre 2010. Per conoscere le modalità di partecipazione e verificare la tipologia di Carte American Express che partecipano all'iniziativa visita [americanexpress.it/bonuspoints](http://americanexpress.it/bonuspoints)

\*Consulta il regolamento sulla Shopping Card presso l'Ufficio Informazioni.



felicità

più facile da raggiungere  
grazie allo Shuttle Bus da Napoli

Servizio a/r attivo tutti i giorni dal centro di Napoli • Runs everyday

ANDATA • OUTBOUND

Partenza da Piazza Municipio (Largo Castello) h 10 – h 15,30

RITORNO • RETURN

Partenza da La Reggia Designer Outlet h 14 – h 19

vinci

una **Mercedes Classe B**,  
irresistibile tentazione

partecipa all'estrazione  
con una spesa minima di 100 euro;  
ogni 50 euro in più le possibilità aumentano

ti aspettiamo  
presso lo stand del concorso

concorso valido dal 15 ottobre al 15 novembre 2010  
regolamento completo disponibile presso l'Ufficio Informazioni  
montepremi: euro 27.540,60 iva inclusa



Marcianise



Marcianise

[www.mcarthurglen.it](http://www.mcarthurglen.it)



Direzione Regionale dell'Emilia Romagna

Osservatorio Regionale Studi di Settore

**Bologna, 17 novembre 2010**

Direzione Centrale Accertamento  
Settore Governo dell'Accertamento e Studi  
di settore  
Ufficio Studi di settore

***Oggetto: relazione sull'applicazione dello studio VM05U prime indicazioni operative.***

***Allegati n° 3***

In ottemperanza ai contenuti della nota prot. n° 2010/129.014 del 13 settembre 2010, della Direzione Centrale Accertamento- Settore Governo dell'Accertamento –Ufficio Studi di Settore-, si trasmette la prevista relazione relativa alla sperimentazione dello studio di settore VM05U, elaborato su base regionale.

Il progetto, così come descritto nella citata nota, prevedeva l'invio di casi pratici presso il portale Sose s.p.a. affinché venissero elaborati a livello centrale, tramite il software "StatCo" e successivamente resi disponibili sempre presso il portale della Società.

A seguito della fase di elaborazione, le associazioni di categoria coinvolte nel monitoraggio, sono state invitate ad esprimere considerazioni in merito alle risultanze ottenute, ciò al fine di determinare eventuali criticità presenti nella sperimentazione dello studio o, al contrario, possibili elementi positivi rispetto alla versione precedente non soggetta ad applicazione "regionalizzata".

La *raccolta dati* così come effettuata in seno all'Osservatorio, ha necessariamente riguardato le associazioni di categoria maggiormente coinvolte dallo studio in oggetto e segnatamente:

- Confartigianato, con l'invio di 10 casi trasmessi (di cui n° 9 casi elaborati)

- C.N.A. Emilia Romagna con 18 esempi inviati (di cui n° 16 casi elaborati)
- Confesercenti Emilia Romagna con 78 posizioni trasmesse (di cui n° 68 oggetto d'elaborazione)

In via preliminare occorre precisare come nel corso delle riunioni dell'Osservatorio è stato evidenziato la brevità dei tempi concessi che non avrebbe consentito il reperimento di un numero sufficiente di casi in grado di dare un riscontro complessivamente esaustivo, per qualità e quantità, all'applicazione dello studio in oggetto.

Come infatti precisato dalle associazioni di categoria coinvolte, il campione di imprese sottoposte a raccolta dati è stato necessariamente "casuale" non rispecchiando se non parzialmente, l'intera platea dei contribuenti soggetta in futuro all'applicazione "regionalizzata" dello studio in esame.

Inoltre, in occasione delle riunioni effettuate presso questa Direzione Regionale aventi per oggetto lo studio e il coordinamento delle attività relative alla sperimentazione sul campo dello studio in oggetto, sono emerse alcune questioni che si ritiene opportuno sottoporre al vaglio di codesta Direzione Centrale in modo da poter offrire ulteriori spunti in sede di definitiva approvazione del medesimo.

In particolare, è emerso come la "concentrazione" dei clusters rispetto alla precedente versione dello studio (dagli originari 39, si è passati a 20) possa implicare la presenza di possibili "punti di debolezza" relativi all'esatta classificazione di tutte le realtà commerciali presenti nel tessuto emiliano-romagnolo.

Inoltre, ha suscitato alcune perplessità l'assenza, nel nuovo studio, di un riferimento generale relativo alle vendite "a stock", stante il peso crescente assunto dal fenomeno, specie nell'ultimo decennio. La diffusione di tale tipologia di vendita può determinare, in alcuni casi, un effetto sensibile sia sull'indice di ricarico merce che sul complessivo risultato di congruità.

Nella medesima sede di discussione, sono stati richiesti chiarimenti in merito alla presenza solo nei clusters 3 e 4 di un correttivo legato alla vendita di merci "acquistate 2 o più anni precedenti l'anno d'imposta".

E' inoltre emersa la possibile presenza di un'ulteriore potenziale difficoltà ad inquadrare correttamente la “regione di appartenenza” nel caso in cui un operatore economico si trovi ad avere due punti vendita ubicati in due differenti regioni con un volume d'affari pressoché pari in entrambe.

Nella prospettata situazione, potrebbero emergere forti difficoltà ad effettuare una stima corretta dei ricavi inseriti nello studio di settore, qualora le due versioni regionalizzate dello studio contenessero in sé sostanziali differenze (ad es diversa connotazione dei clusters, e/o differente incidenza di elementi contabili dichiarati).

Nel corso delle riunioni effettuate, sono emerse alcune potenziali “debolezze” in relazione alla tipologia di commerciante inquadrato nel cluster n° 15 dello studio revisionato.

Infatti, per le attività collocate nel predetto, riguardante i “negozi che vendono prevalentemente abbigliamento di fascia fine – lusso”, la tipologia di merce venduta riguarda quasi totalmente prodotti di moda di fascia qualitativa alta.

Tale circostanza determina un notevole deprezzamento delle merci invendute e la necessità di effettuare delle vendite di fine stagione (saldi) o promozionali. Frequentemente, al fine di mantenere un elevato tasso di “fidelizzazione” della clientela, tali negozi devono applicare una riduzione dei margini nel corso dell'intero anno, avendo l'esigenza di vendere prodotti suscettibili di un notevole deprezzamento, anche in considerazione della concorrenza esercitata dagli “outlet” dove si possono comprare prodotti firmati con sconti che variano tutto l'anno dal 30% al 70%.

Come per tutte le altre categorie di negozi di abbigliamento, i saldi sono effettuati nei periodi dai primi di gennaio per circa sei settimane e dai primi di luglio per analogo periodo, con una percentuale di sconti che possono variare dal 40% al 50%.

Ma a differenza di altre attività collocate in altri cluster, la quasi totalità delle rimanenze invendute diventa oggetto di stock, in quanto sono trattenuti in negozio solo quei capi che vengono definiti “continuativi”, mentre i restanti

(maggiormente soggetti al fenomeno “moda” –esempio: le collezioni strettamente legate alle tendenze dell’anno-), vengono ceduti in blocco a esercenti a prezzi nettamente inferiori a quelli di acquisto, influenzando pesantemente sulla percentuale di ricarico.

Lo studio di settore, in questo caso, potrebbe non riuscire a cogliere correttamente l’ammontare dei ricavi, in quanto la percentuale di ricarico, non tenendo conto delle merci cedute sottocosto per i surrichiamati motivi, risulterebbe troppo elevata.

In aggiunta, occorre fare presente come, oltre alla concorrenza esercitata dagli “outlet” dove si possono comprare prodotti firmati con sconti che variano tutto l’anno dal 30% al 70%, anche i fornitori dei negozi di cui sopra (le Griffe), spesso svolgono attività concorrenziale rispetto la normale catena di distribuzione, attraverso propri negozi monomarca, mediante l’effettuazione di vendite a saldo che spesso anticipano temporalmente quelle effettuate dai negozi.

Per quanto riguarda i Factory Outlet Center censiti in n. 23 alla data del 31.12.2008 sul territorio nazionale, si osserva come ad essi si affianchino altri Outlet più piccoli, caratterizzati dalla vendita di prodotti di più marchi, con distribuzione nel territorio nazionale anche nelle prime periferie delle città, anch’essi in concorrenza con i negozi tradizionali.

In conclusione, per quanto riguarda la regionalizzazione dello studio di settore VM05U, si ritengono non ben chiare e apprezzabili le differenziazioni tra capoluoghi di regione, capoluoghi di provincia e paesi.

In generale, nei vari studi di settore, lo svolgere un’attività in una grande città o in un piccolo paese montano, non aveva incidenza sulla stima dei ricavi, prevedendo quindi che un’attività commerciale dovesse avere la stessa redditività se svolta a Milano oppure in piccoli comuni montani con popolazione inferiore ai 3000 abitanti.

Alla stessa maniera, non appare chiaro se ad un negozio di abbigliamento nel centro di Bologna venga attribuita la stessa aspettativa di ricavi di una cittadina di provincia senza vocazione turistica come Forlì o meglio ancora come Dovadola



o Civitella di Romagna, o vi sia all'interno della regionalizzazione un coefficiente correttivo.

Se tale nuovo studio revisionato non prevede delle diversificazioni, riguardo il luogo della regione ove è svolta l'attività, (capoluogo di regione, capoluogo di provincia e paesi montani o non), vorrebbe dire che, in un certo senso, si ritiene vi sia la stessa redditività in un negozio collocato nel capoluogo di regione rispetto ad un altro, localizzato in un paesino di 1000 abitanti. Si ritiene pertanto tale aspetto meritevole di segnalazione e di eventuale approfondimento.

Si allegano di seguito le relazioni presentate dalle Associazioni di categoria coinvolte nel monitoraggio secondo l'ordine che segue:

- 1) relazione Confartigianato (allegato 1)
- 2) relazione C.N.A. (allegato 2)
- 3) relazione Confesercenti (allegato 3).

Si resta in attesa di riscontro in merito alle problematiche sollevate nel corso delle riunioni dell'Osservatorio ed oggetto di sintesi nella presente relazione accompagnatoria.

Cordiali saluti

R.B.

IL PRESIDENTE

Dott. Antonino Gentile

*Firma autografa sostituita a mezzo stampa, ai sensi  
dell'art. 3, comma 2, del D.Lgs. n. 39/1993*

**OGGETTO: BREVI NOTE STUDIO VM05U**

La nuova versione “regionalizzata” dello studio di settore in oggetto ha fornito dei risultati in termini di congruità coerenza e normalità migliorativi rispetto alla versione attualmente in vigore.

Naturalmente, nel nostro caso specifico, si è trattato di una verifica molto limitata visto che abbiamo inviato a SOSE solamente 10 posizioni (di cui 9 elaborate dalla SOSE).

E' evidente che potendo ampliare il campione di riferimento i risultati conseguenti potrebbero anche discostarsi da quelli da noi attenuti in considerazione del fatto che il nostro è un campione che non può di certo considerarsi significativo.

Le posizioni verificate rappresentano realtà aziendali con le tipiche caratteristiche dei soggetti gestiti dalla nostra associazione, ovvero:

- I soggetti esercitano l'attività in zone considerate ad alto benessere (città di Modena, Reggio Emilia, comuni limitrofi), non sono stati trattati casi particolari quali possono essere per esempio gli esercizi commerciali esercitati in zone montane o in zone “economicamente” depresse”;
- Le aziende sono di struttura medio-piccola, in cui i locali di esercizio dell'attività non sono di proprietà ma in locazione o leasing e sono di dimensioni limitate, il titolare o i soci lavorano direttamente nell'impresa, la presenza di dipendenti e per lo più limitata a una o al massimo due unità;
- Sono esercizi commerciali che vendono prodotti di abbigliamento maschile o femminile di qualità media o medio bassa, non sono trattati casi quindi di vendita di prodotti di alta o bassa gamma;

Fatte queste premesse, necessarie per individuare la tipologia di soggetti verificati, abbiamo rilevato le seguenti considerazioni complessive:

- Le posizioni congrue e coerenti sono rimaste tali anche con la nuova versione regionalizzata;
- Le posizioni non congrue con la versione UM05 sono rimaste non congrue anche con la nuova versione (eccetto un caso in cui vi è stato un peggioramento), ma lo scostamento tra il ricavo dichiarato e il ricavo puntuale si è sensibilmente ridotto a favore del contribuente (di circa un 50%);

- Rispetto alla precedente versione l'indice di coerenza relativo al ricarico è risultato sempre coerente;
- In un caso si è segnalata, una non normalità relativamente all'indice di incidenza dei costi residuali che nella versione UM05 non si è rilevata;

Un aspetto che riteniamo debba essere attentamente analizzato nella nuova versione dello studio di settore è la problematica relativa alla gestione dei magazzini e delle vendite a stock.

Il bisogno di liquidità e la necessità di ridimensionare i magazzini induce le imprese a vendite di questo tipo a scapito dei margini di guadagno.

Un accurato monitoraggio di queste operazioni all'interno dello studio di settore è necessario per evitare contenziosi futuri.

Si riportano di seguito le posizioni elaborate e il confronto in termini di risultato tra i due studi di settore UM05U e VM05U.

## **POSIZIONI ELABORATE RIEPILOGO**

### POSIZIONE 54

modello di dichiarazione: società di persone SNC

**abbigliamento donna**

RICAVI: 65.422

REDDITO: 16.771

STUDIO UM05U: CONGRUO COERENTE NORMALE

STUDIO VM05U: CONGRUO COERENTE NON NORMALE (incidenza costi residuali)

Note: Migliore individuazione del cluster con la nuova versione

### POSIZIONE 56

modello di dichiarazione: società di persone SNC

**calzature**

RICAVI: 125.409

REDDITO: 19.212

STUDIO UM05U: NON CONGRUO (per 3.478) COERENTE NORMALE

STUDIO VM05U: NON CONGRUO (per 1.986) COERENTE NORMALE

Note: migliorativo sulla congruità

### POSIZIONE 52

modello di dichiarazione: società di persone SNC

**calzature**

RICAVI: 333.511

REDDITO: 28.180

STUDIO UM05U: NON CONGRUO (per 1.395) NON COERENTE (ricarico) NORMALE

STUDIO VM05U: NON CONGRUO (per 2.901) COERENTE NORMALE

Note: peggiorativo sulla congruità, migliorativo sulla coerenza

POSIZIONE 50

modello di dichiarazione: società di persone SNC

**abbigliamento uomo**

RICAVI: 355.963

REDDITO: 52.759

STUDIO UM05U: CONGRUO COERENTE NORMALE

STUDIO VM05U: CONGRUO COERENTE NORMALE

Note: nessuna

POSIZIONE 53

modello di dichiarazione: società di persone SNC

**calzature lusso**

RICAVI: 349.755

REDDITO: 51.637

STUDIO UM05U: NON CONGRUO (5.660) NON COERENTE (ricarico) NORMALE

STUDIO VM05U: NON CONGRUO (2.650) COERENTE NORMALE

Note: migliorativo sulla congruità e coerenza

POSIZIONE 51

modello di dichiarazione: società di persone SNC

**abbigliamento uomo**

RICAVI: 379.619

REDDITO: -3.407

STUDIO UM05U: NON CONGRUO (per 37.679) NON COERENTE (ricarico e margine operativo lordo per addetto non dip.) NORMALE

STUDIO VM05U: NON CONGRUO (per 26.362) COERENTE NORMALE

Note: migliorativo su congruità e coerenza

POSIZIONE 59

modello di dichiarazione: società di capitali srl

**negozi assortimento ampio**

RICAVI: 176.603

REDDITO: 17.169

STUDIO UM05U: NON CONGRUO (per 10.683 ) NON COERENTE (ricarico) NORMALE

STUDIO VM05U: CONGRUO COERENTE NORMALE

Note: migliorativo su congruità e coerenza

POSIZIONE 57

modello di dichiarazione: persona fisica

**negozi assortimento ampio**

RICAVI: 76.923

REDDITO: 21.861

STUDIO UM05U: CONGRUO COERENTE NORMALE

STUDIO VM05U: CONGRUO COERENTE NORMALE

Note: nessuna

POSIZIONE 58

modello di dichiarazione: persona fisica

**negozi assortimento ampio**

RICAVI: 77.263

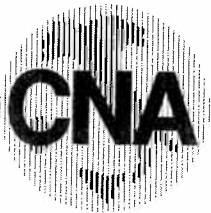
REDDITO: 18.445

STUDIO UM05U: CONGRUO COERENTE NORMALE

STUDIO VM05U: CONGRUO COERENTE NORMALE

Note: nessuna

Ps il calcolo del ricavo puntuale relativo alla versione precedente dello studio di settore è stato effettuato "depurando" il dato dall'incidenza dei correttivi congiunturali "individuali".



Via Rimini 7 / 40128 Bologna  
tel. 051 2133011 / fax 051 2133320  
e-mail: presidenza@cnaemiliaromagna.it / sito web: www.cnaemiliaromagna.it  
cod. fisc. 80040150379

**Emilia Romagna**

**All'Osservatorio Regionale Studi di settore**  
presso la Direzione Regionale Emilia Romagna  
dell' Agenzia delle Entrate  
Via Marco Polo, 60 – 40131 Bologna  
[dr.emiliaromagna.orss@agenziaentrate.it](mailto:dr.emiliaromagna.orss@agenziaentrate.it)

Bologna, 8 novembre 2010

Prot. n. 526

**OGGETTO: Osservazioni in merito alla revisione dello studio VM05U (ex UM05U).**

Il 15 settembre 2010 sono stati coinvolti gli Osservatori regionali, mediante una videoconferenza presso le rispettive Direzioni Regionali dell'Agenzia delle entrate, per la revisione su base regionale dello studio di settore relativo al "*commercio al dettaglio di abbigliamento, calzature, pelletterie ed accessori*".

L'attività degli Osservatori aveva l'obiettivo di integrare le analisi effettuate a livello centrale, mediante l'esame di specifici casi rilevati a livello locale.

Il calendario dei lavori prevedeva l'invio dei casi alla Sose, per il tramite della DRE, entro metà ottobre e, dopo il ritorno dell'esito dell'applicazione del prototipo del nuovo studio VM05U (avvenuta il 28/10), la formulazione entro il 9/11/2010, di osservazioni in merito all'applicazione di tale studio sulle casistiche analizzate.

Vista tale tempistica, risulta evidente che per fornire un'analisi accurata delle posizioni sulle quali è stato applicato il prototipo, sarebbe stato necessario un tempo maggiore, in quanto l'attività richiedeva un confronto/verifica anche con le singole imprese interessate che potevano fornire valutazioni e considerazioni utili alla revisione dello studio in oggetto.

Pertanto, le osservazioni riportate in questa nota sono di carattere generale e non specifico su intere categorie omogenee di soggetti o aree territoriali locali, considerato il numero ridotto di casi individuati per l'analisi (18 imprese).

La ridotta numerosità di casistiche inviate è motivata dal fatto che sarebbe stato necessario integrare i dati del modello dello studio a suo tempo compilato dalle imprese (anno d'imposta 2008), con il recupero di ulteriori informazioni, il che ha comportato il coinvolgimento di ogni singola impresa per il reperimento di tali informazioni (ci si riferisce alla ripartizione % del magazzino per anno di acquisto delle merci).

Ciò nonostante ritenendo il campione rappresentativo delle imprese associate a CNA ER, esercenti le attività rientranti nello studio in oggetto, si formulano alcune osservazioni.

## Cluster su base regionale

La regionalizzazione dello studio non può che essere valutata positivamente, in quanto le attività dello studio in oggetto sono alquanto differenti a livello nazionale, oltre che in termini di modelli organizzativi e strutture operative, per tipologia di clientela e abitudini/attitudini/propensione di queste ultime all'acquisto, anche del grado di concorrenza a livello territoriale. Tenuto conto che tali elementi influenzano le conseguenti performance delle imprese del settore, una costruzione più corrispondente alla realtà regionale di riferimento non può che migliorare all'interno di ogni *cluster* l'analisi delle variabili che influenzano la determinazione dei ricavi di tali imprese.

Se il principio generale di regionalizzazione dello studio non può che essere condiviso, vale però la pena sottolineare come non è stato possibile, visti i tempi ristretti concessi, valutare l'applicazione dello studio su base locale mediante confronti tra Comuni/Province della Regione al fine di verificare l'efficacia dello studio di rappresentare adeguatamente la realtà territoriale di riferimento.

## Numerosità dei Cluster

Lo studio di settore VM05U prevede per l'Emilia Romagna la presenza di tutti i 20 cluster formati a livello di analisi centrale.

Fermo restando che le caratteristiche delle strutture aziendali rientranti nei cluster fotografano la realtà del territorio di riferimento con dati che inevitabilmente rappresentano dati medi del gruppo (es.: superfici, % di incidenza dei ricavi, % di incidenza degli acquisti, personale addetto, ecc.), le relative formule di ricostruzione dei ricavi (cd. formula di regressione) agiscono in modo diretto anche se con applicazione di taluni correttivi specifici.

Visto che tale percorso di ricostruzione della stima avviene quindi mediante applicazione di regole matematico-statistiche che possono avere un maggiore o minore grado di errore statistico, si propone che gli uffici territoriali dell'Agenzia in sede di controllo/accertamento, adottino cautele maggiori nei confronti dei contribuenti rientranti in cluster nei quali la numerosità è a dir poco scadente: la valenza statistica dello studio è maggiore quando più alto è il numero dei soggetti rientranti nel cluster.

A tale proposito si riportano i cluster della Regione Emilia Romagna con il numero di soggetti che li compongono (l'asterisco evidenzia una possibile criticità statistica):

<b>n.cluster</b>	<b>Descrizione cluster</b>	<b>Num.soggetti</b>
1	Negozi con assortimento generalmente ampio	1.428
2	Negozi che vendono preval. abbigliamento donna	893
3	Negozi che vendono preval. Intimo, abb.mare, calz.	795
4	Negozi che vendono preval. calzature	555
5	Negozi che vendono preval. abbigliamento bambino	409
6	Negozi con assortimento ampio in più negozi	448
7	Negozi che vendono preval. abbigliamento uomo	255
8	Negozi di più grandi dimensioni e assortim.ampio	242
9	Negozi che vendono prev. camicie e/o maglie donna	226
10	Negozi che vendono preval.pelletterie, accessori ecc.	177
11	Negozi che vendono preval. calzature fine/lusso	188
12	Negozi abbigliamento in franchising e/affiliati	51 (*)
13	Negozi che vendono preval.camicie e/o maglie uomo	64 (*)

14	Negozi abbigliam.bambino in franchising e/affiliati	34 (*)
15	Negozi che vendono preval. abbigliamento fine/lusso	85 (*)
16	Negozi che vendono preval. calzature in più negozi	63 (*)
17	Negozi in franchising con preval. intimo, mare, calz.	45 (*)
18	Negozi che vendono preval. calzature bambino	68 (*)
19	Negozi preval. pelletteria, access.valig. fine/lusso	58 (*)
20	Negozi che vendono prevalentemente abiti da sposa	35 (*)

### Analisi delle casistiche inviate: assegnazione ai cluster

Per l'attività di analisi sono stati inviati 18 casi di imprese, di cui 2 senza ritorno dell'esito a causa di dati non completi.

I **16 casi** elaborati possono essere così sintetizzati:

- ▶ 1 società di persone (operante nel settore vendita abbigliamento bambini in conto vendita), tutte le altre imprese ditte individuali o imprese familiari;
- ▶ 10 imprese operanti nel settore vendita **abbigliamento**, di cui
  - 5 con vendite prevalenti donna;
  - 2 con vendite prevalenti uomo;
  - 1 vendite diversificate;
  - 2 con vendite prevalenti abbigliamento bambini di cui 1 in conto vendita;
- ▶ 6 imprese operanti nel settore del commercio di **calzature** di cui:
  - 4 con vendite prevalenti donna;
  - 1 con vendite prevalenti uomo;
  - 1 con vendite prevalenti bambino.

Dei 16 casi analizzati i 12 sono i cluster emersi in sede di applicazione dello studio VM05U e più precisamente i seguenti: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 14 e 18.

Dall'analisi delle caratteristiche delle singole imprese vi è un sostanziale corretto abbinamento ai relativi cluster di appartenenza.

### Analisi delle casistiche inviate: valutazione dei risultati

La situazione complessiva degli esiti di Gerico su tali casistiche con l'applicazione dello studio **UM05U** con riferimento ai dati del **periodo d'imposta 2009**, era la seguente:

<b>CASI COMPLESSIVAMENTE CONSIDERATI</b>	<b>16</b>		<b>100%</b>
<b>CONGRUI</b>	<b>12</b>		<b>75%</b>
DI CUI PER EFFETTO DEI CORRETTIVI CRISI	4	33%	25%
COERENTI	5		31%
NORMALI AGLI I.N.E.	15		94%
<b>NON CONGRUI</b>	<b>4</b>		<b>25%</b>
DI CUI NELL'INTERVALLO DI CONFIDENZA	0		
RICAVI DICHIARATI (dai non congrui)	701.287		100%
MAGGIORI RICAVI E INCIDENZA %	55.303		7,9%
DI CUI PER INE	2.595	5%	0,4%



Valore medio di maggiori ricavi per soggetto non congruo	13.825		
--	--------	--	--

L'esito dell'applicazione del nuovo studio **VM05U** ai casi citati, e quindi sempre con riferimento ai dati del periodo d'imposta 2009, ha portato alla seguente situazione:

<b>CASI COMPLESSIVAMENTE CONSIDERATI</b>	<b>16</b>		<b>100%</b>
--	-----------	--	-------------

<b>CONGRUI</b>	<b>9</b>		<b>56%</b>
DI CUI PER EFFETTO DEI CORRETTIVI CRISI	<b>(§)</b>		

COERENTI	9		56%
NORMALI AGLI I.N.E.	15		94%

<b>NON CONGRUI</b>	<b>7</b>		<b>44%</b>
DI CUI NELL'INTERVALLO DI CONFIDENZA	3	43%	19%
RICAVI DICHIARATI (dai non congrui)	545.846		100%
MAGGIORI RICAVI E INCIDENZA %	40.342		7,4%
DI CUI PER INE	5.690	14%	1,0%
Valore medio di maggiori ricavi per soggetto non congruo	5.763		

**(§)** da definire a consuntivo sui dati 2010 da Sose/Agenzia.

Dall'analisi e confronto della **congruità** pare emergere un peggioramento nell'applicazione del nuovo studio rispetto alla situazione precedente: 56% attuale a fronte di un 75% dello studio precedente.

Tuttavia occorre considerare che nell'applicazione dello studio UM05U vi era l'applicazione dei "correttivi crisi" che hanno inciso sul livello di congruità dei casi esaminati, per 25 punti percentuali.

Conseguentemente se si facesse un mero confronto del dato % senza l'applicazione dei correttivi si avrebbe una i congruità sullo studio UM05U del 50% a fronte dell'attuale VM05U senza correttivi del 56%.

Ulteriore considerazione può essere fornita con riferimento all'analisi dei "**non congrui**" il cui dato pare oggettivamente peggiorato rispetto allo studio precedente: 44% per lo studio VM05U a fronte di un 25% dello studio UM05U.

A tale proposito occorre considerare l'assenza, sui casi esaminati, di situazioni collocate nell'intervallo di confidenza con l'applicazione dello studio UM05U. Probabilmente tali posizioni sono diventate congrue per effetto dell'applicazione dei correttivi crisi.

Con lo studio VM05U vi è invece la presenza di un 19% di casistiche collocate naturalmente nell'intervallo di confidenza e che, anche se ufficialmente non congrue, hanno, come più volte riconosciuto dalla stessa Agenzia delle entrate, un riconoscimento di credibilità dei ricavi dichiarati in quanto plausibili rispetto ad un margine di errore statistico intrinseco nello strumento di ricostruzione di ricavi.

Con riferimento all'**entità dello scostamento** dei soggetti non congrui, anche se considerato su una situazione esigua di casi, pare emergere che il valore è mediamente inferiore a rispetto a quello riscontrato con lo studio UM05U.

Complessivamente sull'entità dei ricavi dichiarati dalle imprese "non congrue" il totale dei maggiori ricavi derivanti dall'applicazione dello studio VM05U è di 40.342 (ex 55.303) con

una diminuzione di mezzo punto percentuale (dal 7,9% al 7,4%) rispetto ai ricavi dichiarati (ex 701.287).

Se si valuta il valore medio di scostamento la minore entità dello scostamento è ancora più evidente: maggiori ricavi medi di 5.763 (40.342 / 7 non congrui) con lo studio VM05U quando con il precedente studio UM05U i maggiori ricavi erano di 13.826 (55.303 / 4 non congrui).

A ben vedere però il dato è suscettibile di diverse valutazioni. Da una parte è effettivamente calato, anche se non in modo così evidente, il valore medio di maggiori ricavi ricalcolato senza tenere conto dei soggetti collocati naturalmente nell'intervallo di confidenza: 9.196 (36.785 / 4). Dall'altra è invece aumentato il valore percentuale di incidenza dei maggiori ricavi, rispetto ai dichiarati, derivanti dall'applicazione dello studio VM05U: 8,4% a fronte del 7,9% dello studio UM05U.

SOGGETTI NON CONGRUI (ESCLUSI GLI "INTERVALLATI")	4		
RICAVI DICHIARATI (dai non congrui esclusi "intervallati")	435.530		100%
MAGGIORI RICAVI E INCIDENZA %	36.785		8,4%
Valore medio di maggiori ricavi per soggetto non congruo	9.196		

### **Analisi delle casistiche inviate: coerenza e normalità economica**

Con riferimento alle casistiche analizzate emerge un miglioramento complessivo del numero dei soggetti che sono coerenti agli indicatori di coerenza e una stabilità del dato relativo alla normalità economica.

SUI CASI CONSIDERATI	UM05U		VM05U
COERENTI	31%	>	56%
NORMALI AGLI I.N.E.	94%	>	94%

Con riferimento al dato coerenza si ritiene che il miglioramento sia stato dovuto dalla modifica di alcuni indicatori utilizzati nel VM05U rispetto allo studio UM05U.

INDICATORI DI COERENZA / STUDIO	UM05U		VM05U
Durata delle scorte	SI	>	SI
Valore aggiunto per addetto	SI	>	SI
Ricarico	SI	>	SI
Margine Operativo lordo per addetto non dip.	SI	>	NO
Resa delle superfici sul VA	SI	>	NO

L'eliminazione di due indici (peraltro ridondanti), riduce ovviamente il numero dei soggetti non coerenti e da qui quindi il miglioramento dell'esito.

Tra i soggetti analizzati che hanno un esito "non coerente" si sottolinea tuttavia la prevalenza dell'anomalia segnalata sull'indicatore del "Valore aggiunto lordo per addetto".

Per quanto riguarda l'esito di **coerenza** valgono le stesse considerazioni già fatte in precedenza in merito ai casi in cui l'anomalia riguardasse soggetti collocati nei **cluster**

**numericamente ridotti** (cfr. numerosità dei cluster). Si propone quindi che gli uffici territoriali dell'Agenzia in sede di selezione/controllo/accertamento, adottino cautele maggiori nei confronti dei contribuenti rientranti nei cluster dal 12 al 20.

Sempre con riferimento all'esito di coerenza si ritiene che le stesse cautele in sede di selezione/controllo/accertamento da parte dell'Agenzia delle entrate siano utilizzate nei confronti che evidenziano dai dati dello studio l'aver subito una **crisi economica**. E' noto infatti che i valori soglia degli indicatori di coerenza, a differenza di quelli di normalità economica, fino al periodo d'imposta 2009 non sono oggetto di adattamento al contesto di crisi.

### **Crisi 2010**

Gli esiti del prototipo analizzati non sono influenzati dai correttivi per la crisi come invece avevano gli studi UM05U per il 2009.

Preso atto che nella fase attuale non è possibile quantificare l'effetto della crisi economica in atto, soprattutto con specifico riferimento alle diverse aree territoriali e modelli organizzativi (cluster), si auspica che anche per il 2010 sia predisposta un'analisi accurata dell'andamento e degli effetti della crisi così come avvenuto per il periodo d'imposta 2009.

### **Periodo d'imposta inferiore a 12 mesi**

Tra le casistiche sottoposte ad analisi si segnalano le anomalie riscontrate in merito ai casi di soggetti con periodo d'imposta inferiore a 12 mesi.

Tra i periodi d'imposta inferiori a 12 mesi solo i soggetti che si identificano quali "mere prosecuzioni" di attività svolte da altri, lo strumento degli studi è applicabile in fase di accertamento, per gli altri lo studio deve essere compilato e il relativo esito può essere utilizzato in fase di selezione delle posizioni da sottoporre a controllo con altri strumenti accertativi.

A tale proposito si segnala che anche per lo studio VM05U rimane anomalo l'esito dell'applicazione dello studio per tutti i soggetti con periodo d'imposta inferiore a 12 mesi, sia nell'esito di congruità ma anche e soprattutto negli esiti degli indicatori di coerenza che non sembrano cogliere adeguatamente gli elementi economici riferiti ad un soggetto in tali condizioni.

Si raccomanda quindi che per tutti i soggetti con periodo d'imposta inferiore a 12 mesi, l'Agenzia delle entrate raccomandi agli uffici territoriali di valutare con cautela gli esiti dell'applicazione degli studi, soprattutto per i soggetti in cd. "mera prosecuzione".

### **Valutazione generale finale**

In conclusione, ferme restando le osservazioni sopra riportate e riservandoci di fornire ulteriori considerazioni a seguito dell'applicazione per il 2010, si ritiene che lo studio sia sufficientemente rappresentativo della realtà aziendale economica del settore.

Distinti saluti.

**Il componente dell'Osservatorio Studi  
per C.N.A. Emilia Romagna**  
*Lamberto Magnani*

(Carta intestata Confesercenti Emilia-Romagna)

Ferrara, 8 novembre 2010

Prot. n.

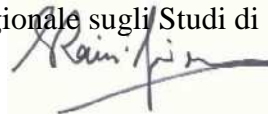
All'Osservatorio  
Regionale sugli Studi di Settore  
Dell'Emilia Romagna presso D.R.E.

Oggetto: Relazione

Provvediamo a trasmettere, in allegato alla presente, la relazione con le valutazioni relative all'analisi dei risultati degli esempi inviati alla SOSE.

Cordiali saluti.

Giacomo Raisi  
Per Confesercenti Emilia-Romagna  
Componente Osservatorio  
Regionale sugli Studi di Settore

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'G. Raisi', is written over a light yellow rectangular background.

All. 1

Via e-mail



Direzione Regionale del Friuli Venezia Giulia

Osservatorio Regionale per gli Studi di settore

All'Agenzia delle Entrate  
Direzione Centrale Accertamento  
Settore Governo dell'Accertamento  
Ufficio Studi di settore  
Roma

**Oggetto: Studio VM05U – Commercio al dettaglio di abbigliamento, calzature, pelletterie ed accessori.**

Si comunica che le associazioni di categoria interessate allo studio in argomento non hanno prodotto alcun caso pratico individuato a livello locale.

Pertanto, nonostante l'attività di sensibilizzazione svolta da questo Osservatorio, si omette l'invio degli esempi e delle relative valutazioni.

IL PRESIDENTE  
Paola Muratori

*Firma autografa sostituita a mezzo stampa ai sensi dell'art. 3, comma 2, del decreto legislativo n. 39 del 1993*



Direzione Regionale del Lazio

Osservatorio Regionale per l'adeguamento degli  
Studi di Settore

Roma, 30.11.2010

DC Accertamento  
Settore Governo dell'Accertamento  
Ufficio Studi di Settore  
Segreteria Commissione degli esperti

Prot. CCR/ac – n. 2010/78137  
All. 1

**Oggetto: Valutazioni concernenti l'ipotesi di studio di settore VM05U**

In attuazione di quanto richiesto da codesta Direzione con le note prot. 118981 del 6.8.2010 e prot. 129014 del 13.9.2010, si rappresentano di seguito i risultati dell'analisi effettuata relativamente all'elaborazione di casi pratici mediante l'applicazione dell'ipotesi di studio in argomento.

A riguardo, per una immediata e più agevole lettura dei dati concernenti le esemplificazioni fornite da alcuni componenti dell'Osservatorio, nonché delle eventuali modifiche conseguenti all'attività svolta dalla So.Se., è stato predisposto l'allegato prospetto (Allegato 1) riepilogativo degli elementi informativi più rilevanti.

L'esame dei 53 esempi sinteticamente descritti, al fine di rilevare differenze applicative per una comparazione tra il vigente studio UM05U e l'ipotesi di evoluzione VM05U, consente di osservare, quale considerazione preliminare, che le condizioni di *congruità* in precedenza riscontrate permangono, anche nella nuova elaborazione.

Le medesime osservazioni possono essere espresse in ordine ai casi interessati da situazioni di *non congruità*, per i quali comunque si rileva, in via generale, una minore stima nella misura, peraltro, di pochi punti percentuali.

Si precisa che in alcuni di questi ultimi casi l'ipotesi di studio colloca le posizioni nell'intervallo di confidenza, a differenza di quanto individuato da GERICO 2010; limitatamente al progressivo So.Se. 1 – Viterbo, la collocazione della posizione nell'intervallo di confidenza era già individuata da GERICO 2010.

In relazione alla differente clusterizzazione, e indipendentemente dalla congruità/non congruità emersa, si evidenzia che i risultati restituiti dall'applicazione dell'ipotesi di studio, per alcune posizioni, definiscono una valutazione opposta, in termini di coerenza e/o normalità economica, rispetto a quella precedente. Nello specifico, gli indici per i quali si riscontra maggiormente detto fenomeno sono il valore aggiunto per addetto, per la sola analisi della coerenza, la durata delle scorte per l'analisi della coerenza e l'analisi della normalità economica.

Per completezza, si specifica che, per poche posizioni, con l'ipotesi di studio viene registrato un modesto incremento della stima del ricavo puntuale.

Inoltre, dall'analisi si evince ancora che la condizione di congruità/non congruità risulta modificata per quattro casi, come descritto nell'allegato 1.

Nella tabella seguente si esplicita la relativa individuazione nei rispettivi gruppi omogenei di appartenenza,

Componenti ORSS	Progressivo So.Se.	Gruppo omogeneo	
		UM05U	VM05U
<i>ANCI</i>	1	11 (100%)	5 (100%)
<i>DP Viterbo</i>	2	32 (98%)	1 (60%);2 (40%)
	9	5 (90%);3 (10%)	11 (100%)
<i>Confcommercio</i>	6	17 (98%)	1 (33%); 2 (67%)

con le seguenti ulteriori specificazioni:

Cluster	VARIABILI (Parametro significativo = SI; Parametro non significativo = NO)				
	CV PROD, differenziale relativo alla distanza del FOC entro 15 min.	CV PROD, differenziale relativo alla distanza del FOC entro 17 min.	CV PROD, differenziale relativo alla distanza del FOC entro 53 min.	CV differenziale relativo alle merci acquistate fino a 5 anni precedenti l'anno di imposta	CV differenziale relativo alle merci acquistate 3 o più anni precedenti l'anno di imposta
1	NO	NO	NO	NO	SI
2	NO	SI	NO	NO	NO
5	NO	NO	NO	NO	NO
11	SI	NO	NO	NO	NO

In merito alla attività svolta dallo scrivente Osservatorio, si riportano altresì i punti significativi delle considerazioni avanzate dal rappresentante della Confcommercio Regionale: “[...] è stato richiesto, negli esempi, il comune ove viene esercitata l’attività senza precisazione relativa all’indirizzo e, almeno, al CAP”; inoltre si osserva: “sarebbe opportuno valutare la distanza del soggetto non solo dai centri Outlet regionali ma anche dai centri commerciali distribuiti sul territorio”.

*f.to* IL PRESIDENTE  
Eduardo URSILLI

Firma autografa sostituita a mezzo stampa ai sensi dell’art. 3,  
comma 2, del Decreto Legislativo n. 39 del 1993



Provincia	Progressivo SOSE	UMO05U									VM05U							Percentuale di scostamento
		COERENZA			NORMALITÀ			CONGRUITÀ			COERENZA			NORMALITÀ			CONGRUITÀ (blu >; viola <)	
		durata scorte	ricarico	valore aggiunto addetto	incidenza amm.ti	durata scorte	incidenza costi residuali	(se non congruo indicare il ricavo puntuale)	durata scorte	ricarico	valore aggiunto addetto	incidenza amm.ti	durata scorte	incidenza costi residuali				
Rieti	1	NO	NO	SI	SI	SI	SI	385.499	NO	NO	NO	SI	NO	SI	389.206	NO	0,96%	
	2	NO	NO	SI	SI	NO	SI	338.150	NO	SI	NO	SI	SI	SI	332.004	NO	-1,82%	
	3	SI	SI	NO	SI	SI	SI	1.142.437	NO	SI	SI	SI	SI	SI	1.115.531	NO	-2,36%	
	4	NO	SI	SI	-	SI	SI	102.940	NO	NO	SI	SI	SI	SI	113.751	NO	10,50%	
ANCI	1	SI	SI	SI	SI	SI	SI		SI	SI	SI	SI	SI	SI		NO		
	2	SI	NO	NO	SI	SI	SI	968.747	NO	SI	NO	SI	SI	SI	942.773	NO	-2,68%	
	3	SI	SI	SI	SI	SI	SI	499.232	NO	SI	SI	SI	SI	SI	498.747	NO	-0,10%	
Latina	1	NO	SI	NO	-	NO	SI	54.825	NO	NO	SI	SI	SI	NO	SI	52.110	NO	-4,95%
	2	SI	SI	NO	SI	SI	SI		SI	SI	SI	SI	SI	SI		SI		
	3	SI	SI	SI	SI	SI	SI		SI	SI	SI	SI	SI	SI		SI		
	4	SI	SI	SI	SI	SI	SI		SI	SI	SI	SI	SI	SI		SI		
	5	SI	SI	SI	SI	SI	SI		SI	SI	SI	SI	SI	SI		SI		
	6	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI		SI	SI	SI	SI	SI	SI		SI	
Viterbo	1	SI	NO	SI	SI	SI	SI	5.560.551	NO	SI	NO	SI	SI	SI	SI	5.492.629	NO	-1,22%
	2	NO	SI	NO	SI	SI	SI		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI		NO	
	3	SI	NO	SI	SI	SI	SI		SI	SI	SI	SI	SI	SI		SI		
	4	NO	SI	NO	SI	SI	SI		SI	NO	SI	SI	SI	NO	NO		SI	
	5	NO	SI	SI	SI	NO	NO		SI	NO	SI	SI	SI	NO	NO		SI	
	6	SI	SI	SI	SI	SI	SI		SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI		SI	
	7	NO	SI	NO	SI	NO	SI	194.964	NO	NO	SI	SI	SI	NO	SI	191.947	NO	-1,55%
	8	NO	SI	SI	SI	NO	SI	404.372	NO	NO	SI	SI	SI	NO	SI	407.746	NO	0,83%
	9	SI	SI	SI	SI	SI	SI	1.132.846	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI		SI	
	10	NO	NO	SI	SI	SI	SI	240.658	NO	NO	SI	SI	SI	NO	SI	240.660	NO	0,00%
	11	SI	NO	NO	SI	SI	SI	107.383	NO	SI	NO	NO	SI	SI	SI	101.157	NO	-5,80%
Confcommercio	1	SI	NO	NO	SI	SI	SI	24.539	NO	SI	NO	NO	SI	SI	SI	27.943	NO	13,87%
	2	SI	SI	NO	SI	SI	SI	28.768	NO	SI	SI	NO	SI	SI	SI	28.490	NO	-0,97%
	3	SI	SI	SI	SI	SI	SI		SI	SI	SI	SI	SI	SI		SI		
	4	SI	SI	NO	SI	SI	SI		SI	SI	SI	NO	SI	SI		SI		
	5	SI	NO	NO	SI	SI	SI	89.072	NO	SI	NO	NO	SI	SI	SI	78.101	NO	-12,32%
	6	NO	SI	SI	SI	SI	SI	98.804	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI		SI	
	7	SI	SI	SI	NO	SI	SI		SI	NO	SI	SI	NO	SI		SI		
	8	NO	NO	NO	SI	NO	SI	133.151	NO	SI	NO	SI	SI	SI	SI	119.692	NO	-10,11%
	9																	
	10	NO	NO	NO	SI	NO	SI	149.814	NO	SI	NO	NO	SI	SI	SI	132.389	NO	-11,63%
	11	NO	NO	SI	SI	NO	SI	143.239	NO	SI	NO	SI	SI	SI	SI	128.974	NO	-9,96%
	12	SI	SI	SI	SI	SI	SI		SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI		SI	
	13	SI	SI	SI	SI	SI	SI		SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI		SI	
	14	SI	NO	NO	SI	SI	SI	159.269	NO	SI	NO	SI	SI	SI	SI	141.106	NO	-11,40%
	15	SI	NO	NO	SI	SI	SI	204.345	NO	SI	NO	NO	SI	SI	SI	195.889	NO	-4,14%
	16	NO	NO	NO	SI	SI	SI	642.508	NO	NO	NO	NO	SI	SI	SI	597.000	NO	-7,08%
	17	SI	SI	NO	SI	SI	SI		SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI		SI	
	18	NO	NO	NO	SI	SI	SI	1.002.358	NO	SI	NO	NO	SI	SI	SI	949.441	NO	-5,28%
	19	SI	SI	SI	SI	SI	SI		SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI		SI	
	20	SI	SI	SI	SI	SI	SI		SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI		SI	
	21	SI	NO	SI	SI	SI	SI		SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI		SI	
	22	SI	SI	SI	SI	SI	SI		SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI		SI	
	23	NO	NO	SI	SI	SI	SI	2.136.082	NO	SI	NO	SI	SI	SI	SI	2.007.834	NO	-6,00%
	24	SI	NO	SI	SI	SI	SI	2.384.946	NO	SI	NO	SI	SI	SI	SI	2.246.394	NO	-5,81%
	25	SI	NO	NO	SI	SI	SI	750.204	NO	SI	NO	NO	SI	SI	SI	727.337	NO	-3,05%
	26	NO	SI	SI	SI	SI	SI		SI	NO	SI	SI	SI	SI	SI		SI	
	27	NO	SI	SI	SI	SI	SI		SI	NO	SI	SI	SI	SI	SI		SI	
	28	SI	NO	SI	SI	SI	SI	161.344	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	155.976	NO	-3,33%
	29	SI	NO	SI	SI	SI	SI	359.871	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	320.752	NO	-10,87%
	30	SI	SI	SI	SI	SI	SI	987.189	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	978.687	NO	-0,86%

Direzione Regionale della Liguria

Osservatorio Regionale per  
l'adeguamento degli studi di settore alle  
realtà economiche locali della Liguria

*Genova, 10 novembre 2010*

Alla Segreteria della Commissione degli Esperti

c/o Direzione Centrale Accertamento  
Settore Governo dell'Accertamento  
Ufficio Studi di Settore  
ROMA

Prot. n. 27516 /2010

**OGGETTO:** Osservatorio Regionale per l'adeguamento degli studi di settore alle realtà economiche locali della Liguria – Parere sul funzionamento dell'ipotesi di studio di settore VM05U (Commercio al dettaglio di abbigliamento, calzature e pelletterie)

Premesso che:

- in data 16/09/2010 , con nota 23012/2010, è stato costituito dall'Osservatorio Regionale un gruppo di lavoro tecnico avente lo scopo di individuare ed esaminare alcuni casi pratici esemplificativi di imprese di commercio al dettaglio di abbigliamento, calzature e pelletterie operanti nel territorio ligure e di intercettare le eventuali problematiche del settore, al fine di consentire la verifica del funzionamento del nuovo studio VM05U e la predisposizione del parere, richiesto dalla Direzione Centrale Accertamento dell'Agenzia con nota prot. 129014 del 13/09/2010 , entro il 10 novembre 2010;
- il gruppo di lavoro citato, considerate le categorie interessate, è stato così composto:
  - Roberto Bonfanti (Vice-Presidente dell'Osservatorio);

- Gianenrico Vignaga (Componente dell'Osservatorio Regionale, Rappresentante dell'Ordine dei Ragionieri e dei Dottori Commercialisti);
  - Giancarlo Lupi (Componente dell'Osservatorio Rappresentante di Confcommercio Liguria)
  - Danilo Scabini (Componente dell'Osservatorio, Rappresentante di Confesercenti Liguria)
  - Stefano Godani ( ConfCommercio Imperia)
  - Giorgio Malerba (ConfCommercio Genova)
  - Piera Alborghetti (Confesercenti Imperia)
  - Alfonso Giovanelli (Confesercenti La Spezia)
  - Giuseppe Valsani (Confesercenti Savona)
- nella data del 30 settembre il gruppo di lavoro si è riunito per discutere degli aspetti territoriali delle imprese operanti nel settore del commercio dell'abbigliamento, valutare la struttura dei vecchi cluster e riflettere sugli elementi che possono condurre a situazioni di non congruità e non coerenza. In seguito alla discussione sono stati proposti diciotto casi pratici i quali sono stati ritenuti rappresentativi del mondo delle imprese liguri (anche rispetto alle tipologie di cluster prevalenti nella regione in base alla classificazione contenuta nella bozza della nota tecnica in lavorazione )  
I casi selezionati sono stati successivamente trasmessi per l'elaborazione al portale della Società degli Studi di Settore (So.Se.).  
La So.Se. ha provveduto a restituire le risultanze dei casi trasmessi, opportunamente rielaborati secondo il nuovo prototipo di modello di studio VM05U.  
Per tre degli esempi trasmessi sono state segnalate da So.Se. anomalie e incongruenze di alcuni dati contabili o strutturali , cosiddetti controlli bloccanti, che non hanno consentito di ottenere, in prima istanza e comunque in tempo utile per i lavori del gruppo, le relative risultanze.
  - il suddetto gruppo di lavoro si è quindi riunito in data 4 novembre 2010, per esaminare le risultanze emergenti dai 15 casi per i quali So.Se ha fornito l'esito.

Dall'esame sono emerse le seguenti osservazioni:

1. una migliore e più rappresentativa clusterizzazione degli studi di settore in questione
2. il numero ridotto dei cluster, che scendono dai 37 del vecchio studio ai 20 del nuovo, abbinato ad una puntuale analisi discriminante;
3. una migliore considerazione degli elementi territoriali;
4. un ampliamento dell'intervallo di confidenza derivante in modo significativo dalla considerazione di elementi territoriali nelle funzioni di ricavo, contrassegnate da un abbassamento del valore puntuale, al netto dei correttivi anti-crisi

Per il gruppo di lavoro rimangono alcuni aspetti di criticità, già in precedenza evidenziati.

Gli elementi di criticità riguardano in primo luogo la mancata influenza all'interno del nuovo modello di studio della presenza di centri commerciali e dei negozi monomarca (per esempio "Scarpe & Scarpe").

Si è lamentata una rilevanza delle aree gravitazionali degli Outlet in termini di minuti di percorrenza anziché di distanze chilometriche, senza che venga considerata, nella

determinazione della distanza in minuti, della valutazione delle situazioni delle infrastrutture stradali, che in Liguria sono inefficaci e disagiate.

Il gruppo di lavoro ha inoltre proposto una ulteriore osservazione di natura tecnica, relativa all'ipotesi (ritrovabile nella "bozza" di funzione di ricavo) che la storicizzazione delle rimanenze di magazzino ai fini dei correttivi relativi abbia una struttura di cinque anni: in realtà la strutture di magazzino hanno spesso un consolidamento sotto i cinque anni.

Inoltre per la natura stessa delle vendite a stock, i prezzi di vendita risultano molto bassi.

L'Osservatorio, conosciute le elaborazioni dei nuovi studi di settore e le conclusioni del gruppo di lavoro tecnico, ritiene di osservare, in primo luogo, che emerge una miglior rappresentatività dei cluster "regionalizzati", rispetto al modello precedente.

L'analisi discriminante del nuovo studio è generalmente precisa e diminuiscono i casi di imprese che vengono classificate contemporaneamente in più cluster.

I nuovi modelli organizzativi nella maggior parte dei casi colgono la tipicità territoriale delle imprese considerate e le loro specifiche caratteristiche strutturali.

Per la prevalenza degli esempi considerati si osserva che, in linea di massima, i risultati portano alla congruità, alla normalità e alla coerenza e, in ogni caso ad una migliore rappresentatività (posizionamento all'interno dell'intervallo di confidenza o ampliamento di tale intervallo con diminuzione del ricavo minimo).

In generale si può concludere che i nuovi modelli siano rappresentativi della specificità territoriale ligure, salvo gli aspetti, segnalati dal gruppo, riguardanti la localizzazione e la concorrenza di centri commerciali e dei negozi monomarca e l'area di influenza degli Outlet (che per la Liguria sono rappresentati da quello di Serravalle in provincia di Alessandria - Piemonte e da quello di Mondovì in provincia di Cuneo - Piemonte)

Pertanto l'Osservatorio esprime parere favorevole all'evoluzione proposta dello studio di settore del commercio al dettaglio di abbigliamento e calzature.

f.to Il Direttore Regionale  
Franco Latti

*Firma autografa sostituita da indicazione a mezzo stampa, ai sensi dell'art. 3, comma 2, D.Lgs. N.39/93*



Osservatorio regionale per l'adeguamento  
degli studi di settore alle realtà  
economiche locali della Lombardia

*Milano, 15 novembre 2010*

Alla Direzione Centrale Accertamento  
Ufficio Studi di Settore

-ROMA-

*via e-mail*

Prot. n. 2010/89272

**OGGETTO:** *Osservatorio regionale per l'adeguamento degli studi di settore alle realtà economiche locali della Lombardia. Studio di settore "VM 05 U-commerce al dettaglio di abbigliamento, calzature, pelletterie ed accessori". RELAZIONE*

Nella videoconferenza organizzata dalla Direzione Centrale Accertamento in data 15 settembre 2010 è stata ipotizzata una elaborazione su base regionale dello Studio di settore VM05U.

A seguito della videoconferenza, sulla base delle indicazioni operative fornite dalla Direzione Centrale Accertamento, è stato costituito, in seno all'Osservatorio regionale, un apposito gruppo di lavoro per la predisposizione degli esempi significativi a livello locale da trasmettere alla Sose.

Tale attività è stata puntualmente effettuata dal citato gruppo di lavoro e i dati sono stati trasmessi, come richiesto, entro il 15 ottobre.

In data 6 ottobre e 25 ottobre il gruppo di lavoro si è ulteriormente riunito per analizzare e fornire le proprie osservazioni sulle elaborazioni degli esempi inviati alla Sose.

Sulla scorta degli esempi elaborati dalla Sose e messi a disposizione del gruppo di lavoro (esempi inviati 58 – esempi processati 44), sono state effettuate le prime analisi comparative tra i risultati del vecchio studio e quelli del nuovo.

Dai primi confronti, le associazioni di categoria segnalano quanto segue:

- Come viene evidenziato nei prospetti in allegato lo studio di settore VM05U, rispetto allo studio UM05U (Unico 2010 ottimizza i Ricavi dichiarati e conseguentemente fa aumentare il numero di aziende congrue.

- Un'altra considerazione riguarda il calcolo dell'indice Valore aggiunto per addetto che risulta variato rispetto allo studio di settore appena inviato. In sostanza il Valore aggiunto per addetto era il risultato del calcolo:

Valore aggiunto

(Addetti \* 1000)

Il Valore aggiunto era frutto della sommatoria algebrica dei Ricavi – Costi, dove i costi erano formati dal costo del venduto + costo per la produzione dei servizi (F15) + spese per acquisti di servizi (F16) + altri costi per servizi (F17) + costo per godimento di beni di terzi (F18) + oneri diversi di gestione (F22) + altri componenti negativi (F23). Nella nuova *release* nei costi da sottrarre ai ricavi NON viene considerato il costo di godimento dei beni di terzi, che corrisponde al rigo F18 dello studio di settore. La conseguenza è un innalzamento dell'indice Valore aggiunto per addetto.

Si vedano, al riguardo, le tabelle allegate (all.1 e all. 2).

Con specifico riferimento alla provincia di Bergamo, si è avuto modo di constatare alcune criticità inerenti gli esempi che di seguito vengono illustrati.

- Nell'esempio n. 7, l'assegnazione dei Gruppi omogenei, classifica l'azienda nel Cluster 6 “imprese con assortimento alquanto ampio che generalmente operano con più negozi”.

In realtà il negozio è uno solo, si è spostato nel corso dell'anno da un locale ad un altro. Nel primo negozio ha esercitato per 50 giorni, poi nel nuovo locale ha esercitato per 235 giorni.

Gerico non offre la possibilità di indicare che il primo negozio è stato chiuso, se non compilando le annotazioni.

La descrizione del *cluster* non risulta corretta.

- Nell'esempio n. 15, l'attività dell'azienda si colloca nel genere della fascia alta dell'abbigliamento per bambino.

La politica dell'azienda è, terminati i periodi di saldi, di vendere la merce, rimasta invenduta nel periodo, a *stock*.

Nell'esempio vi è una parte rilevante di merce ceduta con questo sistema.

Dall'elaborazione del prototipo non si trova traccia dell'effetto delle vendite a *stock*.

Il risultato è che viene richiesto un adeguamento maggiore, rispetto a Gerico 2010.

Per tutti gli altri è inferiore.

Anche l'esempio n. 9 ha utilizzato questa modalità di vendita, sebbene in misura ridotta.

In questo caso il risultato di congruità è in linea con gli altri esempi.

Si veda in merito la tabella allegata (v. all. 1)

Tutto ciò premesso, si esprimono, altresì, le seguenti considerazioni di carattere generale sui casi esaminati, evidenziando le seguenti criticità, tipiche del Territorio lombardo, delle quali sarebbe opportuno tener conto nella calibratura dello Studio di settore in esame alle diverse realtà locali:

- 1) la presenza di mercati (rionali/cittadini che si tengono in diversi giorni nell'arco della settimana);
- 2) la presenza di centri commerciali che impattano sull'esterno;
- 3) la multiattività (si veda esempio n. 7 precedentemente esposto);
- 4) le vendite a *stock*;
- 5) la resa per addetto: da valutare i diversamente abili nelle realtà medio grandi con più di 15 dipendenti – quadro IRAP;
- 6) i lavori pubblici di considerevole durata (realizzazione di metropolitane, di aree espositive e così via).

Quest'ultima circostanza potrebbe essere altresì oggetto, ai sensi dell'art. 4 del Provvedimento dell'Agenzia delle Entrate dell'8 ottobre 2007, di un'apposita direttiva da parte del Presidente dello scrivente Osservatorio.

Da ultimo, si ritiene opportuno inoltrare, per le dovute valutazioni, le Osservazioni che al presente Organismo sono pervenute sul tema in questione dalla Confocommercio della Lombardia, osservazioni elaborate di concerto con le dodici Associazioni provinciali e con Federmoda Lombardia, l'Associazione maggiormente rappresentativa di settore (v. all. 3).

IL PRESIDENTE

F.to Carlo Palumbo

*\*firma autografa sostituita a mezzo stampa ai sensi dell'art. 3, c. 2, D.Lgs. 39/93*

## STUDIO DI SETTORE UM05U PROTOTIPO

## ALLEGATO 1

## Esempi Bergamo

Denominazione	Nuovo					Gerico anno 2009				
			Coerenza dati					Coerenza dati		
	Ricavo puntuale di riferimento	Ricavo minimo ammissibile	Durata delle scorte	Ricarico	Valore aggiunto per addetto	Ricavo Puntuale da congruità	Ricavo minimo da congruità	Durata delle scorte	Ricarico	Valore aggiunto per addetto
Posizione 1	252.210,00	242.742,00	319,6632	1,3357	40,9320	268.273,00	264.690,00	319,6600	1,3400	22,7700
Posizione 2	1.615.759,00	1.571.789,00	45,8247	1,4939	59,2511	1.725.172,00	1.631.972,00	45,8200	1,4900	43,7800
Posizione 3	1.839.491,00	1.790.306,00	142,4962	1,4766	47,0536	1.848.120,00	1.806.823,00	142,5000	1,4800	31,9400
Posizione 4	161.575,00	144.060,00	42,2238	1,5168	21,0664	176.503,00	162.528,00	42,2200	1,5200	18,4700
Posizione 5	426.333,00	415.571,00	88,7095	1,4993	37,7189	429.034,00	422.652,00	88,7100	1,5000	36,2000
Posizione 6	333.385,00	326.495,00	215,6157	1,4445	28,7649	339.446,00	336.500,00	215,6200	1,4400	28,1900
Posizione 7	163.276,00	158.536,00	288,0520	1,5566	21,6384	163.315,00	161.039,00	288,0500	1,5600	17,8600
Posizione 8	248.484,00	243.618,00	288,0764	1,3811	28,1477	263.165,00	261.213,00	288,0800	1,3800	16,8600
Posizione 9	144.951,00	141.870,00	224,7497	1,4300	22,3400	156.009,00	153.793,00	224,7500	1,4300	18,3300
Posizione 10	503.969,00	490.271,00	329,7014	1,4500	32,9662	515.252,00	509.927,00	329,7000	1,4500	28,8800
Posizione 11	169.809,00	162.465,00	165,1584	1,4131	26,1750	174.010,00	171.920,00	165,1600	1,4100	26,1800
Posizione 12	53.847,00	51.576,00	445,2454	1,5304	13,2100	55.459,00	54.684,00	445,2500	1,5300	13,2100
Posizione 13	25.739,00	23.750,00	391,6010	2,1317	12,0460	22.967,00	22.285,00	391,6000	2,1300	8,5100
Posizione 14	67.779,00	65.980,00	403,1136	1,5223	21,3130	78.124,00	75.742,00	403,1100	1,5200	21,3100
Posizione 15	62.439,00	52.868,00	246,4393	1,5183	17,6970	63.628,00	62.452,00	246,4400	1,5200	17,7000



## STUDIO DI SETTORE UM05U PROTOTIPO

## ALLEGATO 2

## Esempi Milano – Lodi – Monza Brianza

Denominazione	Nuovo					Gerico anno 2009				
			Coerenza dati					Coerenza dati		
	Ricavo puntuale di riferimento	Ricavo minimo ammissibile	Durata delle scorte	Ricarico	Valore aggiunto per addetto	Ricavo Puntuale da congruità	Ricavo minimo da congruità	Durata delle scorte	Ricarico	Valore aggiunto per addetto
Pos. 1 – MI15	18.855	17.791	785,01	2,46	<b>8,92</b>			785,01	2,46	2,67
Pos. 2 – LO07	<b>26.281</b>	<b>24.844</b>	232,96	1,40	4,74	29.841	28.850	232,96	1,40	4,74
Pos. 3 – MI19	31.781	25.966	445,31	2,30	<b>13,76</b>			445,31	2,30	2,72
Pos. 4 – MB01	43.550	38.321	171,57	1,57	<b>9,22</b>			171,57	1,57	0,45
Pos. 5 – MI16	<b>103.249</b>	<b>98.941</b>	558,57	0,52	-43,623	111.564	109.623	558,57	0,52	-43,62
Pos. 6 – LO03	<b>39.035</b>	<b>37.410</b>	803,16	1,46	10,37	43.045	42.284	803,16	1,46	10,37
Pos. 7 – LO06	<b>41.762</b>	<b>40.002</b>	2.193,19	1,45	10,70	51.847	50.015	2.193,19	1,45	10,70
Pos. 8 – MI11	<b>78.997</b>	<b>75.529</b>	990,87	1,12	-2,11	77.524	75.717	990,87	1,12	-2,11
Pos. 9 – MI20	<b>114.928</b>	<b>104.713</b>	409,26	1,20	<b>3,91</b>	113.828	111.481	409,26	1,20	-7,00
Pos.10 – MB02	89.151	85.907	178,17	1,55	<b>20,70</b>			178,17	1,55	14,40
Pos.11 – MI18	104.773	98.084	184,56	1,76	<b>15,02</b>			184,56	1,76	13,27
Pos.12 – MI13	<b>152.632</b>	<b>141.338</b>	620,69	1,02	<b>-1,96</b>	157.793	144.681	620,69	1,02	-10,37
Pos.13 – MB04	<b>95.688</b>	<b>91.892</b>	238,59	1,75	<b>23,82</b>	117.752	114.258	238,59	1,75	22,16
Pos.14 – LO02	101.5446	97.064	144,63	1,69	<b>39,88</b>			144,63	1,69	32,35
Pos.15 – MB03	128.473	122.620	127,33	1,55	<b>18,21</b>			127,33	1,55	16,75
Pos.16 – MB05	<b>176.045</b>	<b>170.397</b>	963,31	1,62	18,34	172.383	168.231	963,31	1,62	18,34
Pos.17 – MI14	166.001	159.239	214,65	1,76	<b>32,77</b>			214,65	1,76	16,15
Pos.18 – LO01	190.264	184.992	334,97	1,45	<b>23,97</b>			334,97	1,45	20,01
Pos.19 – MI17	335.691	313.371	265,45	1,56	<b>31,09</b>			265,45	1,56	26,92



**STUDIO DI SETTORE VM05U – T.A.C. REGIONE LOMBARDIA  
OSSERVAZIONI E CONSIDERAZIONI SUL FUNZIONAMENTO E  
RILEVAMENTO DI ELEMENTI INCIDENTI SUI SETTORI  
IN LOMBARDIA**

**QUADRO DI RIFERIMENTO**

Il sistema imprenditoriale lombardo è rappresentato da **823.268 imprese pari al 18,5%** sul numero di **imprese attive in Italia (5.283.531)** che occupano **4.620.600 addetti** (pari al **18,6%** dell'occupazione nazionale, con **24.838.600 addetti**)<sup>1</sup>, composto per la stragrande maggioranza da Micro e Piccole e Medie imprese (99%).

Dall'ultimo trimestre del 2008, l'economia lombarda – sulla scia della crisi internazionale – è entrata in una **fase di recessione** con significative ricadute sull'occupazione, sui redditi, sui consumi e sugli investimenti.

La crisi dei mercati finanziari, le ripercussioni sull'economia reale, il costo del denaro e la particolare difficoltà di accesso al credito minano oggi lo sviluppo e la competitività, se non addirittura la sopravvivenza, soprattutto delle Micro e Piccole Imprese lombarde.

---

<sup>1</sup> Fonte: Annuario statistico regionale - Imprese attive in Lombardia al 31/12/2009

L'attuale situazione, del resto, è stata affrontata sia dal Governo nazionale che da quello lombardo con apprezzabili interventi ed iniziative di tipo straordinario a sostegno delle piccole e medie imprese locali (incremento degli ammortizzatori sociali, dote lavoro, incentivi all'investimento ed all'accesso al credito).

In questo scenario, il **settore del dettaglio Tessile – Abbigliamento – Calzature**, da tempo in sofferenza congiunturale ha affrontato la crisi attivando una serie di importanti **azioni correttive** (ad esempio: incremento vendite promozionali; diminuzione prezzi e maggiori sconti; saldi con percentuali di sconto molto elevate; tutte allo scopo di ridurre le perdite derivanti dalla crisi, incrementando i volumi di vendita).

È di tutta evidenza, peraltro, che tutte queste azioni straordinarie, oltre a ridurre le percentuali di ricarico normalmente applicate e quindi a produrre utili più bassi per il 2009, si ripercuoteranno negativamente sui volumi di affari dell'anno 2010 e seguenti.

A seguito di quest'attività straordinaria, gli imprenditori del dettaglio tessile sono riusciti in parte a circoscrivere le perdite: in presenza di possibili uguali ricavi, si è assistito ad una maggior quantità di merce venduta, ma a prezzi più bassi, sulla base delle scontistiche di cui sopra.

Del resto, alcuni dati non contabili testimoniano la crisi in atto nel Terziario Lombardo. Ci riferiamo, in particolare, all'incremento delle **domande a Confidi** per la **liquidità rispetto alle richieste per investimento**. L'indicazione generale è di una crescita di richieste di finanziamento – come pure una richiesta di affidamenti bancari – per fare cassa al fine di rispettare scadenze e pagamenti improcrastinabili

rispetto alle richieste di finanziamento (e affidamento) per investimenti a breve e medio periodo.

Significativi sono i dati rilevati dai nostri in percentuale sono mediamente i seguenti:

- anno **2007** domande per **liquidità 39%**, per **investimenti 61%**;
- anno **2009** domande per **liquidità 64%**, per **investimenti 36%**.

### **OSSERVAZIONI TECNICHE EMERGENTI DALL'APPLICAZIONE DELLO STUDIO DI SETTORE VM05U**

Preliminarmente si ringrazia il Comitato ristretto dell'Osservatorio regionale sugli studi di settore per aver preso atto e fatte proprie alcune rilevazioni emerse dal confronto con i dati dei nostri operatori. In particolare, durante i lavori di analisi tecnica delle nostre elaborazioni sul prototipo dello Studio di settore VM05U - TAC, erano emerse le seguenti criticità:

- l'assegnazione al **gruppo omogeneo "Multi punto"**, l'ipotesi di mera **variazione della sede di attività durante l'esercizio**;
- la valutazione imprecisa delle **vendite a stock** della **merce invenduta**, in modo particolare allorquando tale sistema di vendita assume valori importanti dal punto di vista economico; sul tema è stata inoltre segnalata l'importanza della valutazione degli elementi (vendita a *stock*) non solo nell'anno in cui si verifica la vendita, ma come elemento di una scelta aziendale pluriennale.
- L'assenza di valutazione sull'utilizzo **di personale non normo dotato**.

## **ULTERIORI EFFETTI PRODOTTI DA FENOMENI LOCALI CHE HANNO RIPERCUSSIONI NELL'APPLICAZIONE DELLO STUDIO DI SETTORE VM05U**

In Lombardia sono numerosi i **cantieri per lavori di interesse pubblico** che provocano disagi e conseguentemente una **disincentivazione dello shopping** per le difficoltà di circolazione e di parcheggio. La stessa Regione Lombardia, riconoscendo la gravità del problema ha dato avvio con una Delibera di Giunta regionale n. 8.646 del 12 dicembre 2008 ad un **intervento regionale sperimentale** a favore delle **imprese danneggiate da lavori pubblici nei Comuni capoluogo di Provincia** (attraverso un Accordo tra Regione Lombardia e Comuni capoluogo di provincia di **Brescia, Cremona, Lecco, Milano**).

Lo stesso PRS – Piano **Programma Regionale di Sviluppo della IX Legislatura** della Regione Lombardia, approvato con Delibera di Consiglio lo scorso 28 settembre 2010 e **pubblicato sul 3° Supplemento Straordinario del BURL n. 40 dell'8 ottobre 2010** prevede nel corso di questa Legislatura forti investimenti in lavori pubblici. Il Programma regionale prevede un impulso fondamentale al completamento del disegno delle infrastrutture che interessano, in particolare, la realizzazione delle grandi reti viarie strategiche (Pedemontana, Tangenziale esterna di Milano, Brebemi) con la connessa integrazione con il sistema autostradale regionale (TiBre, Broni-Mortara-A26, Milano-Cremona-Mantova, Varese-Como-Lecco, Valtrompia, connessione Pedemontana – BreBeMi, potenziamento autostrade esistenti) e il potenziamento di assi stradali di interesse regionale e locale, la rete metropolitana e metro tranviaria afferente al capoluogo milanese e alle altre principali città lombarde, il potenziamento A9, accessibilità EXPO, i collegamenti con la Svizzera, i collegamenti con le grandi valli montane, il completamento della linea Alta Velocità/Alta Capacità Milano-Verona. Viene in proposito

espressamente indicato che **“La gestione dei grandi cantieri che queste opere richiedono impone la massima attenzione all’impatto sui territori interessati”**.

Si ritiene che tali situazioni particolarmente gravose sul bilancio degli esercizi commerciali del comparto T.A.C., che tra l’altro perdurano per anni, debbano essere tenute in debita considerazione dall’Osservatorio regionale sugli Studi di Settore ai fini dell’applicazione dello studio VM05U in quanto costituiscono **esternalità negative** che inevitabilmente producono danni alle attività.

Un’altra situazione che produce inevitabili ripercussioni negative sul volume di affari delle attività di vicinato del settore TAC in Lombardia riguarda la massiccia presenza di **grandi strutture di vendita (con particolare riferimento al non alimentare)**, dei **Factory Outlet Center**.

Sui **Factory Outlet Center**, preso atto che il prototipo di studio di settore ne prevede l’incidenza sulla base dell’attuale situazione, va evidenziata la **necessità di monitorarne la crescita** dimensionale sulle strutture esistenti e i **nuovi insediamenti**.

Quanto alla **massiccia diffusione di Grandi Strutture di Vendita** (con particolare attenzione a quelle del comparto non alimentare), che comunque incide sui fatturati dei negozi di vicinato, riportiamo a titolo esemplificativo una tabella di sintesi della Grande distribuzione specializzata in Lombardia (settore Tessile /Abbigliamento/Pelliccerie e settore Calzature/Articoli in cuoio). Tale tabella evidenzia che in Lombardia, al 31 dicembre 2009, le superfici della Grande distribuzione specializzata in Lombardia (nel settore Tessile /Abbigliamento/Pelliccerie e Calzature/Articoli in cuoio) sono pari ad

**oltre un quarto (25,36%) delle superfici complessivamente presenti in Italia.**

Inoltre, in Lombardia la densità commerciale (data dal rapporto tra mq. ogni 1.000 abitanti) è pari al 24,2 mq. per 1.000 abitanti rispetto ad un dato nazionale decisamente inferiore (15,54 mq. per 1.000 abitanti).

<b>LOMBARDIA</b>	Popolazione al 01/01/10 (1)	Superficie mq al 31/12/09 (2)	n. punti vendita (2)	densità (mq/1.000 Abit)
	9.826.141	237.823	102	24,2
<b>ITALIA</b>	Popolazione al 01/01/10 (1)	Superficie mq al 31/12/09 (2)	n. punti vendita (2)	densità (mq/1.000 Abit)
	60.340.328	937.608	396	15,54

(1) Fonte: Demo ISTAT

(2) Fonte: Osservatorio Nazionale del Commercio – Ministero dello Sviluppo Economico

Infine, va rilevato che negli ultimi anni abbiamo assistito in Lombardia **l'incremento del numero dei mercati su area pubblica** con la relativa trasformazione delle attività presenti (con numerosi operatori, soprattutto stranieri, del settore tessile) che hanno inciso e incideranno sulle modalità organizzative e di offerta delle imprese commerciali in sede fissa.

Si allegano i seguenti documenti:

- Allegato A **“Sintesi degli effetti dei fenomeni locali evidenziati”**
- Allegato B 1 **“Sintesi di situazioni e fatti locali incidenti sui settori nelle province di Milano, Monza e Brianza”**
- Allegato B 2 **“Sintesi di situazioni e fatti locali incidenti sui settori nella provincia di Bergamo”**
- Allegato B 3 **“Sintesi di situazioni e fatti locali incidenti sui settori nella provincia di Mantova”**.
- Allegato B 4 **“Sintesi di situazioni e fatti locali incidenti sui settori nella provincia di Varese”**.

**REGIONALIZZAZIONE DELLO STUDIO DI SETTORE VM05U****SINTESI DI SITUAZIONI E FATTI LOCALI INCIDENTI SUI SETTORI****PROVINCIA DI MILANO  
BASSO LODIGIANO**

MONZA E AREE LIMITROFE	<ul style="list-style-type: none"><li>• ALTA CONCENTRAZIONE DI GDO (AUCHAN, IL GIGANTE, ECC.) E DI MEDIE GRANDI STRUTTURE SPECIALISTE</li><li>• PROSPETTIVA NUOVI IMPORTANTI INSEDIAMENTI COMMERCIALI MEDIE E GRANDI STRUTTURE</li></ul>
SEREGNO CENTRO	<ul style="list-style-type: none"><li>• LAVORI PUBBLICI</li><li>• COSTRUZIONE PARCHEGGI SOTTERRANEI</li><li>• ZTL</li></ul>
AREA BRESCO CORMANO CUSANO MILANINO NOVA MILANESE DESIO SEREGNO	<ul style="list-style-type: none"><li>• INIZIO LAVORI 2011 PER ALMENO 3 ANNI METROTRANVIA MILANO SEREGNO</li></ul>
	IN PROGETTO AREA COMMERCIALE 70.000 MQ. OUTLET ABBIGLIAMENTO
COSTA MASNAGA E AREE LIMITROFE	<ul style="list-style-type: none"><li>• NUOVO INSEDIAMENTO GDO</li></ul>
LIMBIATE E AREE LIMITROFE	<ul style="list-style-type: none"><li>• INSEDIAMENTO CENTRO COMMERCIALE CARREFOUR</li></ul>
LENTATE SUL SEVESO	<ul style="list-style-type: none"><li>• INSEDIAMENTO CENTRO COMMERCIALE BENNET</li></ul>
VAREDO E AREE LIMITROFE	IN PROGETTO AREA COMMERCIALE 105.000 MQ.
GIUSSANO E AREE LIMITROFE	IN PROGETTO AREA COMMERCIALE 70.000 MQ.
DESIO E AREE LIMITROFE	IN PROGETTO AREA COMMERCIALE 30.000 MQ.
SESTO SAN GIOVANNI E AREE LIMITROFE	<ul style="list-style-type: none"><li>• INSEDIAMENTO CENTRO COMMERCIALE IL VULCANO</li><li>• INSEDIAMENTO CENTRO COMMERCIALE SARCA</li></ul>
SESTO SAN GIOVANNI	PRESENZA DI IMPORTANTI MERCATI CITTADINI NEI GIORNI DELLA SETTIMANA
CINISELLO BALSAMO E AREE LIMITROFE	<ul style="list-style-type: none"><li>• INSEDIAMENTO CENTRO COMMERCIALE AUCHAN</li><li>• INSEDIAMENTO CENTRO COMMERCIALE LE FONTANE</li></ul>
CINISELLO BALSAMO	PRESENZA DI IMPORTANTI MERCATI CITTADINI NEI GIORNI DELLA SETTIMANA
VIMODRONE E AREE LIMITROFE	<ul style="list-style-type: none"><li>• INSEDIAMENTO CENTRO COMMERCIALE AUCHAN</li></ul>
MELZO	PRESENZA DI MEDIE STRUTTURE SPECIALISTE DEL SETTORE: <ul style="list-style-type: none"><li>• MILLEPIEDI (MQ. 1000)</li><li>• VZ (MQ. 1500)</li></ul>



CERNUSCO SUL NAVIGLIO	PRESENZA DI MEDIE GRANDI STRUTTURE SPECIALISTE DEL SETTORE: <ul style="list-style-type: none"> <li>• MILLEPIEDI (MQ. 1000)</li> <li>• DIFFUSIONE TESSILE (GRUPPO MAX MARA) (MQ. 1500)</li> <li>• PRENATAL (MQ.1500)</li> <li>• BARRAS (PILATINO) MQ.1500</li> </ul>
SETTALA	PRESENZA DI MEDIE GRANDI STRUTTURE SPECIALISTE DEL SETTORE: <ul style="list-style-type: none"> <li>• CHE 48! (MQ. 1500)</li> <li>• MAMMA BABY (MQ. 600)</li> <li>• F.LLI PIAZZA (MQ. 600)</li> </ul>
PIOLTELLO	PRESENZA DI MEDIE STRUTTURE SPECIALISTE DEL SETTORE: <ul style="list-style-type: none"> <li>• SCARPE E SCARPE (MQ. 1500)</li> </ul>
VIGNATE	PRESENZA DI GRANDI STRUTTURE SPECIALISTE DEL SETTORE: <ul style="list-style-type: none"> <li>• DECATHLON (MQ. 5000)</li> </ul>
VIGNATE E AREE LIMITROFE	INSEDIAMENTO CENTRO COMMERCIALE “ACQUARIO”
PANTIGLIATE E AREE LIMITROFE	INSEDIAMENTO CENTRO COMMERCIALE “PAULLESE CENTER”
BELLINZAGO LOMBARDO E AREE LIMITROFE	INSEDIAMENTO CENTRO COMMERCIALE “CORTE LOMBARDA”
TREZZANO	PRESENZA GRANDI STRUTTURE DI VENDITA SPECIALISTE: <ul style="list-style-type: none"> <li>• KIABI</li> <li>• COMBIPEL</li> <li>• SCARPE E SCARPE</li> <li>• HAPPENING</li> </ul>
CESANO BOSCONI	PRESENZA GRANDI STRUTTURE DI VENDITA SPECIALISTE: <ul style="list-style-type: none"> <li>• LE ORME</li> </ul>
CESANO BOSCONI E AREE LIMITROFE	INSEDIAMENTO CENTRO COMMERCIALE “AUCHAN”
ASSAGO E AREE LIMITROFE	INSEDIAMENTO CENTRO COMMERCIALE “CARREFOUR”
CORSICO	PRESENZA GRANDI STRUTTURE DI VENDITA SPECIALISTE: <ul style="list-style-type: none"> <li>• SORELLE RAMONDA</li> <li>• HITMAN</li> <li>• DECATHLON</li> </ul>
LACHIARELLA	INSEDIAMENTO CENTRO COMMERCIALE “IL GIRASOLE”
ZONA: <ul style="list-style-type: none"> <li>• RHO</li> <li>• POGLIANO M.SE</li> <li>• NERVIANO</li> <li>• LAINATE</li> </ul>	PRESENZA GRANDI STRUTTURE DI VENDITA SPECIALISTE: <ul style="list-style-type: none"> <li>• RITMO</li> <li>• GARIBALDINA</li> <li>• PITTARELLO</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SANTINO</li> <li>• OUTLET VARI PLANET SPORT</li> </ul>
CORNAREDO	PRESENZA DI IMPORTANTI MERCATI SETTORIALI NEI PERIODI FESTIVI
ZONA: <ul style="list-style-type: none"> <li>• RHO</li> <li>• ARESE</li> </ul>	CHIUSURA DI IMPORTANTI REALTA' PRODUTTIVE LOCALI: ALFA ROMEO ARESE CITTERIO RHO DIANA DA SILVA RHO IMPORTANTI MERCATI CITTADINI NEI GIORNI DELLA SETTIMANA
RESCALDINA	PRESENZA DI SPACCI AZIENDALI: <ul style="list-style-type: none"> <li>• BASSETTI</li> <li>• MAGNOLIA</li> <li>• DUILIUS</li> </ul>
PARABIAGO	PRESENZA DI SPACCI AZIENDALI: <ul style="list-style-type: none"> <li>• ROSSETTI</li> <li>• BANFI</li> <li>• PARABIAGO COLLEZIONI</li> </ul>
LEGNANO	PRESENZA GRANDI STRUTTURE DI VENDITA SPECIALISTE E SPACCI AZIENDALI: <ul style="list-style-type: none"> <li>• MEC (ABBIGLIAMENTO)</li> <li>• DOLCE E GABBANA (SPACCIO)</li> </ul>
BUSTO ASTIZIO	PRESENZA GRANDI STRUTTURE DI VENDITA SPECIALISTE: <ul style="list-style-type: none"> <li>• CITY GARMENT</li> </ul>
SARONNO	PRESENZA GRANDI STRUTTURE DI VENDITA SPECIALISTE: <ul style="list-style-type: none"> <li>• SANTINO</li> </ul>
RESCALDINA	INSEDIAMENTO CENTRO COMMERCIALE "AUCHAN"
SAN ROCCO AL PORTO (LO) GUARDAMIGLIO (LO) E COMUNI LIMITROFI	CADUTA DEL PONTE DI PIACENZA - RIFACIMENTO PREVISTO FINE 2010 (?)
SAN ROCCO AL PORTO E ZONE LIMITROFE	PRESENZA DEL PARCO COMMERCIALE SAN SISTO (SPORT ABBIGLIAMENTO SPORTIVO RITMO-ABBIGLIAMENTO-CALZATURE)
ABBIATEGRASSO	MERCATO TRISETTIMANALE DI 140 POSTEGGI CIASCUNO CON PRESENZA PREVALENTE DI ARTICOLI TESSILI E CALZATURE
CASTANO PRIMO	PRESENZA MEDIE GRANDI STRUTTURE DI VENDITA SPECIALISTE: <ul style="list-style-type: none"> <li>• FOLLIE MODA (MQ 1500)</li> <li>• EUROMECC (MQ 1500)</li> </ul>
MAGENTA	PRESENZA GRANDI STRUTTURE DI VENDITA SPECIALISTE E SPACCI AZIENDALI: <ul style="list-style-type: none"> <li>• CENTRO MODA ABBIGLIAMENTO STOPPA (MQ. 5000)</li> <li>• MARGON (SPACCIO)</li> </ul>

## **Provincia di Bergamo**

### **Romano Lombardo e Bassa Calciana**

presenza di tre insediamenti della grande distribuzione Cortenuova, Antegnate e Romano Lombardo in un'area con addensamento commerciale già limitato

### **Zona Bergamo Curno e Seriate**

presenza della grande distribuzione Auchan Bennet Iper Orio al Serio e medie strutture specializzate nel settore moda

### **Zona dell'isola**

Autorizzazione di grande struttura di vendita 42.000 mq di vendita; presenza di medie strutture specializzate nella moda e presenza dell'Iper di Brembate

### **Zona dell'Isola/ Val S.Martino**

Autorizzazioni già concesse da Regione Lombardia per apertura di poli commerciali della grande distribuzione in località Mapello ed Ambivere

### **Hinterland Capoluogo**

Presenza di spacci e medie strutture di vendita specializzate in abbigliamento

### **Azzano san Paolo**

Autorizzazione di Regione Lombardia del Polo del lusso e della cultura, area adiacente all'Orio Center che determina il raddoppio della superficie di vendita ( 150.000 mq)



**STUDIO VM05U  
REGIONALIZZAZIONE DELLO STUDIO  
SETTORI ABBIGLIAMENTO, CALZATURE E PELLETTIERIE**

**SEGNALAZIONE DI SITUAZIONI E FATTI LOCALI (COMUNE, ZONE PROVINCE)  
INCIDENTI SUL SETTORE TESSILE CALZATURE PELLETTIERIE**

Schema restituito a:

- Confcommercio Imprese per l'Italia Lombardia  
[segreteria.generale@confcommerciolombardia.it](mailto:segreteria.generale@confcommerciolombardia.it)
- FederazioneModaItalia Confcommercio [fedmoda@confcommercio.it](mailto:fedmoda@confcommercio.it)

*Documento redatto da Area Organizzativa e Fiscale/Tributario di **Confcommercio MANTOVA***

<b>Localizzazione</b>	<b>Fatto o elemento rilevante</b>	<b>Incidenza</b>
Centri Storici (capoluogo e Comuni) Mercati	Forte contrazione delle vendite  Presenza sempre più numerosa, nei mercati settimanali, di operatori su aree pubbliche "extracomunitari" che propongono prodotti in particolare tessili di bassa fascia a prezzi ultra ridotti.	25% per annualità 2008/2010
Provincia	Desertificazione commerciale nei piccoli centri  Elevatissima consistenza della rete delle medie e grandi strutture di vendita  Ulteriore modifica delle abitudini di acquisto dei consumatori, poco sensibili all'importanza dei negozi di vicinato a vantaggio della convenienza delle grandi strutture di vendita	Oltre il 35%
Comuni di Viadana e Castiglione delle Stiviere	Istituzione di ZTL ed isole pedonali nelle piazze e vie centrali	Oltre il 15%
Comune di Poggio Rusco	Lavori per la realizzazione dell'Alta Velocità che dividono il territorio comunale a metà, penalizzando fortemente le attività oltre la linea ferroviaria	
Zona del Suzzarese	Crisi economica dell'IVECO-FIAT e dell'indotto, che ha pesantissimi riflessi sull'economia locale, sull'occupazione e quindi sulla capacità di acquisto delle famiglie	

## ALLEGATO B 4

### SINTESI DI SITUAZIONI E FATTI LOCALI INCIDENTI SUI SETTORI NELLA PROVINCIA DI VARESE

Localizzazione	Fatto o elemento rilevante
Varese centro	Grande distribuzione organizzata specializzata nel campo dell'abbigliamento:  MAGAZZINI COIN mq. 3.000 COMBIPEL mq. 1.000 ZARA mq. 1.500 OVIESSE mq. 3000  Centro commerciale "Le Corti" di mq. 15.000 con la presenza di circa 45 negozi specializzati nel settore soprattutto dell'abbigliamento
Città di Varese e zone periferiche	Centro Commerciale di Varese di 28.000 mq con la presenza di una galleria di 30 negozi
Busto Arsizio e Comuni limitrofi	presenza di diversi insediamenti della grande distribuzione in un'area con addensamento commerciale notevole; apertura di un nuovo punto GDO (BENNET) sull'asse Busto A.-Oleggio circa 8000mq e 35 negozi.  Contrazione delle vendite dovuta alla crisi economica con chiusura di importanti industrie tessili e realtà commerciali presenti sul territorio con riflessi negativi sull'occupazione e sulla capacità di acquisto delle famiglie  Ridimensionamento dello scalo di Malpensa con riflessi sull'occupazione e sui consumi  Abitudini di acquisto sempre più rivolte alla convenienze dalla GDO a svantaggio dei negozi di vicinato.
Gallarate	segnalo le seguenti realtà presenti sul > territorio di Gallarate: > centro commerciale sorelle Ramonda > Conbipel > Pittarello Calzature > Intersport Longoni.
Malnate	Probabile nuova apertura di due medie strutture affiancate con galleria di almeno 15 negozi
Daverio	Centro commerciale IL GIGANTE di mq 10.000 Con la presenza di una galleria di circa 40 negozi
Venegono Inferiore	Centro commerciale della GDO di mq. 8.000 con la presenza di circa 30 negozi in galleria

Cocquio Trevisago	Centro commerciale della GDO di mq 7.000 Con circa 25 negozi in galleria
Tradate	Nuova Multisala con centro commerciale "LE FORNACI" dove esistono 50 negozi in galleria multipiano La struttura è in corso di ampliamento. Le metrature saranno quasi raddoppiate
Gavirate	Centro commerciale "Campo dei fiori" di mq. 12.000 I negozi nella galleria sono 50

**REGIONALIZZAZIONE DELLO STUDIO DI SETTORE VM05U  
SINTESI DEGLI EFFETTI  
DEI FENOMENI LOCALI EVIDENZIATI**

<b>LAVORI PUBBLICI</b>	<p>Sull'asse dove sono previsti i lavori per la realizzazione di opere pubbliche, inevitabilmente, si creeranno disagi per i regolari flussi di clientela negli esercizi commerciali. Di fatto è prevedibile una notevole riduzione delle vendite che coinvolgeranno tutte le attività.</p> <p>Per i consumatori sarà inevitabilmente difficoltoso sia raggiungere gli esercizi commerciali, sia trovare posteggi di prossimità.</p> <p>In particolare, durante i tre o più anni previsti per la realizzazione delle opere, sarà difficile e in alcuni casi impossibile la frequentazione delle arterie commerciali principali di tutti i comuni interessati. Particolare che avrà una ricaduta negativa sulle vendite dei negozi che commercializzano articoli di abbigliamento e calzature. Perdite posti di lavoro e conseguente minore capacità di spesa sono ulteriori effetti, purtroppo, facilmente prevedibili.</p>
<b>CENTRI COMMERCIALI IPERMERCATI (AUCHAN, CARREFOUR ECC.)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• il fenomeno incide notevolmente sul fatturato degli operatori al dettaglio in generale presenti nel comune e in quelli limitrofi in quanto i CC possono praticare politiche di vendita efficacemente aggressive grazie alla diversificazione del prodotto offerto, il prezzo di vendita, la pubblicità e le strategie promozionali e globalità dell'offerta (quella tessile con alimentare, prodotti tecnologici, servizi, ecc.);</li> <li>• all'interno di alcuni centri commerciali sono presenti molti negozi "di vicinato" e medie strutture di vendita, indipendenti e/o di insegne prestigiose; il target è medio e si ritiene vada soprattutto a coprire una vasta fascia di clientela con pesanti ripercussioni per i negozi di vicinato dell'intero territorio cittadino in quanto quest'ultimi, non hanno la forza per poter reggere il confronto tra prodotto offerto, prezzo di vendita, pubblicità e le strategie promozionali messe in atto dal centro;</li> <li>• Nuove aperture di Centri commerciali: occorre monitorare anche le prossime aperture che provocheranno una ripercussione:             <ol style="list-style-type: none"> <li>1. sui volumi d'affari degli esercizi di vicinato che commercializzano i prodotti tessili</li> <li>2. sul posizionamento dell'offerta e sulle caratteristiche dimensionali dell'impresa.</li> </ol> </li> </ul>
<b>MERCATI</b>	<p>la presenza di frequenti mercati in città nei quali la maggioranza degli operatori tratta articoli di abbigliamento comporta drastiche riduzioni dei margini operativi degli esercenti in sede fissa. (sono in forte crescita operatori cinesi che propongono articoli di basso prezzo condizionando fortemente l'offerta tradizionale anche da parte del commercio fisso del settore)</p>
<b>GROSSISTI DI ABBIGLIAMENTO MUNITI DI AUTORIZZAZIONE PER LA VENDITA AL DETTAGLIO. SPACCI AZIENDALI</b>	<p>il fenomeno incide notevolmente sul fatturato degli operatori al dettaglio della moda dei paesi limitrofi</p>
<b>ZONE INTERESSATE DALLA CHIUSURA DI IMPIANTI PRODUTTIVI IMPORTANTI</b>	<p>il fenomeno incide notevolmente sul fatturato degli operatori al dettaglio in generale in quanto comporta una riduzione della ricchezza generale della zona con conseguente contrazione dei consumi e delle abitudini di acquisto.</p>

Ancona, 01 dicembre 2010

### PARERE su studio di settore UM05U

Per la nuova ipotesi di studio di settore UM05U, l'Osservatorio Regionale ha inviato a So.Se. n. 111 esempi e ha ottenuto il risultato per n. 106 esempi.

Con riferimento agli esiti di congruità, da un primo sintetico esame delle elaborazioni risultano i seguenti dati:

**a) Vecchio studio UM05U – TOTALE n. 106, di cui**

- Non congrui n. 47,
- Congrui n. 37
- Congrui per effetto del correttivo anticrisi n. 22

**b) Nuovo studio VM05U – TOTALE n. 106, di cui**

- Non congrui n. 46
- Congrui n. 60

Più in dettaglio si osserva che:

- n. 29 esempi risultano **congrui** sia con il vecchio che con il nuovo studio di settore;
- n. 17 esempi sono divenuti **congrui** con il nuovo studio di settore;
- n. 14 esempi che con il vecchio studio erano congrui per effetto del correttivo anticrisi 2009, con il nuovo studio sono risultati **congrui** “naturalmente”;
- n. 30 esempi risultano **non congrui** sia con il vecchio che con il nuovo studio di settore;



- n. 8 esempi erano congrui con il vecchio studio e sono divenuti **non congrui** con il nuovo studio, ma con un ricavo dichiarato comunque maggiore del ricavo minimo stimato;
- n. 8 esempi, che risultavano congrui per effetto del correttivo anticrisi, sono divenuti **non congrui** con il nuovo studio di settore.

Con riferimento ai 30 esempi **non congrui** si evidenzia che:

- a) per n. 16 esempi i ricavi stimati dal nuovo studio (sia puntuali che minimi) sono inferiori rispetto alla precedente versione UM;
- b) per n. 13 esempi, pur risultando non congrui, il ricavo dichiarato si attesta al di sopra del ricavo minimo stimato dal nuovo studio.

Le elaborazioni evidenziano che il nuovo studio restituisce un maggior numero di esiti di congruità; inoltre, una parte dei soggetti non congrui, pur mantenendo un esito di non congruità, dichiara ricavi superiori al ricavo minimo stimato, collocandosi quindi nella fascia di ricavi “possibili”.

Da un esame più attento dei risultati ottenuti con l’applicazione del nuovo studio di settore VM05U, sono state formulate alcune considerazioni che si ritiene opportuno segnalare.

In primo luogo, si è avuto modo di osservare che anche per questo nuovo studio la notevole riduzione dei *cluster*, da n. 37 a n. 14, se da un lato ha semplificato i modelli organizzativi, dall’altro, ha sostanzialmente fatto perdere alcune informazioni che attribuiscono l’appartenenza ad un *cluster* piuttosto che ad un altro con differenti percentuali di probabilità, con effetti sulla corretta rappresentazione delle realtà aziendali. In particolare, risulta completamente persa l’informazione relativa alla specializzazione di alcuni esercizi commerciali (quali, ad esempio negozi specializzati in abiti da sposa o abbigliamento sportivo-casual) e l’informazione relativa alle dimensioni delle imprese, le quali finiscono per essere attratte tutte nello stesso gruppo omogeneo semplicemente in base alla tipologia di prodotti venduti, pur avendo una dotazione strutturale completamente eterogenea e, quindi, un sistema “azienda” completamente diverso. Per alcuni di questi *cluster* (es. abbigliamento sportivo-casual), peraltro, la numerosità è da ritenersi significativa a livello regionale.

Al riguardo si osserva, inoltre, che per la maggior parte degli esempi elaborati da So.Se. l’assegnazione al *cluster* avviene ora con una probabilità pari ad 1, contrariamente a quanto si verificava con il precedente studio UM05U, per il quale, sovente, l’individuazione del *cluster* appariva molto più parcellizzata (perfino eccessivamente in alcuni casi).

Nello studio VM05U, di fatto, solo alcune variabili utilizzate nell’analisi discriminante sembrano divenire determinanti ai fini dell’assegnazione al “gruppo omogeneo”, mentre tutte le altre perdono di significatività. Ad esempio, per l’elaborazione MARCHE049, pur in presenza di una tipologia di prodotti abbastanza equilibrata tra abbigliamento donna (40%) e abbigliamento uomo (50%), l’azienda classificata in precedenza prevalentemente nel cluster n. 7 – *Negozi di abbigliamento sportivo-casual*

(con probabilità 0,92), viene ora assegnata ai seguenti cluster, con le probabilità rispettivamente indicate:

- 7 – Negozi che vendono prevalentemente abbigliamento per uomo (0,734);
- 1 – Negozi con assortimento generalmente ampio (0,231);
- 2 – Negozi che vendono prevalentemente abbigliamento per donna (0,032)
- 8 – Negozi di più grandi dimensioni che generalmente presentano un assortimento ampio (0,002).

Il nuovo studio, quindi, oltre a perdere l'informazione specifica (*sportivo-casual*) della tipologia dell'“*offerta di abbigliamento*”, sembra non cogliere adeguatamente la composizione dei prodotti merceologici fra l'abbigliamento per uomo e per donna, con una assegnazione a tale ultimo cluster con una probabilità minima.

Relativamente all'individuazione del ricavo puntuale e dei livelli di congruità, dagli esempi esaminati si è avuto modo di riscontare un generale effetto “premiante” rappresentato da:

- 1) un generale ampliamento degli intervalli di confidenza;
- 2) una riduzione dei livelli di congruità.

L'**ampliamento dell'intervallo di confidenza** può essere in parte giustificato dall'aggregazione dei *cluster*, che ha determinato una distribuzione dei ricavi “normali” all'interno di una fascia con maggiore variabilità.

Rispetto alla precedente versione dello studio di settore UM05U, in termini di dati medi si ha una riduzione del ricavo puntuale di 9.395 euro, una riduzione del ricavo minimo stimato di 13.809 euro ed un intervallo di confidenza che oscilla mediamente entro una forbice di 8.924 euro. Con la precedente versione dello studio l'intervallo di confidenza oscillava mediamente entro una forbice di 4.211 euro.

La **riduzione dei livelli di congruità** è verosimilmente riconducibile ad una differente formulazione della funzione di ricavo, che vede valorizzata la variabile “*costo del venduto*” solo per i cluster n. 1 – 2 – 3 – 5 – 7 – 9 e 10, mentre la sola variabile “*costi totali*” per i cluster n. 4 – 6 – 8 – 11 – 12 – 17 e 19.

In particolare, sono stati osservati casi in cui, a parità di prodotto commercializzato, la proprietà dei locali utilizzati rispetto alla presenza di costi per la locazione riduce il livello di congruità; l'eventuale canone di locazione, infatti, laddove sostenuto, confluisce nei “*costi totali*” e determina la stima di maggiori ricavi, con un coefficiente di tale variabile sempre superiore ad uno.

Ad analoghe conclusioni si può giungere relativamente all'impiego di personale dipendente, in alternativa all'apporto del titolare, nei cluster 6 – 12 – 19, in cui l'unica variabile valorizzata è quella relativa ai costi totali.

Per quanto riguarda, poi, i coefficienti utilizzati nella funzione di ricavo, si osserva una generalizzata riduzione di quelli relativi al costo del venduto, mentre solo in alcuni *cluster* si tiene conto del differenziale relativo:

- ai corrispettivi di fine stagione (*cluster* 1);
- ai corrispettivi da vendite promozionali (*cluster* 2);
- alle merci acquistate fino a tre anni precedenti (*cluster* 3);
- alle merci acquistate fino a due anni precedenti (*cluster* 4);
- alle merci acquistate fino a cinque anni precedenti (*cluster* 5).

Poiché il nuovo studio è stato costruito per tenere anche conto della composizione delle rimanenze e dell'incidenza delle vendite promozionali, sembra che tali elementi non siano adeguatamente valorizzati nelle funzioni di ricavo, nelle quali sembra invece prevista una generica riduzione per tutte le aziende del coefficiente relativo al costo del venduto indipendentemente dalla presenza o meno nelle singole realtà di tali dati caratteristici.

Si osserva, altresì, che in alcuni casi si è avuto un risultato di congruità con il vecchio studio UM05U per effetto dell'applicazione dei correttivi crisi 2009 (n. 22 esempi); per tali esempi, con la nuova ipotesi di studio si evidenzia un risultato di non congruità per n. 8 posizioni e un risultato di congruità per n. 14 posizioni. Allo stato attuale non si hanno a disposizione, quindi, dati omogenei che consentano di verificare l'esito dello studio senza i predetti correttivi e, di conseguenza, le differenze con il nuovo studio di settore.

Inoltre, nei rari casi in cui con il nuovo studio di settore si verifica un innalzamento dei ricavi, lo stesso sembra dipendere sostanzialmente da una differente assegnazione al cluster. Si segnala, ad esempio, l'elaborazione MARCHE055 che, con il vecchio studio di settore veniva inquadrata nel *cluster* 4 - "*Negozi che vendono prevalentemente intimo, calzetteria e maglieria per adulti*" (0,93), mentre con lo studio UM05U viene assegnata al *cluster* 1 - "*Negozi con assortimento generalmente ampio*"(0,99). Nel caso di specie, l'applicazione del *cluster* 3 - "*Negozi che vendono prevalentemente intimo, abbigliamento mare e calzetteria*" avrebbe determinato un livello di ricavi stimati più basso, oltre ad una maggiore rappresentatività.

In altri casi di innalzamento dei ricavi, la maggiore stima è attribuibile esclusivamente agli indicatori di normalità economica.

Le osservazioni sopra svolte, in merito alla partecipazione delle variabili nell'attribuzione dei *cluster*, è sostanzialmente basata su alcune deduzioni derivanti dall'analisi dei casi concreti, non avendo allo stato attuale ulteriori elementi di valutazione desumibili dalla nota tecnica, della concreta applicazione della *Cluster Analysis*.

Infine, allo stato attuale, non si è in grado di verificare l'effetto della regionalizzazione in termini di funzioni di ricavo, non avendo a disposizione la nota tecnica elaborata per le diverse regioni. Per tale motivo, quindi, non si è potuto valutare se le stesse

realità analizzate nella regione Marche, a parità di condizioni degli elementi specifici dell'attività, otterrebbero un diverso esito in termini di congruità operando in altra regione.

In conclusione, quest'Osservatorio ritiene opportuno sottoporre alla Commissione degli Esperti le segnalazioni sopra esposte che, qualora venissero condivise, potrebbero contribuire a rendere lo studio maggiormente rappresentativo della realtà economica locale.

Per ogni utilità si allega un prospetto riepilogativo dei singoli esempi elaborati da So.Se con l'indicazione della variazione dei cluster e dei risultati di congruità rispetto al vecchio studio UM05U.

**IL PRESIDENTE**

**Gianni Giammarino**

*Firma autografa sostituita da indicazione a mezzo stampa, ai sensi dell'art. 3, comma 2, D. Lgs. n° 39/93*

progressivo ESEMPIO	Ricavi dichiarati	Analisi congruità	CLUSTER	Ricavo puntuale	Ricavo minimo	Ricavi da normalità	Intervallo di confidenza	APPL. COEFF. CONGIUNTURALE STRUTTURALE	RIDUZIONE CORRETTIVI CRISI ECONOMICA	Analisi congruità	CLUSTER	Ricavo puntuale	Ricavo minimo	Ricavi da normalità	Intervallo di confidenza	Differenza tra ricavi puntuali
1	79.185,00	NON CONGRUO	7(0,95)-20-12-4-32	95.072,00	93.040,00	Normale	2.032,00	NO	SI	NON CONGRUO	1	86.603,00	81.118,00	Normale	5.485,00	- 8.469,00
2	164.772,00	NON CONGRUO	32(0,94)-7-12-20-17	186.623,00	182.898,00	Normale	3.725,00	NO	SI	NON CONGRUO ma al di sopra del ricavo minimo	2 (0,65) -1 (0,34) -7	169.171,00	160.402,00	Normale	8.769,00	- 17.452,00
3	105.873,00	CONGRUO	32 (0,98) -17-7	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	CONGRUO	2	85.806,00	79.369,00	1.791,00	6.437,00	n.d.
4	39.972,00	CONGRUO	7 (0,69) -32-20-12-17	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	CONGRUO	1 (0,837) -2-8-7	32.399,00	28.893,00	Normale	3.506,00	n.d.
5	121.400,00	CONGRUO CORRETTIVI CRISI	17 (0,98984) -19-7-32	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	CONGRUO	2 (0,980) -1	110.216,00	105.134,00	Normale	5.082,00	n.d.
6	100.575,00	CONGRUO	7 (0,91) -17 (0,07) - 19-12-32-4-20	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	NON CONGRUO ma al di sopra del ricavo minimo	1 (0,98) -2-8	102.066,00	93.190,00	Normale	8.876,00	n.d.
7	119.780,00	NON CONGRUO	11	123.853,00	122.270,00	Normale	1.583,00	SI	SI	NON CONGRUO ma al di sopra del ricavo minimo	5	122.288,00	115.076,00	Normale	7.212,00	- 1.565,00
8	159.423,00	NON CONGRUO	17 (0,92) -19 (0,07)	163.970,00	160.812,00	Normale	3.158,00	NO	SI	CONGRUO	2 (0,89) -9 -1	149.376,00	141.316,00	Normale	8.060,00	- 14.594,00
9	62.049,00	NON CONGRUO	17(0,62) - 7(0,29) - 4-19-32-12	65.115,00	63.712,00	Normale	1.403,00	NO	SI	CONGRUO	1 (0,97) - 2	55.994,00	52.228,00	Normale	3.766,00	- 9.121,00
10	68.575,00	CONGRUO	4	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	CONGRUO	3 (0,98) -1	63.541,00	60.296,00	Normale	3.245,00	n.d.
11	NON ELABORATO															
12	54.462,00	NON CONGRUO	19 80,76) -17-4-12-7	58.853,00	57.338,00	Normale	1.515,00	NO	SI	NON CONGRUO ma al di sopra del ricavo minimo	1 (0,983) -8-7-2	55.245,00	51.143,00	Normale	4.102,00	- 3.608,00
13	96.100,00	CONGRUO	4	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	CONGRUO	1 (0,883) -3-8	91.195,00	82.990,00	Normale	8.205,00	n.d.
14	162.133,00	NON CONGRUO	25	166.706,00	150.814,00	346,00	15.892,00	NO	SI	CONGRUO	6	150.939,00	144.217,00	1.389,00	6.722,00	- 15.767,00
15	111.335,00	NON CONGRUO	4 (0,69) -7-32-17-12-19	118.908,00	117.421,00	Normale	1.487,00	NO	SI	CONGRUO	1 (0,993) -2	107.933,00	103.787,00	Normale	4.146,00	- 10.975,00
16	27.106,00	CONGRUO	29 (0,88)-26-7-32	n.d.	n.d.	826,00	n.d.	NO	NO	CONGRUO	10 (0,999) -1	17.489,00	15.698,00	280,00	1.791,00	n.d.
17	100.286,00	NON CONGRUO	29 (0,79824) -26	113.359,00	105.643,00	Normale	7.716,00	NO	SI	NON CONGRUO	19	107.345,00	101.577,00	Normale	5.768,00	- 6.014,00
18	53.250,00	NON CONGRUO	35	59.107,00	58.325,00	Normale	782,00	NO	SI	NON CONGRUO ma al di sopra del ricavo minimo	3	55.524,00	53.183,00	Normale	2.341,00	- 3.583,00
19	288.487,00	CONGRUO CORRETTIVI CRISI	27	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	NON CONGRUO ma al di sopra del ricavo minimo	4	292.129,00	281.685,00	Normale	10.444,00	n.d.
20	58.536,00	NON CONGRUO	12 (0,70)-32-7-20-17-4	106.935,00	104.190,00	Normale	2.745,00	NO	SI	NON CONGRUO	1 (0,952) -8-2	103.068,00	98.221,00	Normale	4.847,00	- 3.867,00
21	66.583,00	NON CONGRUO	4 (0,99) -17-7-19-12-32	71.516,00	69.655,00	1.792,00	1.861,00	NO	SI	CONGRUO	1 (0,999) -8-2	70.295,00	65.508,00	4.805,00	4.787,00	- 1.221,00
22	NON TRASMESSO															
23	48.122,00	NON CONGRUO	32 (0,77) -17 (0,22) -7	73.965,00	71.515,00	Normale	2.450,00	SI	SI	NON CONGRUO ma al di sopra del ricavo minimo	2 (0,99) -1	50.478,00	47.477,00	Normale	3.001,00	- 23.487,00
24	NON TRASMESSO															
25	NON TRASMESSO															
26	629.867,00	CONGRUO CORRETTIVI CRISI	14	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	NON CONGRUO ma al di sopra del ricavo minimo	10	646.715,00	599.645,00	Normale	47.070,00	n.d.
27	166.624,00	NON CONGRUO	31	167.528,00	157.002,00	37.465,00	10.526,00	SI	SI	NON CONGRUO	6	194.172,00	184.941,00	40.230,00	9.231,00	26.644,00
28	221.847,00	NON CONGRUO	37	249.822,00	231.802,00	Normale	18.020,00	SI	SI	NON CONGRUO ma al di sopra del ricavo minimo	5	228.802,00	200.885,00	Normale	27.917,00	- 21.020,00
29	62.962,00	CONGRUO	17 (0,86) -19	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	CONGRUO	9 (0,894) -2-1	54.682,00	45.781,00	Normale	8.901,00	n.d.
30	85.811,00	CONGRUO CORRETTIVI CRISI	4	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	NON CONGRUO ma al di sopra del ricavo minimo	1 (0,972) -3	94.777,00	84.405,00	Normale	10.372,00	n.d.
31	121.443,00	CONGRUO CORRETTIVI CRISI	2 (0,97) -4-7-12	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	CONGRUO	1	114.593,00	110.063,00	Normale	4.530,00	n.d.
32	NON ELABORATO															
33	72.042,00	NON CONGRUO	35	74.595,00	72.825,00	Normale	1.770,00	SI	SI	CONGRUO	3	53.678,00	46.202,00	1.389,00	7.476,00	- 20.917,00
34	23.836,00	CONGRUO	11	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	NON CONGRUO	5	23.336,00	15.950,00	Normale	7.386,00	n.d.
35	54.547,00	CONGRUO CORRETTIVI CRISI	2	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	CONGRUO	4	43.692,00	40.632,00	280,00	3.060,00	n.d.
36	18.056,00	CONGRUO	35	15.007,00	14.551,00	7.033,00	456,00	SI	SI	CONGRUO	3	11.767,00	10.746,00	10.750,00	1.021,00	- 3.240,00
37	78.824,00	CONGRUO	22	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	CONGRUO	1	61.042,00	55.273,00	Normale	5.769,00	n.d.
38	105.037,00	CONGRUO	22	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	CONGRUO	11	88.057,00	84.040,00	Normale	4.017,00	n.d.
39	17.834,00	NON CONGRUO	37	32.772,00	19.947,00	9.179,00	12.825,00	SI	SI	NON CONGRUO	5	35.452,00	16.083,00	3.014,00	19.369,00	2.680,00
40	115.579,00	NON CONGRUO	25	146.510,00	129.475,00	Normale	17.035,00	NO	SI	NON CONGRUO	6	122.619,00	116.819,00	Normale	5.800,00	- 23.891,00
41	109.771,00	CONGRUO	11	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	CONGRUO	5	109.719,00	98.915,00	Normale	10.804,00	n.d.
42	172.739,00	NON CONGRUO	19 (0,46) -17 (0,30) -7 (0,23)	177.545,00	174.678,00	Normale	2.867,00	NO	SI	CONGRUO	1 (0,99) -2	163.615,00	158.224,00	Normale	5.391,00	- 13.930,00
43	62.253,00	CONGRUO	2	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	CONGRUO	4	48.103,00	45.392,00	18,00	2.711,00	n.d.
44	47.757,00	CONGRUO	27 (0,99999) - 2	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	CONGRUO	1	41.081,00	36.684,00	Normale	4.397,00	n.d.
45	132.772,00	CONGRUO	2	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	CONGRUO	4	112.330,00	107.232,00	Normale	5.098,00	n.d.
46	570.651,00	CONGRUO	25 (0,94) -30	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	CONGRUO	6	569.453,00	544.522,00	8.190,00	24.931,00	n.d.
47	80.868,00	NON CONGRUO	26 (0,88) -29 (0,11)	98.923,00	95.026,00	Normale	3.897,00	SI	SI	NON CONGRUO	10	100.826,00	91.344,00	Normale	9.482,00	- 1.903,00
48	118.303,00	CONGRUO	32	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	CONGRUO	2	91.299,00	75.429,00	1.427,00	15.870,00	n.d.
49	713.159,00	NON CONGRUO	7 (0,91) -20 (0,03) -32-12-17	752.067,00	738.266,00	Normale	13.801,00	NO	SI	CONGRUO	7 (0,73) -1 (0,23) -2 -8	695.622,00	644.343,00	Normale	51.279,00	- 56.445,00

50	120.650,00	CONGRUO	32	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	CONGRUO	2	103.428,00	86.428,00	5.738,00	17.000,00	n.d.	
51	668.610,00	CONGRUO CORRETTIVI CRISI	32 (0,99) - 12 - 17 - 7	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	NON CONGRUO ma al di sopra del ricavo minimo	2 (0,998) - 1	656.878,00	624.228,00	Normale	32.650,00	n.d.	
52	110.632,00	NON CONGRUO	26 (0,88) - 29	118.097,00	113.426,00	Normale	4.671,00	NO	SI	CONGRUO	10	105.484,00	95.366,00		10.118,00	12.613,00	
53	333.776,00	CONGRUO	16 (0,99) - 12	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	CONGRUO	8	324.887,00	291.780,00		33.107,00	n.d.	
54	62.344,00	NON CONGRUO	32 (0,60) - 17 - 4 - 12	65.391,00	64.206,00	Normale	66.522,00	4.220,00	SI	SI	CONGRUO	2 (0,571) - 1	57.225,00	51.597,00	3.749,00	5.628,00	8.166,00
55	77.969,00	CONGRUO CORRETTIVI CRISI	4 (0,92) - 17 - 7 - 32 - 19 - 12	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	NON CONGRUO ma al di sopra del ricavo minimo	1 (0,999) - 2	85.775,00	76.397,00		9.378,00	n.d.	
56	122.355,00	CONGRUO	19 (0,97) - 17	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	CONGRUO	9	104.264,00	95.322,00		8.942,00	n.d.	
57	84.569,00	CONGRUO	4 (0,99) - 17 - 7	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	NON CONGRUO	1 (0,988) - 3	95.100,00	85.812,00		9.288,00	n.d.	
58	349.988,00	CONGRUO	30	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	CONGRUO	6	341.494,00	325.708,00		15.786,00	n.d.	
59	32.925,00	CONGRUO	19	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	CONGRUO	9	23.688,00	16.716,00		6.972,00	n.d.	
60	156.556,00	CONGRUO CORRETTIVI CRISI	17 (0,43) - 7 - 32 - 12 - 20 - 19 - 4	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	NON CONGRUO	1 (0,921) - 2 - 8	178.462,00	167.337,00		11.125,00	n.d.	
61	96.281,00	CONGRUO	17 (0,67) - 19	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	CONGRUO	9 (0,998) - 2	79.731,00	70.431,00		9.300,00	n.d.	
62	133.151,00	CONGRUO CORRETTIVI CRISI	7 (0,64) - 17 - 19 - 32 - 12	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	CONGRUO	1 (0,956) - 2	124.104,00	118.020,00		6.084,00	n.d.	
63	199.255,00	CONGRUO CORRETTIVI CRISI	30	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	CONGRUO	6	173.581,00	162.043,00	1.178,00	11.538,00	n.d.	
64	NON ELABORATO																
65	55.705,00	CONGRUO CORRETTIVI CRISI	20 (0,99998) - 7	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	CONGRUO	7	39.823,00	37.152,00		2.671,00	n.d.	
66	28.922,00	CONGRUO	17 (0,99861) - 32 - 19 - 7	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	CONGRUO	2 (0,994) - 1	26.262,00	20.566,00		5.696,00	n.d.	
67	64.102,00	CONGRUO	17 (0,99930) - 32 - 19 - 7	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	NON CONGRUO ma al di sopra del ricavo minimo	2 (0,999) - 1	79.675,00	63.602,00		16.073,00	n.d.	
68	114.106,00	CONGRUO CORRETTIVI CRISI	19 (0,99) - 17	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	CONGRUO	9	103.559,00	93.604,00		9.955,00	n.d.	
69	52.491,00	CONGRUO	19 (0,52) - 17	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	CONGRUO	9	45.301,00	34.561,00		10.740,00	n.d.	
70	65.412,00	CONGRUO	24	n.d.	n.d.	Normale	11.173,00	n.d.	NO	NO	CONGRUO	3	46.656,00	42.584,00	23.042,00	4.072,00	n.d.
71	169.520,00	CONGRUO	17 (0,99) - 32 - 7 - 19	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	CONGRUO	2 (0,994) - 1	155.113,00	147.127,00		7.986,00	n.d.	
72	93.777,00	CONGRUO CORRETTIVI CRISI	17 (0,97) - 19 - 4 - 32 - 7	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	CONGRUO	1 (0,897) - 2	90.176,00	84.985,00		5.191,00	n.d.	
73	14.132,00	CONGRUO CORRETTIVI CRISI	35	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	NON CONGRUO ma al di sopra del ricavo minimo	3	16.939,00	14.000,00		2.939,00	n.d.	
74	NON ELABORATO																
75	50.563,00	CONGRUO	4 (0,99) - 7 - 17 - 32 - 12	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	CONGRUO	1	32.567,00	28.459,00		4.108,00	n.d.	
76	72.239,00	CONGRUO CORRETTIVI CRISI	35 (0,97) - 4	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	CONGRUO	3	69.535,00	66.686,00		2.849,00	n.d.	
77	48.839,00	CONGRUO	4	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	CONGRUO	3 (0,996) - 1	43.536,00	39.540,00		3.996,00	n.d.	
78	35.325,00	CONGRUO CORRETTIVI CRISI	4 (0,76) - 17 - 19 - 7 - 32	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	CONGRUO	1 (0,996) - 2	41.332,00	37.044,00		4.288,00	n.d.	
79	109.553,00	CONGRUO	19 (0,93) - 17 - 4 - 7	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	CONGRUO	1 (0,998) - 9	106.223,00	101.650,00		4.573,00	n.d.	
80	40.467,00	CONGRUO	4 (0,94) - 35	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	CONGRUO	3	35.785,00	33.448,00		2.337,00	n.d.	
81	121.576,00	NON CONGRUO	34	128.572,00	121.964,00	Normale	6.608,00	SI	SI	NON CONGRUO ma al di sopra del ricavo minimo	8 (0,977) - 1 - 7	121.836,00	102.988,00		18.848,00	6.736,00	
82	50.240,00	CONGRUO CORRETTIVI CRISI	4 (0,98) - 35	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	CONGRUO	3	48.231,00	45.454,00		2.777,00	n.d.	
83	16.643,00	CONGRUO	4 (0,73) - 17 - 32 - 7 - 19 - 12	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	NON CONGRUO ma al di sopra del ricavo minimo	1 (0,990) - 2	18.939,00	16.485,00		2.454,00	n.d.	
84	42.367,00	CONGRUO	27	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	CONGRUO	4	40.794,00	33.663,00		7.131,00	n.d.	
85	393.515,00	NON CONGRUO	27	412.927,00	408.421,00	Normale	4.506,00	NO	SI	CONGRUO	11	375.800,00	355.339,00		20.461,00	37.127,00	
86	28.942,00	NON CONGRUO	7 (0,96) - 4 - 17 - 12 - 32 - 19	30.927,00	28.734,00	Normale	2.193,00	SI	SI	NON CONGRUO ma al di sopra del ricavo minimo	1	33.036,00	27.703,00		5.333,00	2.109,00	
87	38.329,00	NON CONGRUO	17 (0,98) - 19 - 32 - 7	42.911,00	42.058,00	Normale	853,00	NO	SI	NON CONGRUO ma al di sopra del ricavo minimo	2 (0,979) - 1	39.938,00	33.750,00		6.188,00	2.973,00	
88	111.390,00	NON CONGRUO	11	118.822,00	117.355,00	Normale	1.467,00	NO	SI	CONGRUO	5	110.866,00	103.363,00		7.503,00	7.956,00	
89	9.869,00	NON CONGRUO	26 (0,66) - 29	15.949,00	13.831,00	Normale	2.118,00	SI	SI	NON CONGRUO	10	13.399,00	12.723,00		676,00	2.550,00	
90	56.845,00	NON CONGRUO	7 (0,99) - 17 - 12 - 19 - 32 - 20	64.313,00	62.784,00	Normale	1.529,00	NO	SI	CONGRUO	1 (0,998) - 2	55.338,00	51.843,00		3.495,00	8.975,00	
91	126.555,00	NON CONGRUO	11	136.126,00	134.316,00	Normale	1.810,00	SI	SI	NON CONGRUO ma al di sopra del ricavo minimo	5	130.314,00	121.777,00		8.537,00	5.812,00	
92	57.847,00	NON CONGRUO	35 (0,99) - 4	64.025,00	63.238,00	Normale	787,00	NO	SI	NON CONGRUO ma al di sopra del ricavo minimo	3	60.519,00	57.456,00		3.063,00	3.506,00	
93	166.661,00	NON CONGRUO	17 (0,99) - 19	175.135,00	172.170,00	Normale	2.965,00	NO	SI	NON CONGRUO ma al di sopra del ricavo minimo	2 (0,997) - 1	171.456,00	155.264,00		16.192,00	3.679,00	
94	75.726,00	NON CONGRUO	34	81.710,00	76.316,00	Normale	5.394,00	NO	SI	CONGRUO	1	73.600,00	68.667,00		4.933,00	8.110,00	
95	250.383,00	NON CONGRUO	30	315.365,00	308.530,00	Normale	6.835,00	NO	SI	NON CONGRUO	6	294.941,00	282.058,00		12.883,00	20.424,00	
96	12.072,00	NON CONGRUO	4 (0,99) - 19	15.992,00	15.578,00	Normale	414,00	SI	SI	NON CONGRUO	3 (0,957) - 1	18.237,00	16.002,00		2.235,00	2.245,00	

97	290.900,00	NON CONGRUO	17	309.833,00	307.201,00	Normale	2.632,00	NO	SI	CONGRUO	5	286.046,00	274.348,00		11.698,00	-	23.787,00
98	13.309,00	CONGRUO	32 (0,52) - 17 - 7	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	NON CONGRUO ma al di sopra del ricavo minimo	2	16.907,00	9.783,00		7.124,00	-	n.d.
99	65.970,00	CONGRUO	22	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	CONGRUO	8 (0,540) - 1	63.864,00	55.306,00	8.559,00	8.558,00	-	n.d.
100	94.747,00	NON CONGRUO	5	103.204,00	98.666,00	Normale	4.338,00	NO	SI	NON CONGRUO	1	102.431,00	98.227,00		4.204,00	-	773,00
101	153.980,00	NON CONGRUO	7 (0,78) - 32 - 12 - 17 - 4 - 20	158.735,00	156.280,00	Normale	2.455,00	SI	SI	CONGRUO	1 (0,911) - 2	146.719,00	140.899,00		5.820,00	-	12.016,00
102	145.884,00	NON CONGRUO	7 (0,96) - 12 - 32 - 4 - 17 - 20	151.946,00	149.868,00	Normale	2.078,00	NO	SI	CONGRUO	1 (0,958) - 8 - 2	144.887,00	136.706,00	17.501,00	8.181,00	-	7.059,00
103	114.061,00	CONGRUO CORRETTIVI CRISI	32 (0,94) - 7 - 20 - 12 - 17	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	CONGRUO	2 (0,702) - 1 - 7	104.552,00	96.904,00		7.648,00	-	n.d.
104	101.535,00	NON CONGRUO	27	116.531,00	114.340,00	Normale	2.191,00	NO	SI	NON CONGRUO ma al di sopra del ricavo minimo	4	102.702,00	97.662,00		5.040,00	-	13.829,00
105	294.887,00	CONGRUO	32 (0,93) - 12 - 17 - 7	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	NON CONGRUO ma al di sopra del ricavo minimo	8 (0,543) - 2	299.487,00	275.807,00		23.680,00	-	n.d.
106	92.861,00	NON CONGRUO	4 (0,98) - 35	92.100,00	90.869,00	Normale	1.231,00	SI	SI	CONGRUO	3	87.683,00	83.849,00	38.362,00	3.834,00	-	4.417,00
107	102.391,00	NON CONGRUO	9	131.690,00	124.967,00	Normale	6.723,00	SI	SI	NON CONGRUO	1 (0,995) - 7	112.562,00	103.081,00		9.481,00	-	19.128,00
108	52.458,00	NON CONGRUO	17 (0,97) - 19 - 7 - 4 - 32	54.410,00	53.474,00	Normale	936,00	NO	SI	CONGRUO	2 (0,632) - 1	51.345,00	43.511,00		7.834,00	-	3.065,00
109	33.828,00	CONGRUO	20 (0,82) - 7 - 4 - 32 - 12 - 34 - 17	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	CONGRUO	1	29.773,00	24.333,00		5.440,00	-	n.d.
110	60.148,00	NON CONGRUO	32 (0,96) - 7 - 20 - 12 - 17 - 4	73.567,00	72.268,00	Normale	1.299,00	SI	SI	NON CONGRUO	1 (0,708) - 2 - 8 - 7	72.699,00	64.836,00		7.863,00	-	868,00
111	50.206,00	NON CONGRUO	17 (0,60) - 19 - 7	53.221,00	53.078,00	Normale	143,00	NO	SI	CONGRUO	9 (0,437) - 1 - 2	48.773,00	42.444,00		6.329,00	-	4.448,00
112	262.254,00	CONGRUO	7 (0,94) - 4 - 19 - 17 - 12	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	CONGRUO	1	211.710,00	203.034,00		8.676,00	-	n.d.
113	77.074,00	CONGRUO	32 (0,75) - 17 - 7 - 12 - 4	n.d.	n.d.	Normale	n.d.	NO	NO	CONGRUO	2 (0,983) - 1	71.984,00	63.069,00		8.915,00	-	n.d.

Complessivo	6.150.250,00	5.955.343,00	197.942,00
Numerosità	47,00	47,00	47,00
Media	130.856,38	126.709,43	4.211,53

Complessivo	12.732.483,00	11.786.585,00	945.898,00	-	441.602,00
numerosità	106,00	106,00	106,00	-	47,00
Media	120.117,76	111.194,20	8.923,57	-	9.395,79

Differenza tra ricavi minimi
- 11.922,00
- 22.496,00
n.d.
n.d.
n.d.
n.d.
- 7.194,00
- 19.496,00
- 11.484,00
n.d.
- 6.195,00
n.d.
- 6.597,00
- 13.634,00
n.d.
- 4.066,00
- 5.142,00
n.d.
- 5.969,00
- 4.147,00
- 24.038,00
n.d.
27.939,00
- 30.917,00
n.d.
n.d.
n.d.
- 26.623,00
n.d.
n.d.
- 3.805,00
n.d.
n.d.
- 3.864,00
- 12.656,00
n.d.
- 16.454,00
n.d.
n.d.
n.d.
n.d.
- 3.682,00
n.d.
- 93.923,00





- 32.853,00
n.d.
n.d.
- 639,00
- 15.381,00
- 13.162,00
n.d.
- 16.678,00
n.d.
- 7.020,00
- 21.886,00
- 9.963,00
n.d.
- 7.432,00
- 10.634,00
n.d.
n.d.
- 649.044,00
47,00
- 13.809,45

CLUSTER ??

*Il documento non verrà trasmesso  
a mezzo posta (art. 6, c. 2, legge  
412/91)*

***Campobasso, 09 novembre 2010***

Direzione Centrale Accertamento  
Settore Governo dell'accertamento  
Ufficio Studi di Settore  
(Rif. Nota prot. 2010/129014)

Roma

*via e-mail*

Prot. n. 2010/10930

Oggetto : ***Studio VM05U – Parere Osservatorio Regionale Studi di Settore***

Premessa

Con nota prot. 8392 del 11 agosto 2010, lo scrivente ha invitato i componenti dell'Osservatorio regionale per l'adeguamento degli studi di settore alle realtà economiche locali a partecipare alla videoconferenza del 15 settembre per la presentazione dell'ipotesi di studio di settore VM05U, afferente il commercio al dettaglio di abbigliamento, calzature, pelletterie ed accessori.

Con successiva comunicazione del 22 settembre, l'Osservatorio veniva chiamato a verificare il funzionamento dello studio in argomento, ad integrazione delle analisi effettuate a livello centrale, anche a seguito di esami di specifici casi esemplificativi rilevati a livello locale, tali da consentire di elaborare aspetti di novità o specificità, non colti dal processo di valutazione generale elaborato con lo studio sottoposto a revisione, e al fine di riflettere in sede applicativa incongruenze relative ad una non adeguata capacità dello studio a rappresentare la specifica realtà molisana.

Nel corso della riunione del 9 novembre u.s., lo scrivente, nell'illustrare la funzione propositiva rilevante dell'Osservatorio regionale per l'applicazione degli studi, in quanto ne verifica l'adeguatezza ed il funzionamento a livello locale, proponendo gli aggiustamenti ed i correttivi necessari, ha portato all'attenzione dei componenti che, al fine di verificare la corretta costruzione dello studio in oggetto, non sono stati presentati esempi da valutare.

Ha, quindi, sostenuta la necessità di dare impulso, nel prosieguo, all'attività di analisi sul funzionamento degli studi di settore a livello territoriale, significando l'opportunità nella prossima riunione di definire compiti di lavoro e studi delle attività economiche presenti sul territorio.

Non risultando ulteriori valutazioni ed analisi di fattispecie particolari, per quanto attiene alla specificità sia del settore economico sia dello studio di settore previsto, l'Osservatorio regionale del Molise - riscontrando il contenuto della nota a margine citata, del 13 settembre u.s.- esprime il seguente parere previsto sullo studio in oggetto indicato: “ nessuna criticità è emersa in merito all'applicazione dello studio di settore **VM05U**”.

IL PRESIDENTE  
Gianni De Luca\*

\* Firma autografa sostituita a mezzo stampa ai sensi dell'art. 3, comma 2, del D.Lgs. n. 39 del 1993



***Torino, 9 novembre 2010***

## ***RELAZIONE SULLO STUDIO DI SETTORE VM05U***

### **OSSERVAZIONI DEL TAVOLO DI LAVORO COSTITUITO PRESSO L'OSSERVATORIO REGIONALE DEL PIEMONTE PER ESAMINARE LO STUDIO DI SETTORE UM05U**

Lo studio di settore UM05U, relativo all'attività di commercio di abbigliamento e calzature, era stato oggetto di analisi in Piemonte già prima dell'avvio, a livello nazionale, della fase di regionalizzazione dello stesso. Infatti, nel corso della riunione dell'Osservatorio Regionale del Piemonte del 27 gennaio 2010, su proposta della Confcommercio, era stato attivato un tavolo di lavoro finalizzato all'esame di determinate problematiche relative al suddetto studio, rilevate nella realtà piemontese.

Nel corso dell'incontro del 21 febbraio 2010 il suddetto gruppo di lavoro, composto, oltre che dai funzionari dell'Agenzia delle Entrate componenti dell'Osservatorio, da rappresentanti di CNA Piemonte, di Confesercenti e Confcommercio, ha analizzato le criticità relative all'attività di commercio di abbigliamento e calzature in Piemonte in questo periodo di crisi generalizzata, valutandone le ripercussioni sull'applicazione dello studio di settore.

Alcune considerazioni emerse nell'ambito del tavolo di lavoro, seppure relative allo studio di settore UM05U nella versione attualmente in vigore, prima dell'evoluzione tuttora in corso (VM05U), si ritengono utili per delineare la situazione delle imprese operanti nel settore in Piemonte.

Le osservazioni scaturite durante la riunione possono essere così sintetizzate:

- per far fronte alla crisi e alla forte concorrenza (di supermercati e outlet, oltre che di prodotti stranieri offerti a prezzi molto bassi) il settore abbigliamento (vendita tradizionale) sta registrando un aumento esponenziale delle vendite straordinarie e degli sconti operati anche in

periodi non di saldi. Tale situazione comporta percentuali di ricarico inferiori a quelle normalmente previste per questa tipologia di attività.

- lo studio di settore UM05U comprende più categorie e tipologie di merci con ricarichi molto differenti, ma tale diversificazione non trova riscontro nell'indicatore di coerenza del ricarico, i cui minimi e massimi previsti rimangono piuttosto costanti tra un settore e l'altro. Tuttavia il nuovo studio revisionato ha già colto alcune osservazioni fatte in passato, tarando la funzione di ricavo con conseguente diminuzione del risultato e calcolo di un ricarico sostanzialmente corretto.
- La contrazione delle vendite ha inciso in maniera diversificata a seconda dei settori: calzature per il 20%, abbigliamento per il 15%, biancheria intima 15%. Nel settore della pelletteria la riduzione, invece, è stata minima.
- Il problema fondamentale consiste nel fatto che gli studi vengono aggiornati e adeguati alle situazioni dopo che gli eventi che portano alla modifica si sono già verificati, quindi non riescono a essere tempestivi. Inoltre alla contrazione dei ricavi non corrisponde una diminuzione dei costi, la maggior parte dei quali sono fissi (es. lavoro dipendente, canone di locazione), quindi spesso non c'è proporzione tra costi e ricavi indicati nel modello.
- I correttivi congiunturali anticrisi previsti per il 2008 per diversi contribuenti hanno funzionato, determinando un aumento della percentuale dei soggetti congrui e coerenti naturali di due punti rispetto al 2007. Riducendo il giro d'affari lo studio inquadra correttamente la situazione, abbattendo l'ammontare dei ricavi.

## **RELAZIONE DELLA CONFCOMMERCIO PIEMONTE A CONCLUSIONE DEI LAVORI SULLO STUDIO DI SETTORE UM05U**

Il 18 ottobre 2010 la Confcommercio Piemonte ha trasmesso al Presidente dell'Osservatorio Regionale un documento, che si allega, nel quale si analizzano le principali tendenze dei settori abbigliamento e calzature nella regione Piemonte e si formulano alcune proposte correttive.

### **Periodo d'imposta 2008**

Sulla base dei dati aggregati forniti dalla SOSE, per il tramite della Direzione Centrale Accertamento e della Direzione Regionale del Piemonte, la Confcommercio ha riclassificato i cluster previsti dallo studio UM05U in quattro macro-settori e ha sintetizzato in una tabella la collocazione dei contribuenti rispetto agli indicatori di coerenza e rispetto al valore della congruità.

Il risultato di tale lavoro ha confermato che il macro-settore del commercio indipendente, in particolare quello avente per destinatari i bambini, costituisce quello con maggiori difficoltà, mentre le imprese più strutturate presentano più alti livelli di coerenza e congruità.

Dall'analisi a livello territoriale è emerso che la crisi ha colpito maggiormente le aree orientali e settentrionali del Piemonte, probabilmente a causa della dislocazione territoriale dei tre grandi FOC (Factory Outlet Center) di Serravalle Scrivia (AL), Vicolungo (NO) e Mondovì (CN) in quelle zone.

### **Periodo d'imposta 2009**

Partendo da un campione di dichiarazioni dei redditi presentate quest'anno, con riferimento al periodo d'imposta 2009, individuate da Confcommercio Piemonte, tramite le proprie associazioni di Bra e Torino, è stata analizzata la situazione della congruità e coerenza ed è stato effettuato il confronto con gli anni d'imposta precedenti.

Dai risultati emerge un aumento della percentuale di soggetti congrui naturali (52,87% rispetto al 51,95% del 2008 e al 45,88% del 2007) e una conseguente diminuzione dei non congrui non adeguati, a conferma del funzionamento dei correttivi.

La relazione della Confcommercio Piemonte si conclude con un riepilogo delle principali cause dello stato di crisi del settore tessile, abbigliamento e calzature in Piemonte che presumibilmente non possono essere prese in considerazione a priori dallo studio di settore, nella versione evoluta e regionalizzata, ma vanno tenute in considerazione dagli uffici finanziari in sede contraddittoria e valutate nei singoli casi concreti.

## **VALUTAZIONI DELL'OSSERVATORIO REGIONALE DEL PIEMONTE**

In data 21 ottobre 2010, nel corso della riunione dell'Osservatorio Regionale del Piemonte, tra i vari argomenti all'ordine del giorno, è stato illustrato il lavoro svolto dalla Confcommercio Piemonte sullo studio UM05U e sono state tratte alcune conclusioni in merito.

Il nuovo studio di settore VM05U, in corso di elaborazione, non è stato testato perché non sono stati presentati casi pratici da nessun componente dell'Osservatorio.

Pertanto non è possibile stabilire se con la nuova versione dello studio alcune condizioni di non congruità per l'anno d'imposta 2008 o 2009 sarebbero state eliminate o modificate in senso favorevole al contribuente, ovvero se la







**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA

PIEMONTE

## **LA DISTRIBUZIONE COMMERCIALE AL DETTAGLIO DEI SETTORI ABBIGLIAMENTO E CALZATURE NELLA REGIONE PIEMONTE**

Quale contributo all'attività di approfondimento che il tavolo di lavoro sullo Studio di Settore UM05U (abbigliamento e calzature) istituito presso l'Agenzia delle Entrate - Direzione Regionale del Piemonte ha attivato nei mesi passati con l'intento di approfondire le criticità attinenti l'applicazione di detto strumento a livello piemontese, con la presente relazione sono state analizzate le principali tendenze che interessano il settore della distribuzione commerciale al dettaglio nei settori dell'abbigliamento e calzature in Piemonte. Per ultimo sono state individuate alcune proposte correttive rispetto all'applicazione dello Studio di Settore UM05U.

\*

### **Premessa**

La realtà regionale è stata approfondita prendendo a riferimento le principali conclusioni emerse dal documento "La filiera distributiva dell'abbigliamento e calzature. Scenari, modelli e trend evolutivi", reperibile sul sito internet dell'Osservatorio Nazionale del Commercio, che si riportano in estrema sintesi per le parti attinenti la distribuzione commerciale al dettaglio.

- A) La componente finale della filiera distributiva ha trovato, oltre che nelle dinamiche strutturali che hanno condizionato l'evoluzione di tutto il dettaglio italiano, nella specifica **attenzione che il consumatore nazionale dedica all'abbigliamento e alle calzature** la necessità di **un più elevato contenuto di servizio aggiunto**, favorendo in tal modo il **persistere di un numero molto elevato di imprese indipendenti di piccole dimensioni e a gestione familiare**.
- B) Sul versante dei consumi registrati nell'ultimo quinquennio [*si consideri che il documento in esame risale al gennaio 2006*] **la domanda finale ha fatto segnare andamenti poco brillanti** in quasi tutti i grandi mercati europei ed in particolare in Germania ed in Italia. La debole intonazione della domanda interna, anzi, ha fatto sì che le stesse **vendite di abbigliamento e calzature nel nostro Paese** facessero segnare negli ultimi anni un **regresso non solo in termini reali ma addirittura in termini nominali**.
- C) Per effetto della tendenza regressiva dei consumi si è dovuto registrare un effetto di accelerazione sui fenomeni evolutivi interni alla filiera, portando il settore a **processi di riconfigurazione strutturale tipici di altre filiere distributive**. Tra questi si possono certamente citare la **crescita**

**dei punti vendita di grande formato e l'importanza crescente delle catene distributive plurilocalizzate rispetto alle imprese di piccola dimensione e a conduzione familiare.**

- D) La distribuzione di **prodotti di abbigliamento**, in particolare, sta conoscendo una **progressiva mutazione strutturale ed organizzativa**. Infatti, la necessità di esercitare un maggior controllo sul mercato e l'**esigenza di rafforzare l'identità e l'immagine dei marchi**, inducono le **imprese industriali ad avviare processi di integrazione con la distribuzione e di sviluppo di negozi monomarca**. I **principali player nazionali** stanno aumentando gli **investimenti in Italia e all'estero con l'obiettivo di rafforzare le proprie reti di vendita** sui mercati più dinamici (la Cina ne rappresenta certamente l'esempio più eclatante).
- E) Nel **comparto delle calzature** la **situazione è meno dinamica** e l'atteggiamento delle imprese più conservativo. I **negozi tradizionali detengono ancora una quota elevata del mercato con un trend crescente**. Va peraltro detto che anche nel comparto delle calzature **vi sono alcune imprese che si muovono lungo direttrici strategiche analoghe a quelle dell'abbigliamento** e che stanno investendo per aumentare la propria presenza diretta in Italia e all'estero.
- F) Le **imprese monolocalizzate di piccola dimensione e a conduzione familiare** esercitano ancora un **fondamentale ruolo di servizio al consumo** e si stanno anch'esse **riconfigurando sulla spinta degli elementi sin qui citati**.
- G) Le imprese della distribuzione commerciale dell'abbigliamento e delle calzature sono interessate – **seppur ancora in piccola parte** – da **tentativi di integrazione interaziendale sia a carattere verticale che orizzontale (gruppi d'acquisto, unioni volontarie e franchising)** che permettano di proiettare il grande patrimonio di imprenditorialità diffusa che caratterizza questa filiera distributiva italiana verso le sfide che l'evoluzione dello scenario impone.

\* \* \*

### **La situazione in Piemonte**

Nonostante la distribuzione tradizionale continui tuttora a mantenere un ruolo di primo piano al servizio del consumatore, dal confronto tra i dati dell'Osservatorio Nazionale del Commercio riferiti ad inizio decennio (anno 2000) e gli ultimi dati disponibili (anno 2009) sembrano emergere tendenze piuttosto significative.

- A) Si registra un processo di profonda ristrutturazione della rete di vendita, nell'abbigliamento come nelle calzature. La riduzione del numero delle sedi principali (-1.181 per l'abbigliamento e -94 per le calzature) è infatti accompagnata da un'importante aumento del numero di unità locali (+1.076 per l'abbigliamento e + 211 per le calzature), a dimostrazione delle difficoltà registrate dalle imprese indipendenti, a fronte di uno sviluppo marcato delle aziende maggiormente strutturate.

Il confronto tra il dato piemontese e il dato nazionale presenta, in realtà, un processo meno accentuato nella nostra Regione. Nell'esplicitare quest'ultima considerazione occorre però

evidenziare come si tratti di un segnale dalla doppia valenza. Infatti, al di là di un possibile giudizio positivo circa la maggiore tenuta del piccolo commercio indipendente piemontese (maggiore pluralismo distributivo e maggiore copertura territoriale, *in primis*), non sembrerebbe possibile scartare a priori la tesi di una maggiore sofferenza del segmento distributivo riconducibile al cosiddetto commercio tradizionale, proprio in considerazione del fatto che il processo di ristrutturazione non sarebbe ancora finito,

	Italia			Regione Piemonte		
	differenze 2009-2000			differenze 2009-2000		
	sede	U.I.	Totale	sede	U.I.	Totale
<b>abbigliamento</b>	-5.577	20.019	14.442	-1.181	1.076	-105
<b>calzature</b>	-912	4.132	3.220	-94	211	117
	differenze % 2009-2000			differenze % 2009-2000		
	sede	U.I.	Totale	sede	U.I.	Totale
<b>abbigliamento</b>	-6,34%	75,75%	12,62%	-19,53%	52,75%	-1,30%
<b>calzature</b>	-4,84%	71,27%	13,08%	-7,61%	53,28%	7,17%

fonte: elaborazione Confcommercio Piemonte su dati Osservatorio Nazionale del Commercio

- B) Lo sviluppo delle grandi superfici di vendita, a partire dall'anno 2000, rappresenta anche per il Piemonte uno degli elementi che hanno concorso a sostenere il processo di ristrutturazione della rete distributiva.

Tra l'anno 2000 e la primavera 2010, le autorizzazioni commerciali per grandi strutture di vendita rilasciate in Piemonte hanno registrato un aumento del 288,45% della superficie di vendita iniziale, passata dai 700.000 mq del 2000 agli oltre 2 milioni di mq di superficie di vendita attuali.

Da segnalare, al riguardo, come solo una parte delle nuove autorizzazioni finora rilasciate si sia poi concretizzata in insediamenti commerciali già operativi; occorre infatti considerare che, complice anche il calo dei consumi in atto a partire dall'inizio degli anni 2000, numerosi investitori hanno preferito attendere prime di avviare le operazioni edilizie autorizzate.

Se è vero che non tutta la superficie di vendita aggiuntiva è destinata al settore dell'abbigliamento e delle calzature, si deve sottolineare come lo sviluppo dei grandi insediamenti commerciali presenti caratteristiche tali da incidere, attraverso il mutamento delle abitudini di acquisto dei consumatori, sull'assetto tradizionale del sistema distributivo. Posto che lo sviluppo di tali insediamenti è avvenuto essenzialmente nelle aree extraurbane, a risentire del cambio degli equilibri tradizionali sono state soprattutto le aree urbane nel loro complesso, con particolare riferimento alle città di dimensioni medio-piccole, in quanto impossibilitate a garantire un'offerta commerciale completa, in grado di competere con i nuovi concorrenti. Nell'ambito delle aree urbane, occorre poi distinguere tra le aree a maggiore vocazione commerciale ed aree semicentrali e/o periferiche.

Le considerazioni precedenti sembrano trovare conferma nel passaggio contenuto nel volume "Piemonte Economico Sociale 2008" (Ires Piemonte), secondo il quale – sulla base dei parametri

comunemente adottati in Francia – in Piemonte vi sarebbe un'eccedenza di circa 26 punti vendita di grandi dimensioni su un totale di 317 insediamenti.

<b>Superficie di vendita (mq) della GDO in Piemonte</b>				
	Superficie di vendita (mq) anno 2000	Superficie di vendita (mq) autorizzata dall'anno 2000 al marzo 2010	Totale superficie di vendita (mq) autorizzata al marzo 2010	Incremento % superficie di vendita per GDO dall'anno 2000 al marzo 2010
<b>ALESSANDRIA</b>	72.729	253.404	326.133	448,42%
<b>ASTI</b>	8.487	71.498	79.985	942,44%
<b>BIELLA</b>	52.234	43.195	95.429	182,70%
<b>CUNEO</b>	77.188	204.719	281.907	365,22%
<b>NOVARA</b>	67.240	172.274	239.514	356,21%
<b>TORINO</b>	378.080	499.962	878.042	232,24%
<b>VERBANIA</b>	21.489	46.530	68.019	316,53%
<b>VERCELLI</b>	28.694	39.118	67.812	236,33%
<b>TOTALE PIEMONTE</b>	706.141	1.330.700	2.036.841	288,45%

*Fonte: elaborazione Confcommercio Piemonte su dati Osservatorio del Commercio Reg. Piemonte*

Anche l'analisi relativa ai luoghi di acquisto delle famiglie piemontesi, realizzata con cadenza annuale da Regione Piemonte e da Unioncamere Piemonte sull'insieme dei prodotti, incluso l'abbigliamento, sembrerebbe avvalorare le valutazioni precedenti. Infatti, tra le tendenze più significative emergerebbe una riduzione del negozio tradizionale quale canale per l'acquisto, a vantaggio del negozio ubicato nei centri commerciali.

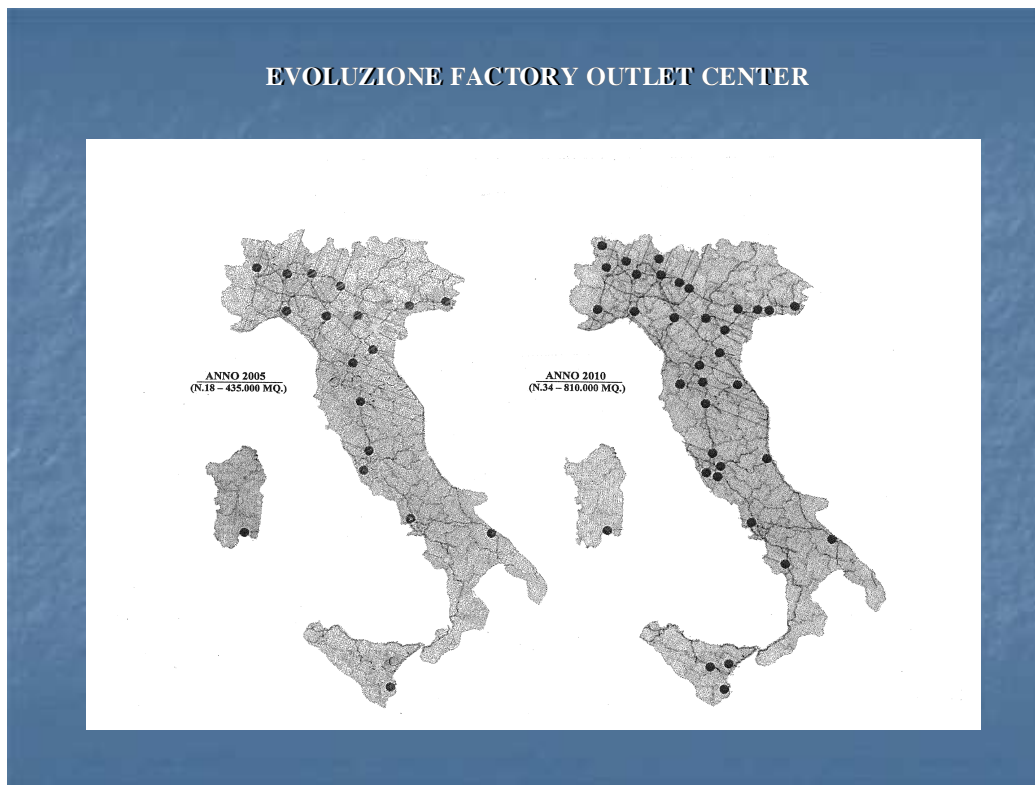
<b>Luoghi di acquisto delle famiglie piemontesi - settore abbigliamento</b>										
	hard discount	supermercato ipermercato	minimercato	negozio tradizionale	negozio in centro commerciale	mercato	acquisti on line e vendite a domicilio	altro	preferenza non espressa	totale
2001	0,21%	8,02%		71,19%		18,11%	0,41%	2,06%		100,00%
2002	0,29%	2,00%		78,86%	10,00%	3,14%		5,14%	0,57%	100,00%
2003		3,21%	0,71%	72,14%	10,18%	10,71%		2,50%	0,54%	100,00%
2004		5,24%	0,95%	72,38%	10,00%	9,21%		1,11%	1,11%	100,00%
2005		4,02%	0,77%	74,34%	11,75%	7,88%	0,62%		0,62%	100,00%
2006	0,12%	6,17%	1,11%	66,79%	15,56%	9,26%	0,99%			100,00%
2007	0,12%	7,17%	1,61%	64,65%	13,60%	11,62%	1,24%			100,00%
2008	0,37%	5,86%	0,75%	63,34%	19,58%	9,73%	0,37%			100,00%

*Fonte: elaborazione Confcommercio Piemonte su dati Regione Piemonte - Unioncamere Piemonte "Luoghi d'acquisto delle famiglie piemontesi"*

In Piemonte, infine, l'offerta commerciale nel settore dell'abbigliamento e delle calzature si caratterizza per la presenza di tre factory outlet center – FOC di grandi dimensioni:

- a Serravalle Scrivia (AL), opera il Serravalle Designer Outlet che, con 180 negozi è definito dai promotori il più grande outlet d'Europa;
- a Vicolungo (NO), è attivo l'omonimo outlet, con 130 punti vendita che operano nei seguenti settori: abbigliamento donna, uomo e bambino, sportswear, accessori, articoli per la casa, cosmetici e idee per il benessere;
- a Mondovì (CN), è presente l'Outlet Village di Mondovicino, con 85 negozi specializzati nei settori: moda, accessori, abbigliamento sportivo, arredamento e complementi per la casa.

L'immagine seguente, tratta dal materiale elaborato dalla Federazione Moda Italia aderente a Confcommercio, mostra l'evoluzione dei FOC in Italia dal 2005 al 2010: emerge in modo evidente la concentrazione degli insediamenti nel nord e nell'est del Piemonte.



*Fonte: Federazione Italiana Moda – anno 2010*

C) Per quanto riguarda i tentativi di integrazione interaziendale a carattere verticale ovvero orizzontale (gruppi d'acquisto, unioni volontarie e franchising), registrati a livello nazionale come fenomeno di cui si inizia ad intravedere i primi segnali, i dati disponibili riferiti al Piemonte non permettono purtroppo di giungere ad una simile conclusione.

<b>Gruppi di acquisto, unioni volontarie, franchising in Piemonte - 2008-2002</b>			
	Esercizi in franchising	Esercizi in unioni volontarie	Esercizi in gruppi di acquisto
<b>calzature/art. cuoio</b>	0	2	0
<b>tessile/abbigliamento/pellicceria</b>	-1	0	2
<b>totale settori merceologici</b>	3	1	27

*Fonte: elaborazione Confcommercio Piemonte su dati Osservatorio Nazionale del Commercio*

D) Anche il Piemonte è stato interessato da un andamento deludente dei consumi. L'elaborazione seguente, condotta sui dati Istat a valori concatenati rispetto all'anno 2000, presenta un incremento

del 6,62% della spesa delle famiglie tra il 2000 e il 2007 (ultimo anno disponibile), a fronte di un calo nello stesso periodo dello 0,95% registrato dai comparti dell'abbigliamento e delle calzature.

<b>Spese per consumi finali in Piemonte -valori concatenati - anno di riferimento 2000</b>				
	anni	anni	2007- anni	2007-
	2008-1995	1995	2007- anni	2000
<b>Spesa delle famiglie</b>	17,63%	21,51%		6,62%
<b>Beni durevoli</b>	44,29%	66,60%		24,01%
<b>Beni non durevoli</b>	10,60%	13,68%		2,53%
<b>Servizi</b>	17,96%	19,24%		6,56%
<b>Spesa delle Isp</b>		64,27%		30,48%
<b>Spesa delle AaPp</b>		24,51%		15,34%
<b>Totale spesa sul territorio economico</b>		22,45%		8,61%
<b>Vestiario e calzature</b>				-0,95%

*Fonte: elaborazione Confcommercio Piemonte su dati Istat*

\* \* \*

## Lo studio di settore UM05U in Piemonte nel periodo di imposta 2008

L'analisi delle tendenze più significative dei settori dell'abbigliamento e delle calzature ha inoltre preso in considerazione i risultati delle analisi di coerenza e di congruità rispetto allo studio di settore UM05U per il periodo di imposta 2008, specifici per la Regione Piemonte.

Tale approfondimento si è reso possibile grazie all'intervento dell'Agenzia delle Entrate - Direzione Regionale del Piemonte, che ha consentito di reperire i dati suddivisi, alternativamente, secondo i criteri del cluster di appartenenza e della provincia di origine.

In relazione al primo criterio di suddivisione, si è quindi proceduto alla riclassificazione (vedi Allegato I) dei differenti cluster nei quattro seguenti macro-settori:

1. commercio indipendente;
2. commercio con più punti vendita;
3. commercio organizzato;
4. media e grande distribuzione;

per poi elaborare le medie dell'analisi di coerenza e di congruità per ogni macro-settore.

Di seguito si riportano i risultati ottenuti:

<b>Analisi di coerenza e congruità - elaborazione per cluster - Studio di Settore UM05U - Regione Piemonte</b>							
MEDIE	coerenti e congrui naturali	coerenti e congrui per adeguamento	coerenti, non congrui e non adeguati	non coerenti e congrui naturali	non coerenti e congrui per adeguamento	non coerenti, non congrui e non adeguati	
<b>commercio indipendente</b>	22,6%	1,4%	2,1%	34,5%	15,5%	23,8%	
<b>commercio con più punti vendita</b>	29,0%	1,0%	0,3%	38,7%	9,3%	21,7%	
<b>commercio organizzato</b>	40,8%	3,1%	2,7%	20,6%	8,2%	24,7%	
<b>media e grande distribuzione</b>	31,2%	0,7%	0,0%	45,4%	4,9%	17,8%	

*Fonte: elaborazione Confcommercio Piemonte su dati Sose SpA*

Il macro-settore "commercio indipendente" si conferma, anche in questa occasione, come quello che presenta una condizione di maggiore difficoltà mentre, al contrario, sembrerebbe che le imprese più strutturate presentino un migliore livello di coerenza e di congruità.

	<b>totale soggetti coerenti</b>		<b>totale soggetti non coerenti</b>
<b>commercio organizzato</b>	46,6%	<b>commercio indipendente</b>	73,9%
<b>media e grande distribuzione</b>	31,9%	<b>commercio con più punti vendita</b>	69,7%
<b>commercio con più punti vendita</b>	30,3%	<b>media e grande distribuzione</b>	68,1%
<b>commercio indipendente</b>	26,1%	<b>commercio organizzato</b>	53,5%

	<b>totale soggetti coerenti e congrui</b>		<b>totale soggetti non coerenti e congrui</b>
<b>commercio organizzato</b>	43,9%	<b>media e grande distribuzione</b>	50,4%
<b>media e grande distribuzione</b>	31,9%	<b>commercio indipendente</b>	50,0%
<b>commercio con più punti vendita</b>	30,0%	<b>commercio con più punti vendita</b>	48,0%
<b>commercio indipendente</b>	24,0%	<b>commercio organizzato</b>	28,8%



	<b>coerenti, non congrui e non adeguati</b>		<b>non coerenti, non congrui e non adeguati</b>
<b>commercio organizzato</b>	2,7%	<b>commercio organizzato</b>	24,7%
<b>commercio indipendente</b>	2,1%	<b>commercio indipendente</b>	23,8%
<b>commercio con più punti vendita</b>	0,3%	<b>commercio con più punti vendita</b>	21,7%
<b>media e grande distribuzione</b>	0,0%	<b>media e grande distribuzione</b>	17,8%

L'analisi della coerenza e della congruità è stata poi ripetuta in riferimento ai seguenti raggruppamenti: settore dell'abbigliamento, settore delle calzature e settore bambini. Di seguito si riportano i risultati, dai quali emerge una conferma della tendenza generale di crisi per il commercio indipendente, particolarmente accentuata nel settore bambini.

<b>Analisi di coerenza e congruità - elaborazione per cluster abbigliamento - Studio di Settore UM05U - Regione Piemonte</b>						
MEDIE	coerenti e congrui naturali	coerenti e congrui per adeguamento	coerenti, non congrui e non adeguati	non coerenti e congrui naturali	non coerenti e congrui per adeguamento	non coerenti, non congrui e non adeguati
<b>commercio indipendente</b>	22,0%	1,1%	2,5%	35,3%	15,8%	23,3%
<b>commercio con più punti vendita</b>	24,8%	1,4%	0,4%	40,6%	10,0%	22,8%
<b>commercio organizzato</b>	40,8%	3,1%	2,7%	20,6%	8,2%	24,7%
<b>media e grande distribuzione</b>	31,2%	1,1%	0,0%	41,5%	6,4%	19,7%

Fonte: elaborazione Confcommercio Piemonte su dati Sose SpA

<b>Analisi di coerenza e congruità - elaborazione per cluster calzature - Studio di Settore UM05U - Regione Piemonte</b>						
MEDIE	coerenti e congrui naturali	coerenti e congrui per adeguamento	coerenti, non congrui e non adeguati	non coerenti e congrui naturali	non coerenti e congrui per adeguamento	non coerenti, non congrui e non adeguati
<b>commercio indipendente</b>	24,3%	2,2%	1,0%	32,4%	14,8%	25,3%
<b>commercio con più punti vendita</b>	33,0%	0,6%	0,6%	35,3%	9,3%	21,2%
<b>commercio organizzato</b>						
<b>media e grande distribuzione</b>	31,2%	0,0%	0,0%	51,3%	2,7%	14,9%

Fonte: elaborazione Confcommercio Piemonte su dati Sose SpA

<b>Analisi di coerenza e congruità - elaborazione per cluster bambino - Studio di Settore UM05U - Regione Piemonte</b>						
MEDIE	coerenti e congrui naturali	coerenti e congrui per adeguamento	coerenti, non congrui e non adeguati	non coerenti e congrui naturali	non coerenti e congrui per adeguamento	non coerenti, non congrui e non adeguati
<b>commercio indipendente</b>	19,3%	2,3%	1,7%	26,4%	17,6%	32,7%
<b>commercio con più punti vendita</b>	34,0%	1,9%	0,0%	30,2%	7,5%	26,4%
<b>commercio organizzato</b>	40,0%	0,0%	0,0%	36,0%	4,0%	20,0%
<b>media e grande distribuzione</b>						

Fonte: elaborazione Confcommercio Piemonte su dati Sose SpA

Dall'analisi di coerenza e congruità condotta su base provinciale, emerge inoltre una situazione di difficoltà concentrata in modo particolare nelle aree orientali e settentrionali del Piemonte. Una plausibile spiegazione del fenomeno potrebbe essere rinvenuta nella distribuzione territoriale dei FOC riportata a pagina 5.

**Analisi di coerenza e congruità - elaborazione per provincia - Studio di Settore UM05U - Regione****Piemonte**

<b>Piemonte Sud</b>	26,1%	0,9%	0,4%	35,0%	16,7%	21,0%
<b>Piemonte Ovest</b>	25,8%	1,1%	0,8%	35,3%	13,9%	23,1%
<b>Piemonte</b>	24,4%	1,0%	0,6%	36,5%	14,8%	22,8%
<b>Piemonte Nord</b>	23,0%	1,0%	0,7%	37,5%	13,4%	24,6%
<b>Piemonte Est</b>	20,1%	0,5%	0,7%	37,1%	14,0%	27,7%

*Fonte: elaborazione Confcommercio Piemonte su dati Sose SpA*

\* \* \*

**Lo studio di settore UM05U in Piemonte nel periodo di imposta 2009 – prime risultanze sulla base di un campione individuato da Confcommercio Piemonte**

L'analisi di coerenza e di congruità rispetto allo Studio di settore UM05U è stata infine realizzata in relazione al periodo di imposta 2009, prendendo quale riferimento le risultanze delle dichiarazioni dei redditi presentate nell'anno in corso dalle aziende la cui assistenza contabile e fiscale è assicurata dalle società di servizi delle associazioni di Bra e Torino.

Di seguito si riportano i risultati rilevati.

TORINO + BRA	2007			2008			2009		
	numero studi - periodo d'imposta			numero studi - periodo d'imposta			numero studi - periodo d'imposta		
	coerenti	non coerenti	totale	coerenti	non coerenti	totale	coerenti	non coerenti	totale
congrui naturali	17,65%	28,24%	45,88%	19,48%	32,47%	51,95%	22,99%	29,89%	52,87%
congrui per adeguamento	4,71%	12,94%	17,65%	0,00%	11,69%	11,69%	1,15%	10,34%	11,49%
non congrui e non adeguati	3,53%	32,94%	36,47%	1,30%	35,06%	36,36%	0,00%	35,63%	35,63%
totale	25,88%	74,12%	100,00%	20,78%	79,22%	100,00%	24,14%	75,86%	100,00%

## **Considerazioni finali e proposte correttive rispetto all'applicazione dello Studio di Settore UM05U**

Da un attento esame dei dati desumibili dalle tabelle sopra riportate emergono diverse criticità che, dopo un'attenta analisi, possono essere utilizzate sia nel processo di manutenzione, sia nella fase applicativa in sede di accertamento.

Si sta delineando un quadro alquanto disomogeneo dal punto di vista territoriale, anche all'interno di diverse collocazioni nella medesima città di riferimento e tra località di maggiori dimensioni e con superiore forza di attrazione commerciale rispetto a piccoli paesi nei quali la rete di vendita al dettaglio ha subito un progressivo indebolimento.

Negli anni vi è stata una costante riduzione di punti vendita e quelli rimasti rappresentano situazioni di estrema debolezza e marginalità.

Alcune delle cause dello stato di crisi in Piemonte del commercio al dettaglio del Tessile, Abbigliamento e Calzature sono rappresentate da:

- un fenomeno di contraffazione dei prodotti che continua a diffondersi, vista anche l'estrema facilità da parte del consumatore di trovare prodotti contraffatti per tutto il periodo dell'anno;
- un'elevata concentrazione delle grandi strutture di vendita che, vista la loro tipologia, offrono alla clientela innumerevoli varietà e scelte di prodotti;
- il commercio tradizionale sta riscontrando difficoltà di carattere finanziario, accusando problematiche di accesso al credito;
- l'aumento della concorrenza dei canali di vendita low cost, che sono rappresentati anche nel commercio in forma ambulante, dove si nota un continuo aumento di presenze di soggetti extracomunitari;
- gli effetti penalizzanti che si manifestano sulle attività commerciali sono rappresentati da rilevanti lavori di ristrutturazione dei centri cittadini di diverse fattispecie, che devono essere debitamente tenuti in considerazione in fase di contraddittorio;
- la percentuale di incidenza dei costi fissi, soprattutto nel caso dei contratti di locazione e delle utenze comporta a volte indici di non coerenza di fatto inattendibili;
- gli effetti dell'indicatore di normalità economica legato al valore aggiunto per addetto l'età dell'imprenditore, dipendenti, collaboratori rispetto alla struttura aziendale, tipo negozio tradizionale, affitto di azienda, franchising, ecc. tende ad aumentare la criticità del risultato di proiezione;
- la vicinanza ad un outlet influisce negativamente sui ricavi connessi allo svolgimento di un'attività tradizionale;
- l'elemento di territorialità deve essere ulteriormente approfondito in quanto a tutt'oggi non è ancora sufficiente a differenziare le diverse localizzazioni anche all'interno del medesima area di gravitazione commerciale;
- le politiche aggressive in termini di prezzo, ormai attuate da tutte le aziende devono essere maggiormente recepite, le circostanze da valutare ed oggetto di inserimento di correttivi specifici devono tenere conto che gli incassi derivanti dalle vendite di fine stagione e vendite promozionali abbracciano in molti casi più di metà dell'anno. Questi tipi di vendite si sono ulteriormente sviluppate in questi anni di forte crisi che impongono alle attività di fare comunque cassa anche vendendo in perdita pur di avere liquidità finanziaria per far fronte ai pagamenti di fornitori e mutui bancari;

- attenzione particolare va poi dedicata alla composizione e valorizzazione del magazzino rivedendo l'incidenza ed apportando correzioni sulle espressioni degli specifici indici di incoerenza, con particolare riferimento alla rotazione del magazzino;
- nel caso di soggetti marginali, rilevabili dalla tipologia dei prodotti commercializzati, dalla dimensione, dalla localizzazione dell'azienda e dall'età del titolare, occorre inserire ulteriori elementi specifici di valutazione anche in sede di contraddittorio al fine di evitare effetti distorsivi penalizzanti per l'impresa.

In conclusione si ritiene indispensabile una particolare attenzione e disponibilità da parte degli Uffici in sede di contraddittorio a valutare sempre di più nel merito le varie situazioni specifiche di ogni realtà.

### Riclassificazione Cluster

- Cluster 2 – Negozi di calzature uomo donna bambino
- Cluster 4 – Negozi che vendono prevalentemente intimo, calzetteria e maglieria per adulti
- Cluster 6 – Negozi specializzati in abiti da sposa
- Cluster 7 – Negozi di abbigliamento sportivo-casual
- Cluster 9 – Negozi di abbigliamento stagionali
- Cluster 11 – Negozi di abbigliamento per bambino
- Cluster 16 – Negozi di confezioni in pelle, abbigliamento per donna e accessori
- Cluster 17 – Negozi di abbigliamento per donna
- Cluster 19 – Negozi che vendono prevalentemente maglie e/o camicie per adulti
- Cluster 20 – Negozi di abbigliamento per uomo
- Cluster 22 – Negozi di abbigliamento di fascia finelusso
- Cluster 26 – Negozi di pelletteria, valigeria e altri accessori di fascia medio-economica
- Cluster 27 – Negozi di calzature per adulti
- Cluster 29 – Negozi di pelletteria, valigeria e accessori di fascia medio-fine
- Cluster 32 – Negozi di abbigliamento per adulti
- Cluster 33 - Negozi di confezioni in pelle
- Cluster 34 – Negozi che vendono prevalentemente camicie, maglie uomo e cravatte
- Cluster 35 – Negozi che vendono prevalentemente intimo e calzetteria
- Cluster 36 – Negozi di calzature per bambino
- Cluster 1 – Imprese che operano con più negozi di abbigliamento esterno e intimo
- Cluster 5 – Imprese che operano con più negozi di calzature
- Cluster 14 – Imprese che operano con più negozi di pelletteria, accessori e/o valigeria
- Cluster 24 – Imprese che operano con più negozi di intimo
- Cluster 30 – Imprese di piccole dimensioni che operano con più negozi di abbigliamento
- Cluster 31 – Imprese che operano con più negozi di abbigliamento e calzature
- Cluster 37 – Imprese che operano con più negozi di abbigliamento per bambino
- Cluster 13 – Negozi di abbigliamento in franchising affiliati che acquistano prevalentemente da produttori
- Cluster 18 - Negozi di abbigliamento in franchising affiliati che acquistano prevalentemente da gruppi di acquisto, unioni volontarie, consorzi, cooperative, affiliate
- Cluster 21 – Negozi in franchising affiliati che vendono prevalentemente abbigliamento per bambino
- Cluster 23 – Imprese che operano con più negozi di abbigliamento in franchising
- Cluster 28 – Negozi in franchising affiliati che vendono prevalentemente intimo e/o abbigliamento mare
- Cluster 3 – Imprese di più grandi dimensioni che operano con più negozi di calzature
- Cluster 10 – Imprese di grandi dimensioni che operano con più negozi di abbigliamento
- Cluster 12 – Negozi di abbigliamento per adulti di più grandi dimensioni
- Cluster 15 – Negozi di grandi dimensioni di abbigliamento e calzature
- Cluster 25 – Imprese di medie dimensioni che operano con più negozi di abbigliamento



Direzione Regionale della Puglia

Osservatorio Regionale della Puglia  
per gli studi di settore

Alla Direzione Centrale Accertamento  
Settore Governo dell'accertamento  
Ufficio Studi di Settore  
ROMA

***OGGETTO: Elaborazione su base regionale o locale dello studio di settore VM05U.  
Relazione sulle risultanze degli esempi trasmessi.***

A seguito della videoconferenza del 15 settembre 2010, l'Osservatorio Regionale della Puglia ha raccolto n. 23 esempi relativi ad imprese regionali operanti nel comparto del commercio al dettaglio di abbigliamento, calzature pelletteria e accessori.

Detti esempi sono stati inviati tramite procedura web alla SOSE S.p.A., la quale, a seguito delle elaborazioni dei dati, ha fornito le risultanze di seguito commentate. In un solo caso il sistema non ha fornito le relative elaborazioni a causa di carenze nei dati presentati. Pertanto gli esempi oggetto delle valutazioni sono risultati 22.

Per ciascuno esempio è stato interpellato il componente dell'Osservatorio che aveva presentato il relativo caso, al fine di effettuare una riflessione in merito alle risultanze ottenute, se pur per n. 10 esempi presentati, il relativo componente non ha, a tutt'oggi, fornito alcun riscontro.

Ciò posto, riguardo l'**analisi discriminante** si rileva che, in via prevalente, la procedura ha effettuato una corretta imputazione di ciascuna impresa al relativo *cluster* di appartenenza.

Tuttavia in due casi è stato osservato che l'attribuzione al cluster n. 1 "negozi con assortimento generalmente ampio" di esercizi che con la vecchia versione erano inclusi nel cluster 17 "negozi di abbigliamento per donna", non coglie al meglio la realtà della specifica attività, trattandosi di attività in cui, l'ampio assortimento riguarda comunque in prevalenza il settore donna.

Relativamente agli aspetti concernenti la **congruità e coerenza**, dal confronto tra le risultanze fornite dalla Sose e quelle ricavabili dall'applicazione GERICO 2010, è emerso quanto segue.

Le 22 posizioni analizzate riportavano, con le elaborazioni dello studio di settore UM05U, 15 non congruità e 7 congruità.

Dall'esame delle risultanze fornite dalla Sose Spa, i 15 casi non congrui, in 4 casi, sono divenuti congrui, mentre la situazione si è quasi capovolta per i restanti 7 casi che, in ben 6 esempi, sono divenuti non congrui.

Complessivamente quindi le ipotesi di non congruità con la versione in corso di elaborazione tendono ad incrementarsi, sebbene la maggior parte dei casi ricadono o nell'intervallo di confidenza ovvero esprimono degli scostamenti di non rilevante entità.

In merito alla coerenza si evidenzia su 17 non coerenti secondo Gerico 2010, 5 sono divenuti coerenti, mentre su 5 coerenti solo in un caso si è pervenuti ad una non coerenza.

Ciò può dipendere sia dalla riduzione degli indici di coerenza (da cinque a tre) sia dal più ampio *range* all'interno del quale ciascuna posizione è considerata coerente, con particolare riferimento all'indicatore "*valore aggiunto lordo per addetto*".

La maggior parte delle incoerenze riguardano l'indicatore relativo alla "*durata delle scorte gg.*", il cui valore elevato, come è noto nel settore in argomento, costituisce un'anomalia comportamentale spiegabile con ipotesi di vendite in nero.

IL VICE PRESIDENTE

Lucia MUSCARIDOLA

*Firma autografa sostituita a mezzo stampa ai sensi  
dell'art. 3, c. 2, del D. Lgs. n. 39/1993*



*OSSERVATORIO REGIONALE STUDI DI SETTORE  
SARDEGNA*

***STUDIO DI SETTORE VM05U  
COMMERCIO AL DETTAGLIO DI ABBIGLIAMENTO,  
CALZATURE, PELLETTERIE E ACCESSORI***

## ANALISI DELLE RISULTANZE DEGLI ESEMPI PRATICI DELLO STUDIO VM05U TRASMESSI TRAMITE IL PORTALE DELLA SOCIETA' PER GLI STUDI DIE SETTORE

Sono stati elaborati e trasmessi, dall'Osservatorio, complessivamente 19 esempi pratici, selezionati in modo tale da ricomprendere le diverse realtà economiche delle province sarde, tutte le tipologie d'impresa (ditte individuali, società di persone e società di capitali) e diversi codici attività.

### *Esempi Provincia di Sassari*

Gli esempi complessivamente elaborati per la Provincia di Sassari sono 11, di cui 2 concernenti soggetti operanti nella provincia di Olbia -Tempio ed uno, esempio n. 6, riguardante un soggetto che pur avendo sede legale in Sassari, svolge l'attività, dall'anno di costituzione (2008), nella provincia di Cagliari (Quartucciu, Centro Commerciale Le Vele).

Per uno degli esempi (esempio n. 11 - identificato con numero di posizione 8 e descrizione AGE0500010) è stato riscontrato l'utilizzo erroneo, in fase sperimentale, del modello "persone giuridiche" in luogo di quello previsto "Società di persone", fatto che, probabilmente, come meglio precisato in seguito, ha comportato un diverso calcolo, con conseguenti risultanze anomale rispetto agli altri esempi.

Raffrontando le risultanze degli esempi VM05U con quelle degli studi trasmessi è emersa una generale riduzione indifferenziata del livello dei ricavi di riferimento (i ricavi puntuali di riferimento sono diminuiti da un minimo del 2,75% al massimo di 23,97%), assenza di variazioni degli indici di coerenza e qualche variazione nei cluster.

Di seguito si riportano le tabelle riassuntive degli esempi elaborati, con il raffronto tra i diversi dati.

STUDIO UM05U	Esempio 1
SEDE ATTIVITA'	ARZACHENA
CODICE ATTIVITA'	52423 (Comm. Al dettaglio di biancheria personale, maglieria)
TIPO DI CONTABILITA'	RF ORDINARIA
PERSONA FISICA/SOCIETA'	PERSONA FISICA
PERSONALE ADDETTO ALL'ATTIVITA'	SI (collaboratore familiare)
MQ DESTINATI AD ESPOSIZIONE	160
FASCIA QUALITATIVA OFFERTA	MEDIA
MODALITA' DI ACQUISTO PREVALENTE	Acquisto tramite intermediari del commercio
MODALITA' ORGANIZZATIVA	PROPRIO

ANALISI DELLA CONGRUITA'		
	STUDIO VECCHIO	STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE
ESITO	CONGRUO per effetto dei correttivi anticrisi	
	CONGRUO	
Ricavi dichiarati ai fini della congruità	128.028,00	128.028,00
Valore puntuale	129.839,00	120.862,00
Valore minimo	126.818,00	111.179,00
Cluster prevalente	Negozi che vendono prevalentemente intimo, calzetteria e maglieria per adulti	Negozi con assortimento generalmente ampio
ANALISI NORMALITA' ECONOMICA (integrata con le modifiche riferite alla crisi)		

	STUDIO VECCHIO	STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE
Correttivo congiunturale di settore	8.719,00	-
Ricavo puntuale da congruità e normalità	121.120,00	120.862,00
Ricavo minimo da congruità e normalità	118.099,00	111.179,00
ANALISI DELLA COERENZA		
	STUDIO VECCHIO	STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE
ESITO	COERENTE	COERENTE
Durata delle scorte	588,94 ( vm = 0 - VM = 692,32) coerente	588,94 (vm =0 - VM = 617,99) coerente
Ricarico	1,45 (vm =1,44 - V M.= 3,00) coerente	1,45 (vm=1,28 - VM = 4,27) coerente
Valore aggiunto lordo per addetto	16,34 (vm 12,88 - VM = 35,04) coerente	17,78 (vm= 9,64 - VM = 157,73) coerente

STUDIO UM05U	Esempio 2
SEDE ATTIVITA'	OLBIA
CODICE ATTIVITA'	477110 (Confezioni per adulti)
TIPO DI CONTABILITA'	RF ORDINARIA
PERSONA FISICA/SOCIETA'	PERSONA FISICA
PERSONALE ADDETTO ALL'ATTIVITA'	NO
MQ DESTINATI AD ESPOSIZIONE	23
FASCIA QUALITATIVA OFFERTA	MEDIA
MODALITA' DI ACQUISTO PREVALENTE	Acquisto diretto da produttori
MODALITA' ORGANIZZATIVA	PROPRIO

ANALISI DELLA CONGRUITA'		
	STUDIO VECCHIO	STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE
ESITO	CONGRUO	CONGRUO
Ricavi dichiarati ai fini della congruità	55.822,00	55.822,00
Valore puntuale	46.084,00	40.911,00
Valore minimo	41.305,00	36.645,00
Cluster prevalente	Negozi di abbigliamento stagionale	Negozi che vendono prevalentemente abbigliamento per donna

ANALISI NORMALITA' ECONOMICA (integrata con le modifiche riferite alla crisi)		
	STUDIO VECCHIO	STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE
Maggiori ricavi da normalità economica*	17,00	1.747,00
Ricavo puntuale da congruità e normalità	46.101,00	42.658,00
Ricavo minimo da congruità e normalità	41.322,00	38.392,00

\*incidenza dei costi residuali di gestione sui ricavi

ANALISI DELLA COERENZA		
	STUDIO VECCHIO	STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE
ESITO	COERENTE	COERENTE
Durata delle scorte	17,16 ( vm = 0 - VM = 415,00) coerente	17,16 (vm =0 - VM = 607,00) coerente
Ricarico	2,32 (vm =1,50 - V M.= 3,50) coerente	2,31 (vm=1,26 - VM = 4,27) coerente
Valore aggiunto lordo per addetto	18,10 (vm 8,88 - VM = 30,00) coerente	21,84 (vm= 10,48 - VM = 157,73) coerente

STUDIO UM05U SEDE ATTIVITA'	Esempio 3 SASSARI 52421 (commercio al dettaglio di confezioni per adulti)
CODICE ATTIVITA'	RF ORDINARIA
TIPO DI CONTABILITA'	PERSONA FISICA
PERSONA FISICA/SOCIETA'	SI (dipendenti)
PERSONALE ADDETTO ALL'ATTIVITA'	50 (unità loc. n. 1) e 60 (unità loc. n. 2)
MQ DESTINATI AD ESPOSIZIONE	MEDIA
FASCIA QUALITATIVA OFFERTA	Acquisto tramite intermediari del commercio
MODALITA' DI ACQUISTO PREVALENTE	PROPRIO
MODALITA' ORGANIZZATIVA	

#### ANALISI DELLA CONGRUITA'

	STUDIO VECCHIO	STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE
	CONGRUO per effetto dei correttivi anticrisi	
ESITO		CONGRUO
Ricavi dichiarati ai fini della congruità	381.994,00	381.994,00
Valore puntuale	372.143,00	358.774,00
Valore minimo	366.893,00	339.815,00
Cluster prevalente	Imprese di piccole dimensioni che operano in più negozi di abbigliamento	Imprese con assortimento alquanto ampio che generalmente operano con più negozi

#### ANALISI NORMALITA' ECONOMICA (integrata con le modifiche riferite alla crisi)

	STUDIO VECCHIO	STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE
Indicatori di normalità applicati integralmente	-	-
Ricavo puntuale da congruità e normalità	372.143,00	358.774,00
Ricavo minimo da congruità e normalità	366.893,00	339.815,00

#### ANALISI DELLA COERENZA

	STUDIO VECCHIO	STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE
ESITO	COERENTE	COERENTE
Durata delle scorte	105,26 (vm = 0 - VM = 424,00) coerente	105,26 (vm = 0 - VM = 611,00) coerente
Ricarico	1,60 (vm = 1,40 - VM = 3,00) coerente	1,59 (vm = 1,26 - VM = 4,27) coerente
Valore aggiunto lordo per addetto	22,76 (vm 16,33 - VM = 45,00) coerente	34,36 (vm = 13,00 - VM = 157,73) coerente

STUDIO UM05U	Esempio 4
SEDE ATTIVITA'	SASSARI
CODICE ATTIVITA'	477110 (Confezioni per adulti)
TIPO DI CONTABILITA'	RG SEMPLIFICATA
PERSONA FISICA/SOCIETA'	PERSONA FISICA
PERSONALE ADDETTO ALL'ATTIVITA'	SI
MQ DESTINATI AD ESPOSIZIONE	50
FASCIA QUALITATIVA OFFERTA	MEDIA
MODALITA' DI ACQUISTO PREVALENTE	Commercianti ingrosso
MODALITA' ORGANIZZATIVA	PROPRIO

ANALISI DELLA CONGRUITA'		
	STUDIO VECCHIO	STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE
ESITO	CONGRUO	CONGRUO
Ricavi dichiarati ai fini della congruità	193.693,00	193.693,00
Valore puntuale	186.723,00	172.008,00
Valore minimo	184.345,00	166.473,00
Cluster prevalente	Negozi di abbigliamento per adulti	Negozi con assortimento generalmente ampio
ANALISI NORMALITA' ECONOMICA (integrata con le modifiche riferite alla crisi)		
	STUDIO VECCHIO	STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE
Maggiori ricavi da normalità economica *	-	-
Ricavo puntuale da congruità e normalità	186.723,00	172.008,00
Ricavo minimo da congruità e normalità	184.345,00	166.473,00
ANALISI DELLA COERENZA		
	STUDIO VECCHIO	STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE
ESITO	COERENTE	COERENTE
Durata delle scorte	22,46 (vm= 0 - VM = 468,98) coerente	22,4618 (vm=0 - VM= 613,05) coerente
Ricarico	1,42 (vm=1,42 - VM= 3,21) coerente	1,42 (vm=1,27 - VM = 4,27) coerente
Valore aggiunto lordo per addetto	38,72 (vm=12,67 - VM= 40,03) coerente	38,9098 (vm= 10,0 - VM = 157,73) coerente

STUDIO UM05U	Esempio 5
SEDE ATTIVITA'	SASSARI
CODICE ATTIVITA'	477210 (Comm. Al dettaglio di calzature e accessori)
TIPO DI CONTABILITA'	RF ORDINARIA
PERSONA FISICA/SOCIETA'	SOCIETA' IN NOME COLLETTIVO
PERSONALE ADDETTO ALL'ATTIVITA'	SI
MQ DESTINATI AD ESPOSIZIONE	80
FASCIA QUALITATIVA OFFERTA	MEDIA
MODALITA' DI ACQUISTO PREVALENTE	Acquisto tramite intermediari del commercio
MODALITA' ORGANIZZATIVA	PROPRIO

ANALISI DELLA CONGRUITA'		
	STUDIO VECCHIO	STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE
ESITO	CONGRUO	CONGRUO
Ricavi dichiarati ai fini della congruità	836.335,00	836.335,00
Valore puntuale	812.267,00	789.944,00
Valore minimo	782.308,00	769.950,00
Cluster prevalente	Imprese di più ampie dimensioni che operano con più negozi di calzature	Imprese che generalmente operano con più negozi con offerta costituita prevalentemente da calzature
ANALISI NORMALITA' ECONOMICA (integrata con le modifiche riferite alla crisi)		
	STUDIO VECCHIO	STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE
Maggiori ricavi da normalità economica *	-	-
Ricavo puntuale da congruità e normalità	812.267,00	789.944,00
Ricavo minimo da congruità e normalità	782.308,00	769.950,00

\*incidenza dei costi residuali di gestione sui ricavi

ANALISI DELLA COERENZA		
	STUDIO VECCHIO	STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE
ESITO	COERENTE	COERENTE
Durata delle scorte	150,30 (vm=0 - V M = 351,00) coerente	150,30 (vm=0 - V M = 644,00) coerente
Ricarico	1,61 (vm=1,37 - VM = 3,00) coerente	1,61 (vm=1,24 - VM = 4,27) coerente
Valore aggiunto lordo per addetto	27,93 (vm=19,41 - VM= 55,00) coerente	35,54 (vm=17,17 - VM= 157,73) coerente

STUDIO UM05U SEDE ATTIVITA'	Esempio 6 SASSARI
CODICE ATTIVITA' TIPO DI CONTABILITA'	477130 (Comm. Al dettaglio di biancheria maglieria camice) RF ORDINARIA
PERSONA FISICA/SOCIETA' PERSONALE ADDETTO ALL'ATTIVITA'	SOCIETA' A RESPONSABILITA' LIMITATA
MQ DESTINATI AD ESPOSIZIONE FASCIA QUALITATIVA OFFERTA	SI 225 ECONOMICA
MODALITA' DI ACQUISTO PREVALENTE	Acquisto da gruppi di acquisto, consorzi, affiliante
MODALITA' ORGANIZZATIVA	AFFILIATO

ANALISI DELLA CONGRUITA'		
	STUDIO VECCHIO	STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE
ESITO	CONGRUO	CONGRUO
Ricavi dichiarati ai fini della congruità	329.524,00	329.524,00
Valore puntuale	288.581,00	270.950,00
Valore minimo	267.324,00	262.136,00
Cluster prevalente	Negozi in franchising che vendono prevalentemente intimo e abbigliamento mare	Imprese che generalmente operano con più negozi con offerta costituita prevalentemente da calzature

<b>ANALISI NORMALITA' ECONOMICA (integrata con le modifiche riferite alla crisi)</b>		
	<b>STUDIO VECCHIO</b>	<b>STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE</b>
Maggiori ricavi da normalità economica *	-	-
Ricavo puntuale da congruità e normalità	288.581,00	270.950,00
Ricavo minimo da congruità e normalità	267.324,00	262.136,00

\*incidenza dei costi residuali di gestione sui ricavi

<b>ANALISI DELLA COERENZA</b>		
	<b>STUDIO VECCHIO</b>	<b>STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE</b>
<b>ESITO</b>	<b>COERENTE</b>	<b>COERENTE</b>
Durata delle scorte	71,23 (vm=0 - V M = 213,00) coerente	71,22 (vm=0 - V M = 368,00) coerente
Ricarico	1,85 (vm=1,43 - VM = 3,00) coerente	1,85 (vm=1,37 - VM = 4,27) coerente
Valore aggiunto lordo per addetto	41,13 (vm=12,96 - VM= 50,00) coerente	55,43 (vm=14,75 - VM= 157,73) coerente

STUDIO UM05U SEDE ATTIVITA'	Esempio 7 SASSARI
CODICE ATTIVITA' TIPO DI CONTABILITA'	52421 (Comm. Al dettaglio di confezioni per adulti) RF ORDINARIA
PERSONA FISICA/SOCIETA' PERSONALE ADDETTO ALL'ATTIVITA'	SOCIETA' A RESPONSABILITA' LIMITATA
MQ DESTINATI AD ESPOSIZIONE	SI
FASCIA QUALITATIVA OFFERTA MODALITA' DI ACQUISTO PREVALENTE	195 MEDIA
MODALITA' ORGANIZZATIVA	Acquisto da commercianti all'ingrosso PROPRIO

<b>ANALISI DELLA CONGRUITA'</b>		
	<b>STUDIO VECCHIO</b>	<b>STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE</b>
<b>ESITO</b>	<b>CONGRUO</b>	<b>CONGRUO</b>
Ricavi dichiarati ai fini della congruità	1.484.883,00	1.484.883,00
Valore puntuale	1.462.419,00	1.412.677,00
Valore minimo	1.436.778,00	1.378.372,00
Cluster prevalente	Imprese di medie dimensioni che operano con più negozi di abbigliamento	Imprese con assortimento alquanto ampio che in genere operano con più negozi di abbigliamento

<b>ANALISI NORMALITA' ECONOMICA (integrata con le modifiche riferite alla crisi)</b>		
	<b>STUDIO VECCHIO</b>	<b>STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE</b>
Maggiori ricavi da normalità economica *	-	-
Ricavo puntuale da congruità e normalità	1.462.419,00	1.412.677,00
Ricavo minimo da congruità e normalità	1.436.778,00	1.378.372,00

\*incidenza dei costi residuali di gestione sui ricavi

ANALISI DELLA COERENZA		
	STUDIO VECCHIO	STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE
ESITO	COERENTE	COERENTE
Durata delle scorte	125,87 (vm=0 - V M = 431,00) coerente	125,86 (vm=0 - V M = 611,00) coerente
Ricarico	1,51 (vm=1,42 - VM = 3,00) coerente	1,51 (vm=1,26 - VM = 4,27) coerente
Valore aggiunto lordo per addetto	36,91 (vm=19,60 - VM= 55,00) coerente	55,04 (vm=13,00 - VM= 157,73) coerente

STUDIO UM05U SEDE ATTIVITA'	Esempio 8 SASSARI
CODICE ATTIVITA' TIPO DI CONTABILITA'	477220 (Comm. Al dettaglio di pelletteria e articoli da viaggio) RF ORDINARIA
PERSONA FISICA/SOCIETA' PERSONALE ADDETTO ALL'ATTIVITA'	SOCIETA' SEMPLICE SI
MQ DESTINATI AD ESPOSIZIONE	120
FASCIA QUALITATIVA OFFERTA MODALITA' DI ACQUISTO PREVALENTE	MEDIA/ECONOMICA Acquisto tramite intermediari del commercio
MODALITA' ORGANIZZATIVA	PROPRIO

ANALISI DELLA CONGRUITA'		
	STUDIO VECCHIO	STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE
ESITO	CONGRUO per effetto dei correttivi anticrisi	CONGRUO
Ricavi dichiarati ai fini della congruità	501.510,00	501.510,00
Valore puntuale	528.153,00	476.330,00
Valore minimo	510.452,00	427.422,00
Cluster prevalente	Imprese di medie dimensioni che operano con più negozi di abbigliamento	Negozi che vendono prevalentemente pelletteria, accessori

ANALISI NORMALITA' ECONOMICA (integrata con le modifiche riferite alla crisi)		
	STUDIO VECCHIO	STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE
Correttivo congiunturale di settore *	27.094,00	-
Ricavo puntuale da congruità e normalità e crisi economica	501.059,00	476.330,00
Ricavo minimo da congruità e normalità	483.358,00	427.422,00

\*applicazione del coefficiente relativo alla territorialità

ANALISI DELLA COERENZA		
	STUDIO VECCHIO	STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE
ESITO	COERENTE	COERENTE
Durata delle scorte	237,23 (vm=0 - V M = 344,00) coerente	237,22 (vm=0 - V M = 586,00) coerente
Ricarico	1,53 (vm=1,43 - VM = 3,00) coerente	1,52 (vm=1,3 - VM = 4,27) coerente
Valore aggiunto lordo per addetto	21,03 (vm=17,50 - VM= 50,00) coerente	25,26 (vm=10,85 - VM= 157,73) coerente



STUDIO UM05U SEDE ATTIVITA'	Esempio 9 SASSARI
CODICE ATTIVITA'	52422 (Comm. Al dettaglio di confezioni per bambini e neonati)
TIPO DI CONTABILITA'	RG SEMPLIFICATA
PERSONA FISICA/SOCIETA'	PERSONA FISICA
PERSONALE ADDETTO ALL'ATTIVITA'	NO
MQ DESTINATI AD ESPOSIZIONE	60
FASCIA QUALITATIVA OFFERTA	MEDIA
MODALITA' DI ACQUISTO PREVALENTE	Acquisto tramite commercianti all'ingrosso
MODALITA' ORGANIZZATIVA	PROPRIO

ANALISI DELLA CONGRUITA'		
	STUDIO VECCHIO	STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE
ESITO	CONGRUO per effetto dei correttivi anticrisi	
Ricavi dichiarati ai fini della congruità	107.730,00	107.730,00
Valore puntuale	111.987,00	85.140,00
Valore minimo	107.672,00	80.900,00
Cluster prevalente	negozi di abbigliamento per bambino	Negozi che vendono prevalentemente pelletteria, accessori
ANALISI NORMALITA' ECONOMICA (integrata con le modifiche riferite alla crisi)		
	STUDIO VECCHIO	STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE
Maggiori ricavi da normalità economica*	745,00	4.838,00
Ricavo puntuale da congruità e normalità e crisi economica	112.732,00	89.978,00
Ricavo minimo da congruità e normalità	108.417,00	85.738,00

\*incidenza dei costi residuali di gestione sui ricavi

ANALISI DELLA COERENZA		
	STUDIO VECCHIO	STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE
ESITO	COERENTE	
Durata delle scorte	377,76 (vm=0 - V M = 494,00) coerente	377,75 (vm=0 - V M = 607,00) coerente
Ricarico	1,53 (vm=1,43 - VM = 3,00) coerente	1,5 (vm=1,23 - VM = 4,27) coerente
Valore aggiunto lordo per addetto	19,52 (vm=12,23 - VM= 35,00) coerente	29,12 (vm=11,14 - VM= 157,73) coerente

STUDIO UM05U SEDE ATTIVITA'	Esempio 10 SASSARI
CODICE ATTIVITA'	52421 (commercio al dettaglio di confezioni per adulti)
TIPO DI CONTABILITA'	RF
PERSONA FISICA/SOCIETA'	SOCIETA' DI CAPITALI
PERSONALE ADDETTO ALL'ATTIVITA'	SI
MQ DESTINATI AD ESPOSIZIONE	180
MODALITA' DI ACQUISTO PREVALENTE	Acquisto tramite commercianti all'ingrosso/diretto dai produttori
FASCIA QUALITATIVA OFFERTA	FINE/MEDIA
MODALITA' ORGANIZZATIVA	PROPRIO

ANALISI DELLA CONGRUITA'		
	STUDIO VECCHIO	STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE
ESITO	NON CONGRUO	CONGRUO
Ricavi dichiarati ai fini della congruità	859.076,00	859.076,00
Valore puntuale	905.569,00	835.294,00
Valore minimo	880.936,00	806.588,00
Cluster prevalente	negozi di abbigliamento per adulti di più grandi dimensioni	Negozi di più grandi dimensioni che
ANALISI NORMALITA' ECONOMICA (integrata con le modifiche riferite alla crisi)		
	STUDIO VECCHIO	STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE
Maggiori ricavi da normalità economica*	-	-
Ricavo puntuale da congruità e normalità e crisi economica	859.217,00	835.294,00
Ricavo minimo da congruità e normalità	834.584,00	806.588,00

\*incidenza dei costi residuali di gestione sui ricavi

ANALISI DELLA COERENZA		
	STUDIO VECCHIO	STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE
ESITO	COERENTE	COERENTE
Durata delle scorte	354,21 (vm=0 - V M = 471,47) coerente	354,20 (vm=0 - V M = 611,04) coerente
Ricarico	1,45 (vm=1,40 - VM = 3,00) coerente	1,45 (vm=1,27 - VM = 4,27) coerente
Valore aggiunto per addetto	32,95 (vm=20,25 - VM= 54,17) coerente	49,29 (vm=21,32 - VM= 157,73) coerente

STUDIO UM05U SEDE ATTIVITA'	Esempio 11 SASSARI 477150 (commercio al dettaglio di cappelli, guanti, cravatte e ombrelli)
CODICE ATTIVITA'	rf
TIPO DI CONTABILITA'	società di persone
PERSONA FISICA/SOCIETA' PERSONALE ADDETTO ALL'ATTIVITA'	no
MQ DESTINATI AD ESPOSIZIONE	65
FASCIA QUALITATIVA OFFERTA	MEDIA
MODALITA' ORGANIZZATIVA	PROPRIO

ANALISI DELLA CONGRUITA'		
	STUDIO VECCHIO	STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE
ESITO	CONGRUO per effetto dei correttivi crisi	CONGRUO
Ricavi dichiarati ai fini della congruità	210.183,00	210.183,00
Valore puntuale	216.995,00	220.976,00
Valore minimo	212.329,00	206.436,00

Cluster prevalente	negozi che vendono prevalentemente intimo e calzetteria	Negozi che vendono prevalentemente intimo, abbigliamento mare e calzetteria
<b>ANALISI NORMALITA' ECONOMICA (integrata con le modifiche riferite alla crisi)</b>		
	<b>STUDIO VECCHIO</b>	<b>STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE</b>
Maggiori ricavi da normalità economica*	-	-
Ricavo puntuale da congruità e normalità e crisi economica	202.825,00	220.976,00
Ricavo minimo da congruità e normalità	198.159,00	206.436,00

\*incidenza dei costi residuali di gestione sui ricavi

<b>ANALISI DELLA COERENZA</b>		
	<b>STUDIO VECCHIO</b>	<b>STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE</b>
<b>ESITO</b>	<b>COERENTE</b>	<b>COERENTE</b>
Durata delle scorte	210,74 (vm=0 - V M = 648,00) coerente	210,74 (vm=0 - V M = 741,00) coerente
Ricarico	1,50 (vm=1,40 - VM = 3,00) coerente	1,50 (vm=1,27 - VM = 4,27) coerente
marginare operativo lordo per addetto	12,81 (vm= 11,54 - VM = 35,00) coerente	17,464 (vm= 11,59 - VM = 157,73) coerente

Complessivamente, quindi, dai dati sopra riportati, emerge appunto un ridimensionamento dei valori sperimentali dei ricavi puntuali e minimi di riferimento, rispetto a quelli previsti dagli studi di settore attuali.

La variazione in diminuzione ha caratterizzato tutti gli esempi elaborati, senza distinzione di tipologia organizzativa, luogo di esercizio delle attività, etc., con un'unica eccezione: l'esempio n. 11 per il quale è stato utilizzato un modello sbagliato (in questo caso, a fronte di ricavi dichiarati in misura pari ad Euro 210.183,00, risultano quantificati ricavi puntuali per Euro 220.976,00 e minimi per Euro 206.436,00, lo studio di settore in vigore, invece, quantifica i ricavi puntuali in Euro 216.995,00 ed i minimi in Euro 212.329,00).

Nella seguente tabella sono stati riportati i ricavi dichiarati dai contribuenti, i ricavi puntuali e minimi da vecchio studio di settore e quelli da nuovo studio, le differenze tra i ricavi puntuali e minimi da vecchio studio e studio sperimentale ed i relativi valori percentuali.

N. Esempio	1- Arzachena	2 - Olbia	3- Sassari	4 - Sassari	5 - Sassari	6 - Sassari	7 - Sassari	8 - Sassari	9 - Sassari	10 Sassari	11 Sassari
ricavo dichiarato	128.028,00	55.822,00	381.994,00	193.693,00	836.335,00	329.524,00	1.484.883,00	501.510,00	107.730,00	859.076,00	210.183,00
puntuale vecchio studio	129.839,00	46.084,00	372.143,00	186.723,00	812.267,00	288.581,00	1.462.419,00	528.153,00	111.987,00	905.569,00	216.995,00
puntuale sperimentale	120.862,00	40.911,00	358.774,00	172.008,00	789.944,00	270.950,00	1.412.677,00	476.330,00	85.140,00	835.294,00	220.976,00
differenza	8.977,00	5.173,00	13.369,00	14.715,00	22.323,00	17.631,00	49.742,00	51.823,00	26.847,00	70.275,00	-3.981,00
% variazione	6,91	11,23	3,59	7,88	2,75	6,11	3,4	9,81	23,97	7,76	-1,83
minimo vecchio studio	126.818,00	41.305,00	366.893,00	184.345,00	782.308,00	267.324,00	1.436.778,00	510.452,00	107.672,00	880.936,00	212.329,00
minimo sperimentale	111.179,00	36.645,00	339.815,00	166.473,00	769.950,00	262.136,00	1.378.372,00	427.422,00	80.900,00	806.588,00	206.436,00
differenza	15.639,00	4.660,00	27.078,00	17.872,00	12.358,00	5.188,00	58.406,00	83.030,00	26.772,00	74.348,00	5.893,00
% variazione	12,33	11,28	7,38	9,69	1,58	1,94	4,07	16,27	24,86	8,44	2,78

Sembrerebbe, quindi, che il nuovo studio settore sia riuscito a “clusterizzare” meglio la realtà delle imprese sarde operanti nel settore.

Si ricorda che, dai dati forniti dalla Sose nel corso della videoconferenza del 15 settembre, le imprese sarde operanti nel settore, nell’anno 2008, sono solo 2.232, il 2,7% del totale di quelle nazionali e, per la Sardegna, sono stati previsti solo 15 dei 20 gruppi omogenei regionali.

Fa però riflettere il fatto che i ricavi puntuali di riferimento calcolati sono risultati, sempre, notevolmente inferiori a quelli dichiarati dai contribuenti, situazione che potrebbe dipendere essenzialmente da due diversi fattori: o gli esempi scelti per la sperimentazione non sono validi, oppure tutte le attività selezionate non rientrano nell’ intervallo di confidenza che dovrebbe, naturalmente, ricomprendere il 99% dei soggetti del campione.

La situazione descritta è evidente se si analizzano i dati riportati nella seguente tabella:

N. Esempio	1- Arzachena	2 - Olbia	3- Sassari	4 - Sassari	5 - Sassari	6 - Sassari	7 - Sassari	8 - Sassari	9 - Sassari	10 - Sassari	11 - Sassari
<b>ricavo dichiarato</b>	128.028,00	55.822,00	381.994,00	193.693,00	836.335,00	329.524,00	1.484.883,00	501.510,00	107.730,00	859.076,00	210.183,00
<b>puntuale sperimentale</b>	120.862,00	40.911,00	358.774,00	172.008,00	789.944,00	270.950,00	1.412.677,00	476.330,00	85.140,00	835.294,00	220.976,00
<b>minimo sperimentale</b>	111.179,00	36.645,00	339.815,00	166.473,00	769.950,00	262.136,00	1.378.372,00	427.422,00	80.900,00	806.588,00	206.436,00
<b>differenza tra dichiarato e puntuale</b>	7.166,00	14.911,00	23.220,00	21.685,00	46.391,00	58.574,00	72.206,00	25.180,00	22.590,00	23.782,00	-10.793,00
<b>% differenza tra dichiarato e puntuale</b>	5,6	26,71	6,08	11,2	5,55	17,78	4,86	5,02	20,97	2,77	-5,14
<b>correttivo crisi vecchio studio</b>	8.719,00	0	0	0	0	0	0	27.094,00	0	46.352,00	14.170,00

Nella tabella sono state evidenziate, infatti, le differenze in valore assoluto ed in valore percentuale tra i ricavi dichiarati dai contribuenti e quelli calcolati in via sperimentale; in alcuni esempi, nn. 6 e 9, la differenza è senz’altro consistente: i contribuenti dichiarano ricavi in misura pari ad euro 329.524,00, esempio n. 6, mentre la sperimentazione prevede ricavi congrui per Euro 270.950,00 (17,78% in meno), nell’esempio n. 9, a fronte di ricavi dichiarati per Euro 107.730,00, risultano ricavi congrui per Euro 85.140,00 (20,97 % in meno).

## Esempi Provincia di Nuoro

Gli esempi complessivamente elaborati per la Provincia di Nuoro sono 03, di cui 2 concernenti soggetti operanti nella provincia di Nuoro (Orosei) ed uno con sede legale ed luogo di esercizio sito nel capoluogo Nuorese.

Raffrontando le risultanze degli esempi VM05U con quelle degli studi trasmessi è emersa una generale riduzione indifferenziata del livello dei ricavi di riferimento (i ricavi puntuali di riferimento sono diminuiti da un minimo del 10,20% al massimo di 23,23%), una sensibile variazioni degli indici di coerenza e qualche variazione nei cluster.

Di seguito si riportano le tabelle riassuntive degli esempi elaborati, con il raffronto dei diversi dati.

STUDIO UM05U	es. n. 1	
SEDE ATTIVITA'	OROSEI	
CODICE ATTIVITA'	477120 (Comm. Al dettaglio di Confezioni per bambini e neonati)	
TIPO DI CONTABILITA'	RF ORDINARIA	
PERSONA FISICA/SOCIETA'	PERSONA FISICA	
PERSONALE ADDETTO ALL'ATTIVITA'	no	
MQ DESTINATI AD ESPOSIZIONE	80	
FASCIA QUALITATIVA OFFERTA	MEDIA	
MODALITA' DI ACQUISTO PREVALENTE	Acquisto tramite intermediari del commercio	
MODALITA' ORGANIZZATIVA	PROPRIO	
<b>ANALISI DELLA CONGRUITA'</b>		
	<b>STUDIO VECCHIO</b>	<b>STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE</b>
ESITO	NON CONGRUO	CONGRUO
Ricavi dichiarati ai fini della congruita	83.621,00	83.621,00
Valore puntuale	88.862,00	79.049,00
Valore minimo	87.360,00	71.902,00
Cluster prevalente	Negozi di abbigliamento per bambini	Negozi che vendono prevalentemente abbigliamento per bambino
<b>ANALISI NORMALITA' ECONOMICA (integrata con le modifiche riferite alla crisi)</b>		
	<b>STUDIO VECCHIO</b>	<b>STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE</b>
Correttivo congiunturale di settore	-	-
Ricavo puntuale da congruità e normalità	-	-
Ricavo minimo da congruità e normalità	-	-
<b>ANALISI DELLA COERENZA</b>		
	<b>STUDIO VECCHIO</b>	<b>STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE</b>
ESITO		
Durata delle scorte	501,07 ( vm = 0- V.M. 494) NON coerente	501,47 (vm =0 - VM = 607) coerente
Ricarico	1,40(vm =1,38- V M.= 3) coerente	1,40 (vm=1,23 - VM = 4,27) coerente
Valore aggiunto lordo per addetto	9,89 (vm 10,89 - VM = 35) NON coerente	17,75(vm= 10,24- VM = 157,73) coerente

STUDIO UM05U	es. n. 2
SEDE ATTIVITA'	NUORO
CODICE ATTIVITA'	477110 (Comm. Al dettaglio di Confezioni per adulti)
TIPO DI CONTABILITA'	RF ORDINARIA
PERSONA FISICA/SOCIETA'	PERSONA FISICA
PERSONALE ADDETTO ALL'ATTIVITA'	no
MQ DESTINATI AD ESPOSIZIONE	80
FASCIA QUALITATIVA OFFERTA	MEDIA
MODALITA' DI ACQUISTO PREVALENTE	Acquisto tramite intermediari del commercio
MODALITA' ORGANIZZATIVA	PROPRIO

#### ANALISI DELLA CONGRUITA'

	STUDIO VECCHIO	STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE
ESITO	NON CONGRUO	CONGRUO
Ricavi dichiarati ai fini della congruita	193.379,00	193.379,00
Valore puntuale	217.458,00	166.945,00
Valore minimo	211.029,00	157.431,00
Cluster prevalente	Negozi di abbigliamento per bambini	Negozi che vendono prevalentemente abbigliamento per bambino

#### ANALISI NORMALITA' ECONOMICA (integrata con le modifiche riferite alla crisi)

	STUDIO VECCHIO	STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE
Correttivo congiunturale di settore	2.696,00	-
Ricavo puntuale da congruità e normalità	214.762,00	166.945,00
Ricavo minimo da congruità e normalità	208.333,00	157.431,00

#### ANALISI DELLA COERENZA

	STUDIO VECCHIO	STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE
ESITO		
Durata delle scorte	367,72 (vm = 0- V.M. 472) coerente	367,72(vm = 0 - VM = 607) coerente
Ricarico	1,40(vm = 1,4 - V.M. = 3) non coerente	1,40 (vm=1,23 - VM = 4,27) coerente
Valore aggiunto lordo per addetto	16,44(vm 12,23 - VM = 35) coerente	30,24 (vm= 111,14- VM = 157,73) coerente

STUDIO UM05U	es. n. 3
SEDE ATTIVITA'	OROSEI
CODICE ATTIVITA'	477110 (Comm. Al dettaglio di Confezioni per adulti)
TIPO DI CONTABILITA'	RG SEMPLIFICATA
PERSONA FISICA/SOCIETA'	PERSONA FISICA
PERSONALE ADDETTO ALL'ATTIVITA'	no
MQ DESTINATI AD ESPOSIZIONE	80
FASCIA QUALITATIVA OFFERTA	MEDIA
MODALITA' DI ACQUISTO PREVALENTE	Acquisto tramite intermediari del commercio
MODALITA' ORGANIZZATIVA	PROPRIO

#### ANALISI DELLA CONGRUITA'

	STUDIO VECCHIO	STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE
ESITO		

Ricavi dichiarati ai fini della congruità	43.507,00	43.507,00
Valore puntuale	-	45.896,00
Valore minimo	-	42.616,00
Cluster prevalente	Negozi che vendono prevalentemente intimo, calzetteria e maglieria per adulti	Negozi con assortimento generalmente ampio
<b>ANALISI NORMALITA' ECONOMICA (integrata con le modifiche riferite alla crisi)</b>		
	<b>STUDIO VECCHIO</b>	<b>STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE</b>
Correttivo congiunturale di settore	-	
Ricavo puntuale da congruità e normalità		
Ricavo minimo da congruità e normalità		
<b>ANALISI DELLA COERENZA</b>		
	<b>STUDIO VECCHIO</b>	<b>STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE</b>
<b>ESITO</b>		
Durata delle scorte	1072 (vm = 0- V.M. 692 non coerente	1072 (vm = 0 - VM = 618) non coerente
Ricarico	1,5 (vm = 1,42 - V.M. = 3) coerente	1,50 (vm = 1,26 - VM = 4,27) coerente
Valore aggiunto lordo per addetto	0,92 (vm 10,76 - VM = 35,02) non coerente	10,845 (vm = 8,16 - VM = 157,73) coerente

Complessivamente, quindi, dai dati sopra riportati, emerge appunto un ridimensionamento dei valori sperimentali dei ricavi puntuali e minimi di riferimento, rispetto a quelli previsti dagli studi di settore attuali; la variazione in diminuzione ha caratterizzato tutti gli esempi elaborati, senza distinzione di tipologia organizzativa, luogo di esercizio delle attività, etc.,

<i>n. esempio</i>	<i>1- Orosei</i>	<i>2 - Nuoro</i>	<i>3- Orosei</i>
<b>ricavo dichiarato</b>	83.621,00	193.379,00	43.507,00
<b>puntuale vecchio studio</b>	88.862,00	217.458,00	**
<b>puntuale sperimentale</b>	79.798,00	166.945,00	45.896,00
<b>differenza</b>	<b>9.064,00</b>	<b>50.513,00</b>	<b>#VALORE!</b>
<b>% variazione</b>	10,20	23,23	<b>#VALORE!</b>
<b>minimo vecchio studio</b>	87.360,00	211.029,00	
<b>minimo sperimentale</b>	72.651,00	157.431,00	42.616,00
<b>differenza</b>	<b>14.709,00</b>	<b>53.598,00</b>	<b>-42.616,00</b>
<b>% variazione</b>	16,84	25,40	<b>#DIV/0!</b>

\*\* valore dichiarato congruo dal vecchio studio

non calcolati valori minimo e massimo

Sembrerebbe, quindi, che il nuovo studio settore sia riuscito a "clusterizzare" meglio la realtà delle imprese sarde operanti nel settore.

Fa però riflettere il fatto che i ricavi puntuali di riferimento calcolati sono risultati, sempre, notevolmente inferiori a quelli dichiarati dai contribuenti, situazione che potrebbe dipendere essenzialmente da due diversi fattori: o gli esempi scelti per la sperimentazione non sono validi, oppure tutte le attività selezionate non rientrano nell' intervallo di confidenza che dovrebbe, naturalmente, ricomprendere il 99% dei soggetti del campione.

Nella tabella di seguito riportata sono state evidenziate le differenze in valore assoluto ed in valore percentuale tra i ricavi dichiarati dai contribuenti e quelli calcolati in via sperimentale; nei primi due casi si evidenzia uno scostamento negativo compreso tra il 4,57 e il 13,67% fra il valore dichiarato e il valore minimo puntuale e solo nel terzo caso uno scostamento positivo di € 2.389,00.

esempio	1- Orosei	2 - Nuoro	3- Orosei
ricavo dichiarato	83.621,00	193.379,00	43.507,00
puntuale sperimentale	79.798,00	166.945,00	45.896,00
minimo sperimentale	72.651,00	157.431,00	42.616,00
differenza tra dichiarato e puntuale	3.823,00	26.434,00	-2.389,00
% differenza tra dichiarato e puntuale	4,57	13,67	-5,49
correttivo crisi vecchio studio	0,00	2.696,00	0

### Esempi Provincia di Cagliari

Gli esempi complessivamente elaborati per la Provincia di Cagliari sono 5, di cui 3 concernenti soggetti operanti nella provincia di Carbonia e Iglesias, uno a Cagliari e uno con domicilio fiscale in Cagliari e unità operativa a Tonara (NU).

Raffrontando le risultanze degli esempi VM05U con quelle degli studi trasmessi è emersa una generale riduzione indifferenziata del livello dei ricavi di riferimento (i ricavi puntuali di riferimento sono diminuiti da un minimo del 2,62% al massimo di 20,55%), una sensibile variazioni degli indici di coerenza e qualche variazione nei cluster.

Di seguito si riportano le tabelle riassuntive degli esempi elaborati, con il raffronto dei diversi dati.

STUDIO UM05U	esempio CA15
SEDE ATTIVITA'	CAGLIARI
CODICE ATTIVITA'	477210 (Comm. Al dettaglio di calzature e accessori)
TIPO DI CONTABILITA'	RG SEMPLIFICATA
PERSONA FISICA/SOCIETA'	PERSONA FISICA
PERSONALE ADDETTO ALL'ATTIVITA'	NO
MQ DESTINATI AD ESPOSIZIONE	40
FASCIA QUALITATIVA OFFERTA	MEDIA
MODALITA' DI ACQUISTO PREVALENTE	Acquisto tramite intermediari di commercio
MODALITA' ORGANIZZATIVA	PROPRIO

ANALISI DELLA CONGRUITA'			
ESITO	STUDIO VECCHIO		STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE
	CONGRUO		CONGRUO
Ricavi dichiarati ai fini della congruita		53.644,00	53.644,00
Valore puntuale		52.033,00	48.314,00
Valore minimo		51.072,00	38.015,00



Cluster prevalente	negozi di calzature per adulti	Negozi che vendono prevalentemente calzature
--------------------	--------------------------------	--

#### ANALISI NORMALITA' ECONOMICA (integrata con le modifiche riferite alla crisi)

	STUDIO VECCHIO	STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE
Maggiori ricavi da normalità economica*	-	-
Ricavo puntuale da congruità e normalità e crisi economica	52.033,00	48.314,00
Ricavo minimo da congruità e normalità	51.072,00	38.015,00

\*incidenza dei costi residuali di gestione sui ricavi

#### ANALISI DELLA COERENZA

	STUDIO VECCHIO	STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE
ESITO	NON COERENTE	COERENTE
Durata delle scorte	583,77 (vm=0 - V M = 540,00) non coerente	377,75 (vm=0 - V M = 644,00) coerente
Ricarico	1,62 (vm=1,41- VM = 3,00) coerente	1,5 (vm=1,26 - VM = 4,27) coerente
Valore aggiunto lordo per addetto	17,76 (vm=12,89 - VM= 45) coerente	17,76 (vm=13,29 - VM= 157,73) coerente

STUDIO UM05U  
SEDE ATTIVITA'

esempio CA16  
CARBONIA

CODICE ATTIVITA'

477130(Comm. Al dettaglio di biancheria personale, maglieria, camicie)

TIPO DI CONTABILITA'

RG SEMPLIFICATA

PERSONA FISICA/SOCIETA'

PERSONA FISICA

PERSONALE ADDETTO ALL'ATTIVITA'

SI

MQ DESTINATI AD ESPOSIZIONE

60

FASCIA QUALITATIVA OFFERTA

ECONOMICA

MODALITA' DI ACQUISTO PREVALENTE

Acquisto tramite intermediari di commercio

MODALITA' ORGANIZZATIVA

PROPRIO

#### ANALISI DELLA CONGRUITA'

	STUDIO VECCHIO	STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE
ESITO	NON CONGRUO	CONGRUO
Ricavi dichiarati ai fini della congruita	109.699,00	109.699,00
Valore puntuale	130.852,00	103.956,00
Valore minimo	127.963,00	98.424,00
Cluster prevalente	negozi che vendono prevalentemente intimo e calzetteria	Negozi che vendono prevalentemente intimo, abbigliamento mare e calzetteria

#### ANALISI NORMALITA' ECONOMICA (integrata con le modifiche riferite alla crisi)

	STUDIO VECCHIO	STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE
Maggiori ricavi da normalità economica*	-	-
Ricavo puntuale da congruità e normalità e crisi economica	127.450,00	103.956,00
Ricavo minimo da congruità e normalità	124.561,00	98.424,00

\*incidenza dei costi residuali di gestione sui ricavi

#### ANALISI DELLA COERENZA

	STUDIO VECCHIO	STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE
ESITO	NON COERENTE	COERENTE

Durata delle scorte	202,43 (vm=0 - V M = 553) coerente	202,43 (vm=0 - V M = 741) coerente
Ricarico	1,28(vm=1,36- VM = 3,00) non coerente	1,28 (vm=1,27- VM = 4,27) coerente
Valore aggiunto lordo per addetto	12,70 (vm=9,7 - VM= 35) coerente	12,70 (vm=11,59 - VM= 157,73) coerente

STUDIO UM05U	esempio CA17
SEDE ATTIVITA'	CARBONIA
CODICE ATTIVITA'	477210 (Comm. Al dettaglio di calzature e accessori)
TIPO DI CONTABILITA'	RG SEMPLIFICATA
PERSONA FISICA/SOCIETA'	PERSONA FISICA
PERSONALE ADDETTO ALL'ATTIVITA'	SI
MQ DESTINATI AD ESPOSIZIONE	59
FASCIA QUALITATIVA OFFERTA	MEDIA/ECONOMICA
MODALITA' DI ACQUISTO PREVALENTE	Acquisto da commercianti all'ingrosso
MODALITA' ORGANIZZATIVA	PROPRIO

ANALISI DELLA CONGRUITA'		
	STUDIO VECCHIO	STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE
ESITO	NON CONGRUO	NON CONGRUO
Ricavi dichiarati ai fini della congruita	69.443,00	69.443,00
Valore puntuale	104.260,00	101.527,00
Valore minimo	101.635,00	83.619,00
Cluster prevalente	negozi di calzature per adulti	Negozi che vendono prevalentemente calzature

ANALISI NORMALITA' ECONOMICA (integrata con le modifiche riferite alla crisi)		
	STUDIO VECCHIO	STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE
Maggiori ricavi da normalità economica*	-	-
Ricavo puntuale da congruità e normalità e crisi economica	102.675,00	101.527,00
Ricavo minimo da congruità e normalità	100.050,00	83.619,00

\*incidenza dei costi residuali di gestione sui ricavi

ANALISI DELLA COERENZA		
	STUDIO VECCHIO	STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE
ESITO	NON COERENTE	NON COERENTE
Durata delle scorte	574,38 (vm=0 - V M = 540,00) non coerente	574,377(vm=0 - V M = 644,00) coerente
Ricarico	1,06 (vm=1,35- VM = 3,00) non coerente	1,05 (vm=1,26 - VM = 4,27) non coerente
Valore aggiunto lordo per addetto	0,36 (vm=10,35 VM= 45) non coerente	0,36 (vm=10,56- VM= 157,73) non coerente

STUDIO UM05U	esempio CA18
SEDE ATTIVITA'	CARBONIA
CODICE ATTIVITA'	477130(Comm. Al dettaglio di biancheria personale, maglieria, camicie)
TIPO DI CONTABILITA'	RG SEMPLIFICATA
PERSONA FISICA/SOCIETA'	PERSONA FISICA
PERSONALE ADDETTO ALL'ATTIVITA'	NO
MQ DESTINATI AD ESPOSIZIONE	30
FASCIA QUALITATIVA OFFERTA	FINE/MEDIA
MODALITA' DI ACQUISTO PREVALENTE	Acquisto tramite intermediari di commercio

**ANALISI DELLA CONGRUITA'**

	STUDIO VECCHIO	STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE
<b>ESITO</b>	<b>CONGRUO</b>	<b>CONGRUO</b>
Ricavi dichiarati ai fini della congruita	48.943,00	48.943,00
Valore puntuale	45.290,00	41.359,00
Valore minimo	44.529,00	38.573,00
Cluster prevalente	negozi che vendono prevalentemente intimo e calzetteria	Negozi che vendono prevalentemente intimo, abbigliamento mare e calzetteria

**ANALISI NORMALITA' ECONOMICA (integrata con le modifiche riferite alla crisi)**

	STUDIO VECCHIO	STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE
Maggiori ricavi da normalità economica*	-	-
Ricavo puntuale da congruità e normalità e crisi economica	46.838,00	42.617,00
Ricavo minimo da congruità e normalità	46.077,00	39.831,00

\*incidenza dei costi residuali di gestione sui ricavi

**ANALISI DELLA COERENZA**

	STUDIO VECCHIO	STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE
<b>ESITO</b>	<b>NON COERENTE</b>	<b>NON COERENTE</b>
Durata delle scorte	819,25 (vm=0 - V M = 648) non coerente	819,25 (vm=0 - V M = 741) non coerente
Ricarico	1,53 (vm=1,36- VM = 3,00) coerente	1,53 (vm=1,27- VM = 4,27) coerente
Valore aggiunto lordo per addetto	6,39 (vm=9,7 - VM= 35) non coerente	15,587 (vm=9,42 - VM= 157,73) coerente

STUDIO UM05U  
SEDE ATTIVITA'esempio CA19  
TONARA

CODICE ATTIVITA'

477110(Comm. Al dettaglio di confezioni per adulti)

TIPO DI CONTABILITA'

RG SEMPLIFICATA

PERSONA FISICA/SOCIETA'

PERSONA FISICA

PERSONALE ADDETTO ALL'ATTIVITA'

SI

MQ DESTINATI AD ESPOSIZIONE

90

FASCIA QUALITATIVA OFFERTA

MEDIA/ECONOMICA

MODALITA' DI ACQUISTO PREVALENTE

Acquisto tramite intermediari di commercio

MODALITA' ORGANIZZATIVA

PROPRIO

**ANALISI DELLA CONGRUITA'**

	STUDIO VECCHIO	STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE
<b>ESITO</b>	<b>NON CONGRUO</b>	<b>NON CONGRUO</b>
Ricavi dichiarati ai fini della congruita	263.128,00	263.128,00
Valore puntuale	287.742,00	271.888,00
Valore minimo	281.968,00	264.869,00
Cluster prevalente	negozi di abbigliamento sportivo - casual	Negozi con assortimento generalmente ampio

**ANALISI NORMALITA' ECONOMICA (integrata con le modifiche riferite alla crisi)**

	STUDIO VECCHIO	STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE
Maggiori ricavi da normalità economica*	-	-

Ricavo puntuale da congruità e normalità e crisi economica	271.616,00	271.888,00
Ricavo minimo da congruità e normalità	265.842,00	264.869,00

\*incidenza dei costi residuali di gestione sui ricavi

#### ANALISI DELLA COERENZA

ESITO	STUDIO VECCHIO	STUDIO SPERIMENTALE SU BASE REGIONALE
	NON COERENTE	NON COERENTE
Durata delle scorte	196,68 (vm=0 - V M = 445,43) coerente	196,68 (vm=0 - V M = 618) coerente
Ricarico	1,22 (vm=1,41 - VM = 3,93) non coerente	1,22 (vm=1,26 - VM = 4,27) non coerente
Valore aggiunto lordo per addetto	28,92 (vm=11,91 - VM= 39,92) coerente	29,13 (vm=8,17 - VM= 157,73) coerente

Complessivamente, quindi, dai dati sopra riportati, emerge appunto un ridimensionamento dei valori sperimentali dei ricavi puntuali e minimi di riferimento, rispetto a quelli previsti dagli studi di settore attuali; la variazione in diminuzione ha caratterizzato tutti gli esempi elaborati, senza distinzione di tipologia organizzativa, luogo di esercizio delle attività, etc.

Fa però riflettere il fatto che i ricavi puntuali di riferimento calcolati sono risultati, in tre casi su cinque, notevolmente inferiori a quelli dichiarati dai contribuenti; situazione che potrebbe dipendere essenzialmente da due diversi fattori: o gli esempi scelti per la sperimentazione non sono validi, oppure tutte le attività selezionate non rientrano nell'intervallo di confidenza che dovrebbe, naturalmente, ricomprendere il 99% dei soggetti del campione.

Nella tabella di seguito riportata sono state evidenziate le differenze in valore assoluto ed in valore percentuale tra i ricavi dichiarati dai contribuenti e quelli calcolati in via sperimentale.

esempio	1 - Cagliari	2- Carbonia	3 - Carbonia	4- Carbonia	5- Tonara
ricavo dichiarato	53.644,00	109.699,00	69.443,00	48.943,00	263.128,00
puntuale sperimentale	48.314,00	103.956,00	101.527,00	41.359,00	271.888,00
minimo sperimentale	38.015,00	98.424,00	83.619,00	38.573,00	264.869,00
differenza tra dichiarato e puntuale	5.330,00	5.743,00	-32.084,00	7.584,00	-8.760,00
% differenza tra dichiarato e puntuale	9,94	5,24	-46,20	15,50	-3,33
correttivo crisi vecchio studio	0	2487	1585	0	16126

***Palermo 11/11/2010***

Ala Direzione Centrale Accertamento  
Settore Governo dell'Accertamento  
Ufficio Studi di Settore

Prot. n. 2010/73620

Oggetto: *Relazione studio VM05U, commercio al dettaglio, calzature, pelletterie e accessori.*

L'intero territorio regionale risente di una forte crisi economica che ha coinvolto tutti i settori produttivi ed in particolare proprio le imprese di piccole dimensioni che rappresentano la maggioranza delle attività presenti sul territorio.

Le imprese di piccole dimensioni costituiscono la struttura portante dell'apparato economico regionale Siciliano e rappresentato circa l'80% dei titolari di Partita Iva.

La maggior parte di dette attività sono ubicate in piccoli Comuni dove si registrano evidenti situazioni di marginalità culturale, economica e sociale che tendono ad aggravarsi con decremento della popolazione residente.

La carenza delle infrastrutture viarie e ferroviarie di queste aree aggrava ulteriormente la loro marginalità.

Il comparto commerciale è caratterizzato dall'aggravarsi della crisi delle vendite al dettaglio sotto la spinta della media e grande distribuzione e il tendenziale ridimensionamento della rete "tradizionale".

Le situazioni evidenziate potrebbero effettivamente rappresentare, ove esattamente e debitamente documentate, situazioni di impedimento al normale svolgimento dell'attività, che potrebbero giustificare la non congruità agli studi di settore.

### **Criticità specifiche**

Fatte queste premesse di ordine generale si evidenziano le criticità del settore del commercio al dettaglio di abbigliamento, calzature, pelletterie e accessori, che l'attuale studio di settore non prende in considerazione:

- L'aumento esponenziale dei ricavi nel periodo degli sconti con notevole riduzione della percentuale di ricarico;
- L'ubicazione di molte attività economiche nell'entroterra siciliano colpito dal calo demografico della popolazione;
- L'apertura in tutta la Sicilia di grandi centri commerciali;
- La concorrenza dei prodotti made in Cina che hanno notevolmente distorto il mercato;

Inoltre la versione dello studio di settore "TM05U" non tenendo conto dell'ubicazione dell'esercizio nell'ambito del comune ha creato notevoli disparità tra le medesime attività commerciali.

Ad esempio, nella zona periferica di Agrigento insiste un quartiere denominato "Montaperto che è distante, senza continuità di case ed abitazioni, circa 10 Km dal centro cittadino di Agrigento. Inoltre Montaperto presenta un tessuto sociale ed una realtà economica (basata principalmente sull'agricoltura) a bassissimo grado di benessere e con assenza di molte strutture commerciali.

Tuttavia lo studio di non ha mai previsto alcun correttivo territoriale.

Pertanto, appare opportuno che l'indicatore di coerenza e quello di normalità economica relativo alla voce "Ricarico" e " Margine operativo lordo" siano tarati tenendo conto dei disvalori nel senso sopra descritto.

Il Vice Presedente dell'Osservatorio

Dr Francesco Filippo Tigano

**OSSERVATORIO REGIONALE  
PER L'ADEGUAMENTO DEGLI STUDI DI SETTORE  
ALLE REALTÀ ECONOMICHE LOCALI**

-----

**PARERE SU IPOTESI DI STUDIO VM05U**

In data 15 settembre 2010, in videoconferenza con la Direzione Centrale Accertamento, è stata presentata agli Osservatori Regionali l'ipotesi di studio di settore VM05U, relativo al commercio al dettaglio per abbigliamento, calzature, pelletterie e accessori, in fase di elaborazione su base regionale.

A seguito della videoconferenza sono pervenuti alla Direzione Regionale della Toscana 118 esempi, grazie alla fattiva collaborazione di Vincenzo Calderone (Confesercenti Toscana) e Gianni Picchi (Confcommercio Toscana). Gli esempi sono quindi stati inseriti nell'area riservata del sito [www.sose.it](http://www.sose.it) per la successiva analisi.

Dei 118 esempi inseriti, SOSE ha potuto elaborarne 105. Per i rimanenti 13 l'elaborazione non è stata possibile per mancanza o incoerenza di alcuni dati o per la mancata trasmissione degli esempi secondo le specifiche di Gerico.

Dall'esame delle risultanze delle analisi effettuate da SOSE, i rappresentanti di Confcommercio e Confesercenti, che hanno trasmesso gli esempi, hanno fatto pervenire a questa Direzione le proprie osservazioni ai fini della predisposizione del parere richiesto e che si uniscono in allegato.

Gli esempi trasmessi sono relativi a diversi codici attività ed a soggetti con diversa dislocazione territoriale, anche operanti nelle aree gravitazionali dei Factory Outlet Center (F.O.C.). Molti soggetti analizzati hanno rilevanti corrispettivi, conseguiti molto spesso con vendite di fine stagione anche per importi significativi, trattandosi soprattutto di aziende ubicate in zone fortemente influenzate proprio dalla concorrenza dei canali di vendita rappresentati dai F.O.C.

In linea generale, dalle relazioni pervenute, sembra che il nuovo studio consenta un più facile raggiungimento della soglia di congruità. Diversi esempi, che avrebbero evidenziato un esito non congruo con l'applicazione dello studio UM05U, presentano invece, col nuovo studio, ricavi congrui o nell'intervallo di confidenza.

Anche la coerenza risulterebbe più facile da conseguire, a seguito dell'ampliamento della forbice tra valore minimo e massimo. Esempi che avrebbero manifestato indici non coerenti con l'applicazione dello studio UM05 presentano ora indici coerenti, soprattutto per durata delle scorte e valore aggiunto per addetto.

Riguardo alla clusterizzazione, si evidenzia che, le relazioni pervenute, se da un alto fanno rilevare una più precisa individuazione nei cluster di appartenenza, di contro, per alcuni esempi, hanno segnalato delle criticità. La possibile causa viene attribuita alla riduzione del

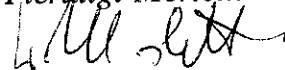
numero dei cluster. A questo proposito si ritiene che vada comunque tenuto presente che la regionalizzazione dello studio ha consentito di individuare un numero di funzioni di ricavo, a livello nazionale, decisamente superiore rispetto a quello previsto per il vecchio studio di settore.

Infine si segnala che nelle relazioni sono state manifestate alcune perplessità riguardo agli effetti "correttivi" a favore di attività all'interno delle cosiddette "aree gravitazionali" dei F.O.C. e riguardo all'efficacia ed al funzionamento della "territorialità" su base comunale e regionale.

Ulteriori elementi di valutazione, su singoli esempi, sono riportati nelle relazioni allegare, con particolare riferimento alle province di Pistoia e di Grosseto.

Il PRESIDENTE

*Pierluigi Merletti*





**OSSERVAZIONI AI RISULTATI DEL NUOVO STUDIO DI SETTORE VM05U  
NELLA REGIONE TOSCANA**

Nell'attuale fase di elaborazione su base regionale dello studio UM05U, al fine di garantire la massima rispondenza dello strumento di accertamento al tessuto imprenditoriale della regione Toscana, si provvede ad inviare una serie di osservazioni pervenuteci dalle Associazioni aderenti.

In premessa, si sottolinea la circostanza che gran parte degli studi in questione riportano valori relativi a rilevanti corrispettivi conseguiti con vendite di fine stagione e con vendite promozionali, conseguenza del fatto che si tratta spesso di aziende ubicate in zone fortemente influenzate dalla concorrenza di canali di vendita rappresentati dai Factory Outlet Center (F.O.C.). Inoltre, è opportuno tener presente la forte variabilità nell'articolazione delle merceologie oggetto di commercio, a seconda che l'attività sia svolta presso grandi città o piccoli centri in base al livello di specializzazione del prodotto.

I risultati raccolti sono in linea generale confortanti rispetto a quelli prodotti dal precedente studio di settore.

Si segnala, infatti, una più precisa individuazione nei Cluster di appartenenza e un più facile raggiungimento della soglia di congruità e degli indici di coerenza, soprattutto con riferimento alla durata delle scorte e al valore aggiunto per addetto. In altri termini, un buon numero di studi di settore non congrui, con l'applicazione del precedente UM05U, riescono ad ottenere la congruità o entrano nella forbice tra il ricavo puntuale ed il minimo. Solo in qualche caso, forse per effetto della non perfetta identificazione nel Cluster di riferimento, i valori puntuali possono risultare "critici", per l'applicazione di ricarichi più alti.

Non mancano, tuttavia, note critiche, come le osservazioni pervenute con riferimento alla Provincia di Pistoia, dove rispetto al passato si è rilevato:

- un aumento di circa il 10% del numero delle ditte non congrue;
- una maggiore esigenza di adeguamento dei ricavi dichiarati (da 3% a 10%);
- che tra le imprese non più congrue, a seguito dell'applicazione del nuovo studio, molte raggiungevano la congruità per effetto dei correttivi anticrisi;
- che la non congruità mantiene inalterata la coerenza che prevede minimi e massimi più ampi rispetto allo studio precedente;
- che in presenza di più punti vendita prevale il cluster che prevede più negozi rispetto alla tipologia degli articoli trattati.

Considerazioni sempre di segno negativo pervengono anche dalla provincia di Grosseto per quanto concerne il Cluster 5, ovvero per i negozi che vendono prevalentemente abbigliamento per bambino.

Due i casi segnalati: nel primo, l'applicazione del nuovo studio ha evidenziato miglioramenti quasi impercettibili, nonostante si tratti di un soggetto che ha dichiarato di realizzare il 45% del proprio fatturato nel periodo dei saldi di fine stagione ed ha concluso un'importante operazione di stoccaggio merce per un valore di circa 60.000,00 euro al prezzo di acquisto.

Nel secondo caso, il nuovo studio ha mostrato un risultato peggiorativo per effetto dell'incoerenza sulla "Durata delle scorte" il cui indicatore massimo risulta sensibilmente ridotto rispetto a quello fissato dal precedente studio . Alla luce di tali considerazioni, viene auspicata, per lo specifico Cluster 5, un'attenta revisione dei valori delle variabili da cui poi scaturisce deriva il risultato di congruità.

Infine, con riferimento alla territorialità, si ritiene ancora poco apprezzabile e valutabile l'efficacia ed il funzionamento della "territorialità" su base comunale e regionale.

## Studio di settore VM05U

### Bozza/Nota

Dal confronto con i dati trasmessi con gli studi di settore UM05U ed i report trasmessi dalla Sose, abbiamo potuto apprezzare:

1. Individuazione di gruppi omogenei: a causa della riduzione dei cluster, alcuni gruppi vengono inseriti in categorie non proprio aderenti alla realtà, con il rischio di alterare l'assegnazione dei ricarichi;
2. Indici di coerenza: ampliate le "forbici" di coerenza degli indicatori rispetto alla distribuzione ventifica. Il posizionamento degli indicatori con il VM05U "correggono" positivamente posizioni non coerenti nella versione precedente. Gli indicatori così concepiti sono sicuramente più aderenti alla realtà di settore.
3. Congruità: un buon numero di studi di settore non congrui, con l'applicazione del VM05U ottengono la congruità o entrano nella forbice tra il ricavo puntuale ed il minimo. In qualche caso, forse per effetto della non perfetta collocazione nel cluster di riferimento, alcuni parametri di congruità risultano "critici" forse per la presunzione di ricarichi più alti (vedi punto 1)).

Per quanto riguarda la territorialità su base regionale, sui cui l'Osservatorio è chiamato ad esprimere un parere, premesso che:

1. Sono stati trasmessi esempi con i seguenti criteri di selezione:
  - a) Varietà dei codici di attività per verificare l'assegnazione in gruppi omogenei;
  - b) Varietà di Province/Comuni per verificarne l'assegnazione nei cluster territoriali;
  - c) Esempi relativi a contribuenti che operano nelle "aree gravitazionali" dei F.O.C.

Dall'analisi dei report ricevuti si rileva l'indicazione dei cluster territoriali solo nella nota di riferimento alla tipologia di impresa sotto l'indicatore del Valore aggiunto per addetto.

Rispetto al UM05U si fa riferimento ai cluster 3,5,6, ad eccezione di due comuni in cui si evidenziano i cluster 1,2,4,7. Le differenze di collocamento in questi gruppi, ad una prima osservazione, non sono chiare.

Non sono evidenti gli effetti "correttivi" a favore di attività all'interno delle cosiddette "aree gravitazionali" dei F.O.C.

In assenza di commenti o chiarimenti da parte di SOSE non è apprezzabile e valutabile l'efficacia ed il funzionamento della "territorialità" su base comunale e regionale.

***Bolzano, 10 novembre 2010***

Alla Segreteria della Commissione degli  
Esperti  
Presso  
Agenzia delle Entrate  
Direzione Centrale Accertamento  
Ufficio Studi di settore  
Roma

Prot. 2010/106798

***OGGETTO: Studio di settore VM05U.***

Con riferimento alla nota prot. n. 2010/129014 del 13 settembre 2010 della Direzione Centrale Accertamento, Ufficio Studi di settore, si comunica quanto segue:

premesso che alla videoconferenza del 15 settembre 2010, di presentazione dello studio di cui si tratta, sono stati invitati a partecipare tutti i componenti dell'Osservatorio Provinciale della Provincia di Bolzano, tra questi il rappresentante dell'associazione di categoria specificamente interessato allo studio, l'Unione commercio turismo servizi Alto Adige, si è impegnato a individuare alcuni casi pratici, che ha trasmesso al portale della Società per gli Studi di settore entro la scadenza del 15 ottobre 2010;

ciò posto, nel riportare il testo del parere redatto dal rappresentante dell'Unione commercio turismo servizi Alto Adige, si evidenzia che non sono emerse criticità a livello locale e che l'esito delle valutazioni in merito al funzionamento dello studio in oggetto da parte dell'Osservatorio Provinciale della Provincia di Bolzano è da considerarsi sostanzialmente favorevole.

### **Studio di Settore VM05U – Valutazione dei risultati di elaborazione degli esempi inviati**

Su invito dell'Osservatorio Provinciale e considerato le attività comprese all'interno dello studio di settore VM05U e riferite al commercio al dettaglio di abbigliamento e calzature, abbiamo provveduto ad inviare a So.Se. alcuni esempi concreti relativi ad altrettante attività

interessate, utilizzando i dati in nostro possesso. Per tali esempi si è cercato di raccogliere posizioni diverse per dimensione, localizzazione, soggetto e attività esercitata.

Dettaglio delle attività individuate per gli esempi:

	PF	SP	SC	Ordinaria	Semplificata	<b>TOTALE</b>
<b>477110</b> - Commercio al dettaglio di confezioni per adulti	2	2		2	2	4
<b>477210</b> - Commercio al dettaglio calzature ed accessori	2	1	1	4		4
<b>477120</b> - Commercio al dettaglio confezioni bambini e neonati	1				1	1
<b>477130</b> - Commercio al dettaglio di biancheria personale, maglieria, camicie	1				1	1
<b>Totale</b>						<b>10</b>

Dettaglio dei risultati:

	A) Risultato Calcolo Studi Inviati		B) Esito report di Sose	
	Nr.	Note	Nr.	Note
<b>Congruo/Coerente</b>	<b>5</b>	(di cui 1 per effetto dei correttivi anticrisi)	<b>4</b>	
<b>Congruo/Non coerente</b>	<b>2</b>	(di cui 2 per effetto dei correttivi anticrisi)	<b>0</b>	
<b>Non congruo/Coerente</b>	<b>0</b>		<b>4</b>	(di cui 4 tra minimo e puntuale)
<b>Non congruo/Non coerente</b>	<b>3</b>	(di cui 1 tra minimo e puntuale)	<b>1</b>	(di cui 0 tra minimo e puntuale)
<b>Scartato non valido</b>			<b>1</b>	
<b>TOTALE</b>	<b>10</b>		<b>10</b>	

Commento:

Dal raffronto tra l'esito dell'elaborato di Sose (tab.B) ed il risultato di Gerico 2010 (tab.A) si rileva che il numero di soggetti congrui (tenendo conto dell'indice di normalità economica) si riduce (44% rispetto al 70%), anche se va evidenziato che l'effetto dei "correttivi anticrisi" negli esempi prodotti risulta determinante. (Non tenendo conto di detti correttivi infatti i soggetti congrui aumenta (44% rispetto al 40%).

In sostanza il livello di congruità, negli esempi utilizzati, pare non discostarsi molto rispetto a Gerico 2010. In alcuni esempi i dati di ricavo risultano migliorativi, in altri sono penalizzanti.

	Ricavo dichiarato	Studi Inviati		Report di Sose	
		Ricavo minimo	Ricavo puntuale	Ricavo minimo	Ricavo puntuale
<b>Esempio 1</b>	590.688	647.599	655.174	<b>585.391</b>	<b>609.155</b>
" 2	376.239	n.d.	378.717	<b>331.143</b>	<b>352.245</b>
" 3	172.091	n.d.	<b>170.269</b>	164.951	172.090
" 4	120.719	n.d.	n.d.	106.254	116.511
" 5	1.446.500	n.d.	<b>1.465.588</b>	1.406.791	1.471.965
" 6	3.090.113	n.d.	3.178.212	<b>Scarto</b>	<b>Scarto</b>
" 7	181.829	188.204	197.005	<b>179.692</b>	<b>186.668</b>
" 8	240.208	n.d.	239.836	227.642	<b>234.340</b>
" 9	244.082	n.d.	n.d.	236.299	248.303
" 10	146.228	<b>152.840</b>	<b>158.377</b>	161.399	177.093

Coerenza:

Sicuramente migliorativa risulta essere l'analisi dei dati di coerenza. L'elaborazione di So.se infatti riporta che solo in 1 caso tra le posizioni verificate è riscontrato la "non coerenza", che era invece rilevata in 5 posizioni da Gerico 2010.

Risulta altresì evidente l'ampliamento tra le soglie (minima e massima) di quasi tutti gli indicatori di coerenza. Tale ampliamento è da accogliere positivamente in quanto rispecchia maggiormente l'ampio spettro delle realtà economiche locali.

II CAPO UFFICIO  
F.to<sup>1</sup> Giuliana Danese \*

\* Firma su delega del Direttore Provinciale Ildebrando Pizzato

<sup>1</sup> Firma autografa sostituita a mezzo stampa ai sensi dell'art. 3, comma 2, D.Lgs. n. 39/93

*Direzione Provinciale di  
Trento*

*Osservatorio regionale per gli studi di  
settore*

*Trento, 10 novembre 2010*

***Prot. n.161747***

**Alla segreteria della  
COMMISSIONE DEGLI ESPERTI  
presso l'UFFICIO STUDI DI SETTORE  
DIREZIONE CENTRALE ACCERTAMENTO  
- ROMA -**

***OGGETTO: parere in ordine allo studio VM05U.***

L'Osservatorio Regionale della Direzione Provinciale di Trento si è riunito in data 15.09.2010 in occasione della videoconferenza organizzata dalla Direzione Centrale Accertamento per la presentazione dell'ipotesi di studio di settore **VM05U**, afferente il commercio al dettaglio di abbigliamento, calzature, pelletterie e accessori. L'Unione Commercio, Turismo, Servizi, Professioni e Piccole Medie Imprese e l'Associazione Artigiani e Piccole Imprese hanno fattivamente collaborato con la scrivente Direzione Provinciale per la sperimentazione dello studio in oggetto.

Attraverso il portale della Società per gli Studi di Settore sono stati trasmessi 45 esempi ed il file in formato *excel* contenente, per ciascuna posizione, le informazioni relative alla composizione del magazzino. A causa di incongruenze contenute nei modelli inviati per due posizioni non è stata possibile la rielaborazione da parte di SOSE. Il campione di imprese si è quindi ridotto a 43 posizioni.

Le imprese selezionate per la sperimentazione in oggetto rispecchiano pienamente la realtà economica provinciale: si tratta infatti principalmente di imprese di piccole-medie dimensioni (solamente per nove posizioni sono presenti più punti vendita), distribuite su tutto il territorio provinciale, dal capoluogo ai centri più piccoli di valli periferiche.

Le considerazioni espresse dai rappresentanti dell'Unione Commercio, Turismo, Servizi, Professioni e Piccole Medie Imprese e dell'Associazione Artigiani e Piccole Imprese sono le seguenti:

- il nuovo modello VM05U è risultato in grado di cogliere puntualmente la realtà economica trentina;
- le posizioni “congrue” sono passate da 31 a 21, ma si evidenzia quanto segue:
  - o 11 posizioni, pari al 25,58% del campione, “congrue, coerenti e normali” sono rimaste tali anche con l’applicazione del nuovo studio;
  - o tra le 11 “imprese congrue in virtù dei correttivi anticrisi 2009” si deve distinguere tra quelle che sono diventate “non congrue” (8) e quelle che invece con l’applicazione del nuovo studio sono risultate naturalmente “congrue” (3). In ogni caso per questi soggetti la comparazione tra il risultato del modello UM05U e il modello VM05U non risulta possibile;
- 4 soggetti “congrui” sono diventati “non congrui”, ma i ricavi dichiarati si collocano comunque all’interno dell’intervallo di confidenza;
- le imprese “non congrue” hanno invece visto diminuire il ricavo puntuale di riferimento, con un tendenziale ampliamento dell’intervallo di confidenza. Per 2 soggetti i ricavi dichiarati sono diventati “congrui”;
- solamente in 3 casi sono mutati gli esiti dell’applicazione degli indicatori di normalità economica: 2 soggetti sono diventati “normali”, mentre 1 posizione ha perso la “normalità”;
- per quanto riguarda la valutazione della coerenza i rappresentanti delle associazioni di categoria hanno espresso parere positivo, evidenziando l’aumento delle posizioni coerenti per tutti gli indicatori (“durata delle scorte”, “ricarico” e “valore aggiunto lordo per addetto”), che sono passate da 18 a 28. Le maggiori modifiche del risultato della coerenza hanno riguardato l’indicatore del “valore aggiunto lordo per addetto”.

L’unica considerazione critica svolta dalle associazioni di categoria riguarda l’assegnazione ai “*cluster*” delle imprese selezionate, che in alcuni casi è risultata errata. In particolare è emerso:

- l’errata assegnazione ad un *cluster* non corretto potrebbe essere attribuita a dubbi e conseguenti errori nella compilazione del quadro D “elementi specifici dell’attività”; è stata manifestata l’esigenza di una maggiore specificazione delle istruzioni del modello;
- in zone periferiche della provincia, le imprese hanno più punti vendita solo stagionalmente, ma vengono comunque assegnate al cluster “negozi con assortimento alquanto ampio che generalmente operano con più negozi”, *cluster* che non corrisponde alle modalità di esercizio dell’attività.



Di seguito si riassume l'esito della sperimentazione sul campione di 43 posizioni lavorate:

	<b>Studio UM05U</b>	<b>Studio VM05U</b>
<b>Numero soggetti congrui</b>	<b>31</b>	<b>21</b>
<b>Numero soggetti non congrui</b>	<b>12</b>	<b>22</b>
<b>Numero soggetti coerenti per tutti gli indici</b>	<b>18</b>	<b>28</b>
<b>Numero soggetti non coerenti per uno o più indici</b>	<b>25</b>	<b>15</b>
<b>Numero soggetti normali</b>	<b>37</b>	<b>38</b>
<b>Numero soggetti non normali</b>	<b>6</b>	<b>5</b>

**IL PRESIDENTE**  
Ildebrando Pizzato

firma autografa sostituita da indicazione a mezzo stampa,  
ai sensi dell'art.3, comma 2, del D.Lgs. n.39/93

Presidenza

71/2010

5/11/2010

**Revisione Studio di Settore UM05U - VM05U**

Agenzia Entrate

*Direzione Regionale dell'Umbria  
Osservatorio regionale per gli studi di  
settore*

Dall'analisi dei risultati emersi dall'applicazione del prototipo GERICO dello studio di settore regionalizzato VM05U – commercio al dettaglio di abbigliamento e calzature – sono emerse le seguenti considerazioni:

a) si valuta positivamente:

1. L'introduzione, nel percorso di stima delle funzioni di ricavo regionali, oltre alle variabili contabili e ai differenziali canonici, alcune peculiarità del settore quali:
  - Corrispettivi conseguiti con vendite di fine stagione : con il modificarsi dei consumi, l'incidenza sul volume d'affari è via via aumentata fino a raggiungere quasi il 40%;
  - Corrispettivi conseguiti con vendite promozionali: le nuove politiche commerciali impongono una sempre più marcata attenzione alla politica dei prezzi e il settore abbigliamento e calzature vive, sempre di più, su azioni commerciali in cui la variabile " sconto sul prodotto " determina l'aumento del numero di consumatori che sono interessati ad acquistare;
  - Vicinanza dei Factory Outlet Center: costituiscono sempre di più un polo di attrazione commerciale e di forte concorrenza ai negozi tradizionali, soprattutto nelle giornate domenicali in cui i consumatori si recano presso queste grandi strutture anche come occasione di aggregazione, svago, e perché indotti dalla percezione di un maggior risparmio;
  - Composizione percentuale secondo l'anno d'acquisto del valore delle esistenze iniziali e delle rimanenze finali: con tale monitoraggio viene finalmente riconosciuto come elemento caratterizzante del settore il

cosiddetto "fattore moda" che influisce in maniera diretta sui ricavi aziendali. Inoltre si identifica maggiormente il fenomeno delle vendite a stock: strategia aziendale che attualmente è molto utilizzata dalle aziende del settore per recuperare liquidità da immettere nuovamente nel ciclo commerciale;

L'effetto che ha prodotto l'introduzione delle variabili indicate è stato quello di incidere fisiologicamente sui valori di soglia degli indici di coerenza:

- la percentuale minima di ricarico è scesa mediamente dal 1,40 al 1,26%
- è stato alzato il livello di tolleranza di durata delle scorte da 430 a 611 giorni
- è stato ridotto il valore aggiunto per addetto passando ad esempio da 18,59 a 14,39 e così via

tutto ciò testimonia che sono state recepite, in via generale, le evoluzioni che ha avuto il settore e le criticità legate ai nuovi margini percentuali assottigliatisi nel tempo.

2. L'introduzione dell'analisi di normalità economico-gestionale in relazione al settore e all'ambito territoriale in cui opera l'impresa, in quanto le peculiarità di ogni territorio caratterizzano le modalità di gestione di ogni singola impresa. Con il nuovo "test di normalità" si è riscontrata una più puntuale intercettazione, da parte del prototipo, delle criticità legate alla anomala gestione del magazzino.
- b) Per contro si segnalano alcune criticità e peculiarità riscontrate e si formulano inoltre le susseguenti raccomandazioni:
1. Negli ultimi anni il commercio al dettaglio di abbigliamento- calzature ha visto aumentare la concorrenza di canali di vendita alternativi detti "low cost", ma il comparto dei Factory Outlet Center non è l'unico, e forse nemmeno il principale, dei canali paralleli distributivi. I 23 F.O.C. aperti al 31.12.2008 in tutt'Italia sono "censiti" e "misurabili", mentre non è in alcun modo misurabile la concorrenza esercitata dagli Spacci Aziendali, gestiti direttamente dai produttori (griffe famose, ma anche piccoli e specializzati conto-terzisti fasonisti), che promuovono "carrelli a prezzi di fabbrica". Questi nuovi canali distributivi esercitano una forte concorrenza al commercio tradizionale in quanto:
    - Spesso al consumatore viene richiesta la registrazione al sito web al fine di inviare newsletter che annunciano con anticipo promozioni eventi e novità, per indurre i clienti a visitare con regolarità lo spaccio;
    - Attuano forme di convenzioni con aziende enti e associazioni che permettono di godere di ulteriori sconti personalizzati;
    - Acquistare negli spacci aziendali delle griffe più importanti (spesso localizzati vicino a posti di villeggiatura dove il bacino di utenza si dilata

notevolmente), permette al cliente di risparmiare dal 30 al 50% con punte del 70% nel periodo dei saldi, rispetto alla rete distributiva tradizionale.

- Inoltre acquistare negli spacci oggi è diventato più agevole e confortevole, in quanto sono molto più numerosi che in passato, più riforniti e gradevoli: consultando la guida realizzata da INFOCOMMERCIO.IT - il portale che raggruppa operatori, dirigenti e consulenti della Distribuzione Moderna, con una mailing list di oltre 10.000 operatori tra GDO, buyers, responsabili sviluppo, franchisor, fornitori di servizi, studi di consulenza e produttori-emergono 3.250 indirizzi, dove 1845 sono abbigliamento, 309 calzature, 205 abbigliamento intimo, 223 accessori per abbigliamento, e la guida non può certo considerarsi esaustiva. Nella regione Umbria in particolare, secondo la guida Infocommercio, sono presenti circa 50 spacci aziendali per abbigliamento calzature intimo e accessori, di cui alcuni marchi di forte spessore a livello internazionale: (Brunello Cucinelli, Luisa Spagnoli, Ellesse, Nazareno Gabrielli, IGI-Primigi ecc.);
  - Lo strumento degli acquisti in fabbrica a prezzi più accessibili viene "cavalcato" anche da tour operator o enti di promozione turistica: ad esempio il portale turistico di alcune regioni (es. Piemonte) raccoglie gli indirizzi degli spacci e vi dedica una apposita sezione del sito; nelle Marche è stato coniato lo slogan "outlet diffuso" per trasformare il distretto delle calzature in un vettore di traffico turistico: è nato un portale "ad ok" che promuove gli spacci del territorio e fornisce pacchetti turistici che abbinano arte-spiagge e spacci aziendali;
  - Anche il mondo fieristico si interessa e promuove il settore della vendita diretta in fabbrica: a Modena Fiere dal 27 al 29 novembre 2009 si è svolto il primo Outlet Tour, il primo temporary outlet italiano dove era possibile acquistare a prezzi di fabbrica.
2. Negli ultimi anni sta prendendo corpo nel settore un altro fenomeno commerciale, quello degli outlet "anomali", un nuovo modello di punto vendita affiancato nelle vicinanze del principale, che viene aperto sotto l'insegna di "outlet" associato all'insegna del punto vendita principale, dove vengono commercializzati articoli delle precedenti stagioni, a prezzi ribassati, e/o di realizzo. Si osserva che nella definizione dei cluster del prototipo VM05U non è identificato questo nuovo modello di punto vendita, che in periodi di crisi congiunturale può contribuire a non rendere obsolete le rimanenze e generare liquidità immediata da reinvestire nell'azienda. E' ovvio che i margini di ricarico in questi casi si riducono notevolmente e non possono essere paragonati con quelli del modello classico di punto vendita di prima commercializzazione.
  3. Nelle aziende più strutturate con più punti vendita e collocate in fasce medio alte di volume d'affari, incluse nel cluster 6 "imprese con assortimento alquanto ampio che generalmente operano con più negozi", si è riscontrato un fenomeno controverso. Se, da un lato, c'è stata una mitigazione generalizzata degli indici

di coerenza: ricarica, durata scorte e produttività degli addetti, tali da rendere coerenti o maggiormente coerenti le aziende, dall'altro si assiste inspiegabilmente ad un peggioramento del posizionamento del livello di congruità dell'azienda, rispetto al vecchio studio di settore, e la causa non è attribuibile agli indici di normalità economica che risultano tutti in linea con le medie richieste dallo studio. In altre parole non è stato possibile comprendere quale sia l'elemento, certamente di nuova introduzione, che "disturba" il raggiungimento della congruità.

4. La territorialità del commercio, anche a livello regionale, è stata calibrata su dati economici risalenti all'anno 2006, quelli più aggiornati ad oggi disponibili. Lo scenario economico nazionale e regionale risulta però profondamente cambiato dal 2006 ad oggi: se si analizzano, ad esempio, i rapporti annuali sulle economie regionali editi dalla Banca d'Italia, che hanno la finalità di sintetizzare gli aspetti territoriali e l'andamento dell'economia, si potrà constatare il pesante trend negativo registrato fino ad oggi, con la consapevolezza concreta di non attendersi un ripristino dei livelli economici del 2006, almeno nel breve periodo.

Nello specifico per quanto concerne la Regione Umbria il rapporto annuale della Banca D'Italia, divulgato nello scorso mese di giugno, ha evidenziato come l'andamento dell'economia Umbra, già negativo nel 2008 è ulteriormente peggiorato nella prima parte del 2009, toccando il minimo storico nel corso dell'anno e concludendosi a fine 2009 con un calo significativo di tutti i principali indicatori. Nel 2009 poi nonostante il massiccio ricorso alla Cassa Integrazione Guadagni l'occupazione è diminuita del 2,6%, facendo registrare un calo superiore alla media italiana. Il deterioramento delle condizioni sul mercato del lavoro ha pesato sul clima di fiducia e sulla capacità di spesa delle famiglie. A fine anno i prestiti alle famiglie erano in aumento del 4% e il flusso di nuove posizioni a sofferenza ha accelerato e l'aggregato ha raggiunto il 4,9% dei prestiti. Riguardo al comparto del commercio, in base ai dati del Ministero dello Sviluppo economico, nel 2009 le vendite al dettaglio in Umbria sono diminuite in media dell'1,2% rispetto al 2008; il calo ha interessato soprattutto la distribuzione tradizionale (-3,5%) e i prodotti non alimentari (-2,7%), mentre al primo gennaio la superficie di vendita della grande distribuzione al dettaglio ha raggiunto i 405 mila metri quadrati (dai 308 mila di fine 2007), che se rapportata al numero dei residenti, conferma l'Umbria ad un livello superiore alla media nazionale.

E ancora il Documento Annuale di Programmazione della Regione Umbria 2010, al paragrafo 1.3 Il quadro dell'economia Umbra cita testualmente:

*"Nel corso degli ultimi anni, l'Umbria è stata caratterizzata da un aumento del prodotto Interno Lordo in linea con la media nazionale; in particolare, nel periodo 2000-2007 esso è cresciuto dell'1% medio annuo, (in Italia l'aumento è stato dell' 1,1%). Nel triennio 2005-2007 esso è cresciuto in Umbria del 2,1%*

*rispetto all'1,8% nazionale. In questo scenario di crescita, l'Umbria ha registrato diversi fenomeni positivi: un'espansione demografica che negli ultimi 5 anni è stata complessivamente del 7% rispetto al 4,5% nazionale, in buona parte dovuta ai forti afflussi migratori, che fanno dell'Umbria una delle regioni a più elevata percentuale di popolazione straniera;*

*una buona performance del mercato del lavoro dove si toccano livelli record di occupazione, con un drastico calo della disoccupazione ( a fine del 2008 attorno al 5%) e un tasso di attività e di occupazione che hanno superato quelli del centro e si avvicinano, in taluni casi, anche a quelli del nord Italia e ai traguardi di Lisbona.*

*Permangono tuttavia alcune criticità, descritte da ultimo nel RUICS 2008:*

- Il livello del Pil pro-capite che resta al di sotto di quello medio italiano (fatto 100 l'Italia, l'Umbria è circa a 94) e di molto inferiore al corrispondente dato del centro nord. Va altresì tenuto presente come fino ai primi anni 80 il valore umbro era superiore a quello medio nazionale;*
- Una produttività del lavoro di circa 10 punti inferiore alla media nazionale, frutto soprattutto di una struttura produttiva con una bassa dimensione media delle imprese, molte delle quali lavorano in sub-fornitura e per questo spesso posizionate su segmenti a basso valore aggiunto della catena del valore;*
- Una permanente criticità, anche se in miglioramento, rispetto al recente passato, sul fronte dell'occupazione giovanile, intellettuale e femminile;*
- Una bassa percentuale di export rispetto al pil, che in Umbria sia ttesta attorno al 16% rispetto al 23% nazionale, peraltro influenzato dal forte peso del settore metalli e quindi condizionato anche da fattori "esogeni" all'economia regionale;*
- Una scarsa capacità di generare processi di trasferimenti tecnologici e di presentare brevetti, nonostante la discreta propensione all'innovazione.*

*\*\*omissis\*\**

*Le stime disponibili evidenziano un deterioramento complessivo di tutti gli indicatori macroeconomici per l'Umbria, in coerenza col quadro nazionale, con una riduzione del Pil anche in termini nominali (-2,4%), dei consumi delle famiglie e degli investimenti fissi lordi, nonché degli indicatori legati allo stesso Pil, a cominciare dal Pil per abitante."*

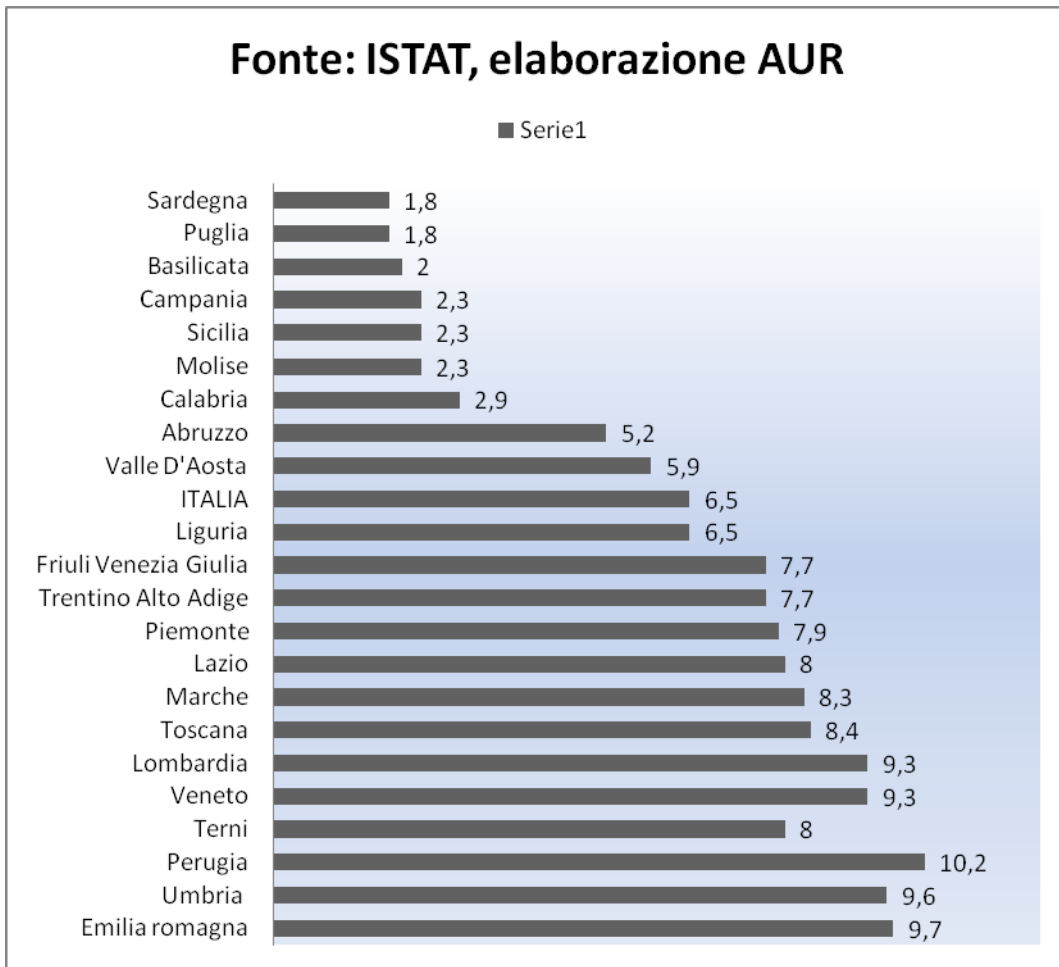
Al paragrafo 3.9 "Politiche sociali, immigrazione e politica della casa" del medesimo DAP Umbria 2010 è riportato:

*" L'Umbria è attraversata, al pari del resto d'Italia e d'Europa, da significativi mutamenti del quadro demografico e sociale che pongono, accanto a questioni già presenti nuove sfide di governo. L'invecchiamento della popolazione, la*

rilevanza dei flussi migratori che colloca l'Umbria tra le prime regioni italiane per numero di immigrati, la trasformazione delle strutture familiari, con un aumento sensibile dei nuclei uni personali, nonché l'accentuarsi di fenomeni di "individualizzazione" sociale e di indebolimento delle reti familiari e comunitarie."

Si riporta di seguito il grafico pubblicato dal I° rapporto sull'immigrazione in Umbria realizzato dall'AUR (Agenzia Umbria Ricerche) nel 2010, pag. 37:

**Graf. 2 - Incidenza degli stranieri residenti sulla popolazione totale per regione. Anno 2009**  
(valori percentuali)



Il Presidente

---

(Luciano Ioni)

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	
1							durata scorte				ricarico				valore aggiunto per addetto				mol per addetto non dip.		resa sup. comm.li		congruita'		commenti				
2			cluster	nuovo	ricavi		vecchio		nuovo		vecchio		nuovo		vecchio		nuovo		vecchio	nuovo	vecchio	nuovo	vecchio	nuovo					
3		comune	vecchio	2	4 €	25.187,00	minimo	massimo	minimo	massimo	minimo	massimo	minimo	massimo	minimo	massimo	minimo	massimo	vecchio	nuovo	vecchio	nuovo	vecchio	nuovo					
4		1 terni	calzature					0	589	0	633	1,42	3	1,26	4,27	13,06	40	12,39	157,73	presente	assente	presente	assente	si	si			2 indici coerenti anziché 1 analisi della normalità economica evidenzia maggiormente criticità gestione magazzino	
5																													
6																													
7																													
8																													
9		2 gubbio	abb.to	25	6 €	1.374.262,00	0	431	0	611	1,37	3	1,26	4,27	18,59	55	14,39	157,55	presente	assente	presente	assente	si	no intervallo			peggiorativo nella congruità perché?		
10																													
11																													
12																													
13		3 città castello	abb.to	31	6 €	1.041.748,00	0	409	0	611	1,34	3,5	1,26	4,27	15,59	50	14,39	157,55	presente	assente	presente	assente	si	no			peggiorativo nella congruità perché?		
14																													
15																													
16																													
17		4 terni	abb.to	30	6 €	493.635,00	0	424	0	611	1,39	3	1,26	4,27	16,15	45	14,39	157,55	presente	assente	presente	assente	si	no intervallo			peggiorativo nella congruità perché?		
18																													
19																													
20																													
21		5 gualdo tadino	abb.to	25	6 €	1.083.240,00	0	431	0	611	1,42	3	1,26	4,27	19,6	55	14,39	157,55	presente	assente	presente	assente	no +282851	no +98564			migliora la non congruità		
22																													
23																													
24																													
25		6 deruta	abb.to	20	7 €	492.177,00	0	531,88	0	611	1,42	3,03	1,27	4,27	12,63	44,79	11,63	157,73	presente	assente	presente	assente	no +89522	no + 74672			migliora la non congruità		
26																													
27																													
28																													
29		7 deruta	abb.to	20	7 €	454.370,00	0	531,4	0	611	1,42	3,04	1,27	4,27	12,61	44,79	11,63	157,73	presente	assente	presente	assente	no +81973	no +68645			migliora la non congruità		
30																													
31																													
32																													
33		8 deruta	abb.to	33 1 2 7	€	431.526,00	0	541,5	0	611	1,42	3,07	1,28	4,27	12,65	40,05	11,94	157,73	presente	assente	presente	assente	no + 51679	no + 39311			migliora la non congruità		
34																													
35																													
36																													
37		9 deruta	abb.to	20	7 €	386.224,00	0	531,4	0	611	1,42	3,04	1,27	4,27	12,61	44,79	11,63	157,73	presente	assente	presente	assente	no +63355	no +50805			migliora la non congruità		
38																													
39																													
40																													
41		10 spoletto	intimo	1	3 €	233.417,00	0	553	0	736	1,4	3	1,3	4,27	11,54	35	11,15	157,73	presente	assente	presente	assente	no	si congruo			diventa congruo		
42																													
43																													
44																													
45		11 terni	pelletteria	29 1 8	€	223.868,00	0	427,76	0	611	1,51	4	1,28	4,27	15,06	44,58	15,86	157,73	presente	assente	presente	assente	si	si maggiormente			congruo		
46																													
47																													
48																													
49		12 trevi	abb.to	7	1 €	188.722,00	0	440,51	0	611	1,41	3,89	0,7	2,31	12,18	41,02	4,93	85,17	presente	assente	presente	assente	si	si maggiormente			congruo		
50																													
51																													
52																													
53		13 foligno	abb.to	17	2 €	147.357,00	0	495,03	0	611	1,41	3	1,29	4,27	12,35	40	12,79	157,73	presente	assente	presente	assente	si	si maggiormente			congruo		
54																													
55																													
56																													
57		14 assisi	calz.bamb.	36	4 €	118.694,00	0	541	0	633	1,37	3	1,25	4,27	11,42	35	10,33	157,73	presente	assente	presente	assente	no	si intervallo di			confidenza		
58																													
59																													
60																													
61		15 pg	abb.to	17 32	2 €	101.759,00	0	507,89	0	611	1,41	3,09	1,29	4,27	12,46	40,01	12,8	157,73	presente	assente	presente	assente	no	si congruo					
62																													
63																													
64																													
65		16 pg	bianch.p.	35	3 €	97.660,00	0	648,74	0	736	1,4	3	1,3	4,27	11,56	35	11,15	157,73	presente	assente	presente	assente	no+8596	no+5700					
66																													
67																													
68																													



*Aosta, li 10 novembre 2010*

Alla Direzione Centrale Accertamento  
Ufficio Studi di Settore  
R O M A

Prot. n. 2010/84793

***OGGETTO: Studio di settore WM05U –Relazione Osservatorio Regionale Valle d'Aosta.***

La presentazione dell'ipotesi di studio e, in particolare, delle variabili considerate per la sua elaborazione, è stata positivamente commentata da parte dei rappresentanti dell'Osservatorio Regionale, i quali hanno apprezzato lo sforzo effettuato per una oggettivazione delle realtà locali.

L'Osservatorio ritiene utile, per l'avvenire, tenere in considerazione con maggiore incidenza gli aspetti territoriali in cui tali attività sono esercitate (dimensione dei comuni, distanza dal capoluogo di regione, immediata vicinanza alle zone di confine con la Svizzera e la Francia, etc.) .

Inoltre, dall'esame dei dati risulta, per l'anno d'imposta 2008, che i soggetti esercitanti l'attività in questione erano 219 di cui 88 non congrui e 145 non coerenti. Degli 88 non congrui, ben 63 non si sono adeguati. Questi dati denoterebbero un andamento economico particolarmente critico, considerate anche 24 chiusure di esercizi registrate tra il 2008 e il 2009.

Infine, si accoglie e si fa propria la richiesta dei componenti esterni dell'Osservatorio Regionale, di poter conoscere con un congruo anticipo lo studio di settore che il prossimo anno sarà oggetto di "regionalizzazione" al fine di poter semplificare la ricerca di documentazione, dati ed esempi.

Il Presidente  
Carmelo Rau

Firma autografa sostituita da indicazione a mezzo stampa, ai sensi dell'art. 3, comma 2, del D.Lgs n. 39/93

## **Verbale della riunione del 17 novembre 2010 dell'Osservatorio Regionale Veneto per l'adeguamento degli studi di settore alle realtà economiche locali**

Mercoledì 17 novembre 2010 alle ore 15,00 in Venezia Marghera, via G. de Marchi n. 16 – 30175, presso la sede della Direzione Regionale del Veneto dell'Agenzia delle Entrate si è tenuta la riunione dell'Osservatorio Regionale.-

Erano presenti i seguenti componenti:

**dr. Giovanni Achille Sanzò**, Direttore della Direzione Regionale e Presidente dell'Osservatorio Regionale;

**dr.ssa Cinzia Romagnolo**, Capo Settore Controlli, Contenzioso e Riscossione che sostituisce il Presidente in caso di sua assenza;

i dirigenti dell'Agenzia delle Entrate per ciascuna provincia compresa nella Regione:

<b>dr. Domenico Vargiu</b>	Direttore Direzione Provinciale di Belluno
<b>dr. Gregorio Portorico</b>	Direttore Direzione Provinciale di Padova
<b>dr. Massimo Esposito</b>	Direttore Direzione Provinciale di Rovigo
<b>dr. Goffredo Piscopo</b>	Direttore Direzione Provinciale di Treviso
<b>dr. Egon Sanin</b>	Direttore Direzione Provinciale di Venezia
<b>dr. Mauro Brunello</b>	Capo Area imprese minori di Verona in sostituzione del Direttore della Direzione Provinciale di Verona
<b>dr. Eugenio Amilcare</b>	Direttore Direzione Provinciale di Vicenza

i rappresentanti delle associazioni di categoria dell'industria, del commercio e dell'artigianato, più rappresentative a livello regionale;

<b>dr. Mirco Casteller</b>	Confartigianato
<b>dr. Marco Meloncelli</b>	Federazione regionale industriali veneto
<b>rag. Gaetano Basile</b>	Confcommercio
<b>dr.ssa Giuliana Cappellesso</b>	C.N.A.
<b>dr. Paolo Filippi</b>	A.P.I.
<b>dr.ssa Roberta Cercato</b>	In sostituzione di Mirco Trevisan - Lega Coop Veneto

i rappresentanti degli ordini professionali degli esercenti arti e professioni economiche e giuridiche:

<b>dr.ssa Tiziana Pradolini</b>	Commercialista
---------------------------------	----------------

Erano assenti :

<b>dr. Paolo Granello</b>	Confesercenti
<b>dr. Daniele Zottin</b>	Casartigiani Veneto
<b>dr. Enrico Lovaglio</b>	Confcooperative Veneto
<b>dr. Carlo Bordieri</b>	Ordini professionali degli esercenti arti e professioni economiche e giuridiche – notaio
<b>dr. Antonio Schillaci</b>	Ordini professionali degli esercenti arti e professioni tecniche - Ingegnere

Hanno inoltre partecipato alla riunione in rappresentanza della Regione Veneto il **dr. Giuseppe Nezzo** e il dr. **Ezio Manfrè** .-

Ha preso parte alla riunione anche il capo Ufficio Accertamento della Direzione Regionale Veneto, **dr.ssa Giustina Tollot**, in qualità di referente regionale degli studi di settore .-

In apertura dei lavori il Presidente porge i saluti e illustra la scaletta della riunione:

1) Riunione straordinaria per l'esame delle problematiche di natura fiscale inerenti l'alluvione che ha coinvolto la Regione Veneto .-

Il dr. Nezzo ha sottolineato l'utilità dell'incontro al fine di riallineare le informazioni di natura fiscale tributaria tra gli enti coinvolti, con riferimento ai comuni alluvionati .-

Dopo una sintetica rappresentazione delle emergenze rilevata da parte dei rappresentanti dell'Osservatorio (associazioni di categoria e del rappresentate dell'ordini professionali) sono emerse tre richieste fondamentali:

- 1) Individuazione da parte del Commissario speciale per l'alluvione (dr. Zaia) dei comuni colpiti dall'alluvione, individuazione delle imprese/professionisti che risultano danneggiati;
- 2) Sospensione dei termini di pagamento e gli adempimenti tributari scadenti tra il 1° novembre 2010 e il 30 giugno 2011 per tutti i contribuenti colpiti, compresi i soggetti privati;
- 3) Sospensione dell'applicazione degli studi di settore per il biennio 2010-2011 per i soli soggetti danneggiati;

I rappresentanti delle associazioni di categoria hanno consegnano copia della lettera inviata al Signor Ministro Giulio Tremonti con l'elenco delle misure, necessarie, rapide ed incisive per ripristinare quanto prima la capacità produttiva nel territorio Veneto .-

Le misure per le quali si è richiesta l'adozione sono:

-----  
Agenzia delle Entrate – Direzione Regionale del Veneto – via G. de Marchi n. 16 – 30175 Venezia Marghera -  
E-mail: [dr.veneto@agenziaentrate.it](mailto:dr.veneto@agenziaentrate.it)

- 1) Sospensione dei termini di pagamento e gli adempimenti tributari scadenti tra il 1° novembre 2010 e il 30 giugno 2011 per tutti i contribuenti colpiti, compresi i soggetti privati;
- 2) Sospensione dell'applicazione degli studi di settore per il biennio 2010-2011;
- 3) L'immediata deducibilità delle spese di manutenzione, riparazione e ammodernamento non capitalizzabili, in deroga al limite previsto dal comma 6 dell'articolo 102 del D.P.R. n. 917/1986;
- 4) Concessione della detassazione del 50% del costo di acquisizione di beni strumentali nuovi da parte delle imprese che il destinino alle proprie sedi operative ubicate nei comuni colpiti dall'alluvione, e che comprovino di aver subito danni effettivi alla struttura aziendale per effetto della citata calamità; tale discriminante evita censure da parte della Commissione Europea;
- 5) Stabilire la non concorrenza al reddito d'impresa e alla base imponibile IRAP dei contributi ricevuti dalle imprese danneggiate, in deroga agli articoli 85, comma 1 lettera h) e 88, comma 3, lettera b) del DPR n. 917/1986 e agli articoli 5 e 5-bis del dlgs n. 446/1997;
- 6) Stabilire la deducibilità dalla base imponibile IRAP, per l'esercizio in corso al 1° novembre 2010 e per quello successivo, dei costi del personale addetto ai lavori di contenimento dei danni causati dall'alluvione, in rapporto all'effettivo impiego nell'attività di ripristino;
- 7) Esclusione dal "pro rata" generale di indeducibilità degli interessi passivi, di cui all'articolo 96 del DPR n. 917/1986, gli interessi derivanti da finanziamenti, contratti nel biennio 2010/2011, per la manutenzione, la riparazione e il ripristino dei beni aziendali danneggiati dall'evento alluvionale, consentendone l'integrale deducibilità nell'esercizio di competenza;
- 8) Estendere alle imprese la detrazione d'imposta del 36% (articolo 1 legge n. 449/1997) per gli interventi di recupero edilizio realizzati sugli immobili strumentali per l'esercizio d'impresa, ubicati nei comuni interessati dagli eventi calamitosi. Per non incorrere nella censura della Comunità europea è necessario che l'impresa fornisca idonea documentazione del danno subito;
- 9) Consentire l'esonero dei tributi comunali per i contribuenti danneggiati, con il recupero del mancato gettito locale a carico della fiscalità generale;
- 10) Velocizzare e semplificare le procedure burocratiche connesse all'emergenza alluvione estendendo, quanto più possibile, l'utilizzo dell'autocertificazione;
- 11) Erogare con la massima rapidità adeguati sostegni finanziari a favore delle imprese e delle famiglie danneggiate per consentire la celere ripresa della vita economica e sociale del territorio .-

Inoltre al presente verbale vengono allegate :

- 1) circolari tecniche della Confartigianato inviate ai propri Responsabili Territoriali Tributarî aventi ad oggetto:

-----  
 Agenzia delle Entrate – Direzione Regionale del Veneto – via G. de Marchi n. 16 – 30175 Venezia Marghera -  
 E-mail: [dr.veneto@agenziaentrate.it](mailto:dr.veneto@agenziaentrate.it)

- cir. Tecnica n. 51 – La distruzione dei documenti fiscali nell'alluvione del 1 novembre 2010.-
  - cir. Tecnica n. 53 – La perdita dei beni dell'impresa nell'alluvione del 1 novembre 2010.-
- 2) Elaborazione flash del 16/11/2010 riguardante l'artigianato coinvolto dall'alluvione nei 102 comuni in sei province del Veneto.-
  - 3) Relazione del dr. Basile data 16/11/2010 relativa ad una prima fotografia della situazione in cui versa una significativa parte di operatori economici turistici.-
  - 4) Richiesta di sospensione dei termini per gli adempimenti e i versamenti della Confcommercio di Vicenza al prefetto di Vicenza.-
  - 5) Situazione emergenza alluvione comuni di Monteforte d'Alpone - Soave e San Bonifacio.-

La dr.ssa Romagnolo ha comunicato che l'Agenzia delle Entrate Direzione Centrale Accertamento ha richiesto l'elenco dei comuni che sono stati colpiti dall'alluvione per sospendere l'invio dei 36-Ter relativi alle società di capitali .-

In conclusione il dr. Sanzò, ha specificato che il verbale della riunione verrà immediatamente invitato alla Direzione Centrale Accertamento e alla Direzione Centrale Servizi al Contribuente per inoltrare tutte le richieste rappresentate e per avere istruzioni per la trattazione dei controlli 36-Ter inviati nei giorni dell'alluvione .-

Alle ore 17,00 si concludono i lavori dell'Osservatorio regionale .-

Il presente verbale composto di numero 4 pagine e di numero 6 allegati, viene inoltrato alla segreteria della Commissione degli Esperti a Roma .-

**Il Presidente dell'Osservatorio Regionale del Veneto  
per l'adeguamento degli studi di settore  
dr. Giovanni Achille Sanzò**



AGENZIA DELLE ENTRATE DIREZIONE REGIONALE DEL VENETO
18 NOV. 2010
Prot. N. 39158

Vicenza, 8 novembre 2010

Preg.mo Signor Ministro,

Le scriviamo in relazione agli eccezionali eventi alluvionali che nel mese di novembre hanno colpito la provincia di Vicenza e che hanno seriamente danneggiato il tessuto produttivo di un territorio tra i più industrializzati e che maggiormente concorre alla produzione del PIL nazionale, al gettito erariale e all'export.

Si rendono necessarie rapide e incisive misure per ripristinare al più presto la capacità produttiva, piegata da eventi atmosferici di inusitata portata.

La preghiamo, pertanto, di voler prendere in considerazione, per le imprese effettivamente colpite dalla calamità naturale verificatasi nel mese di novembre 2010, le seguenti proposte, che potrebbero assicurare la spinta propulsiva necessaria a rimettere in piedi la prostrata economia provinciale:

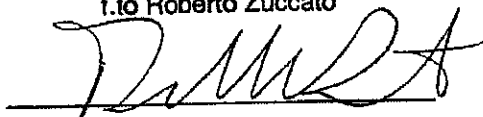
- sospendere i termini di pagamento e gli adempimenti tributari scadenti tra il 1° novembre 2010 e il 30 giugno 2011 per tutti i contribuenti colpiti, compresi i soggetti privati;
- sospendere l'applicazione degli studi di settore per il biennio 2010-2011;
- consentire l'immediata deducibilità delle spese di manutenzione, riparazione e ammodernamento non capitalizzabili, in deroga al limite previsto dal comma 6 dell'articolo 102 del D.P.R. n. 917/1986;
- concedere la detassazione del 50% del costo di acquisizione di beni strumentali nuovi da parte delle imprese che li destinino alle proprie sedi operative ubicate nei Comuni colpiti dall'alluvione, e che comprovino di aver subito danni effettivi alla struttura aziendale per effetto della citata calamità; tale discriminante evita censure da parte della Commissione europea;
- stabilire la non concorrenza al reddito d'impresa e alla base imponibile IRAP dei contributi ricevuti dalle imprese danneggiate, in deroga agli articoli 85, comma 1, lettera h) e 88, comma 3, lettera b) del DPR n. 917/1986 e agli articoli 5 e 5-bis del D.Lgs. n. 446/1997;
- stabilire la deducibilità dalla base imponibile IRAP, per l'esercizio in corso al 1° novembre 2010 e per quello successivo, dei costi del personale addetto ai lavori di contenimento dei danni causati dall'alluvione, in rapporto all'effettivo impiego nell'attività di ripristino;
- escludere dal "pro rata" generale di indeducibilità degli interessi passivi, di cui all'articolo 96 del DPR n. 917/1986, gli interessi derivanti da finanziamenti, contratti nel biennio 2010-2011, per la manutenzione, la riparazione e il ripristino dei beni aziendali danneggiati dall'evento alluvionale, consentendone l'integrale deducibilità nell'esercizio di competenza;
- estendere alle imprese la detrazione d'imposta del 36% (articolo 1, legge n. 449/1997) per gli interventi di recupero edilizio realizzati sugli immobili strumentali per l'esercizio d'impresa, ubicati nei comuni interessati dagli eventi calamitosi. Per non incorrere nella censura della Comunità Economica

Europea (in passato, analoghe agevolazioni sono state qualificate come aiuto di stato), è necessario che l'impresa fornisca idonea documentazione del danno subito;

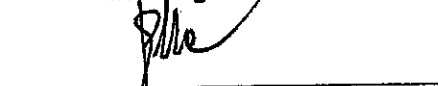
- consentire l'esonero dai tributi comunali per i contribuenti danneggiati, con il recupero del mancato gettito locale a carico della fiscalità generale;
- velocizzare e semplificare le procedure burocratiche connesse all'emergenza alluvione, estendendo, quanto più possibile, l'utilizzo dell'autocertificazione;
- erogare con la massima rapidità adeguati sostegni finanziari a favore delle imprese e delle famiglie danneggiate per consentire la celere ripresa della vita economica e sociale del territorio.

Nel confidare che Lei comprenderà sicuramente la gravità della situazione in cui si è venuto a trovare il nostro territorio, La ringraziamo per l'attenzione e Le porgiamo i migliori saluti.

PRESIDENTE CONFINDUSTRIA VICENZA  
f.to Roberto Zuccato



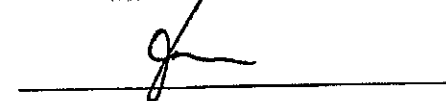
PRESIDENTE ASSOCIAZIONE COMMERCIO  
TURISMO E SERVIZI - ASCOM  
f.to Sergio Rebecca



PRESIDENTE CONFESERCENTI  
f.to Bruno Santacatterina



PRESIDENTE CONFEDERAZIONE NAZIONALE  
DELL'ARTIGIANATO - C.N.A.  
f.to Silvano Scandian



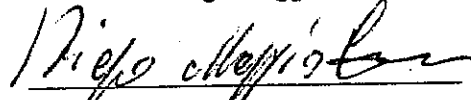
PRESIDENTE ASSOCIAZIONE ARTIGIANI  
f.to Giuseppe Sbalchiero



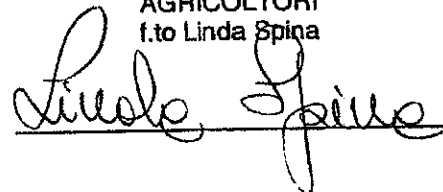
PRESIDENTE A.P.I.  
f.to Filippo De Marchi



PRESIDENTE FEDERAZIONE PROVINCIALE  
COLTIVATORI DIRETTI  
f.to Diego Meggiolaro



PRESIDENTE UNIONE PROVINCIALE  
AGRICOLTORI  
f.to Linda Spina



Preg.mo Sig.  
Prof. GIULIO TREMONTI  
Ministro dell'Economia e Finanze  
Via XX Settembre 97

00187 ROMA

Riferimento: 2010/T/0443

Area Sviluppo Servizi Associativi  
Settore Tributario  
Prot. 5739 RG/nb

Ai Sigg.  
Responsabili Territoriali Tributario

Vicenza, 10 Novembre 2010

Loro Sedi

Inviata tramite e-mail

**CIRCOLARE TECNICA n. 51/2010**

**Oggetto: La distruzione dei documenti fiscali nell'alluvione del 1 novembre 2010 – Conseguenze**

*L'alluvione che lo scorso 1 novembre ha colpito la zona di Vicenza e provincia ha distrutto anche scritture contabili e documenti di alcune aziende che risiedevano nella zona . Vediamo di analizzare gli adempimenti fiscali da porre in essere e le relative conseguenze.*

La perdita dei documenti per qualsiasi causa (incendio , furto, alluvione ecc) va comunicata all'Agenzia delle Entrate competente, ai sensi della lettera d) dell'art. 35 del DPR 633/72. Questo comporta delle conseguenze.

Qualora l'impresa non abbia tenuto le scritture contabili previste dall'art. 14 del DPR 600/73 ovvero le scritture contabili non siano disponibili **per causa di forza maggiore**, come potrebbe essere quella dell'alluvione, l'Ufficio IIDD provvede alla determinazione del reddito imponibile dell'impresa in base ad un accertamento di carattere induttivo. (art. 39 comma 2 lettera c) del DPR 600/73)

In base a tale tipo di accertamento l'Ufficio può prescindere dalle risultanze dei libri contabili , se esistenti, e basarsi su dati e notizie comunque in suo possesso ovvero basarsi su presunzioni anche se non gravi, precise e concordanti.



La "causa di forza maggiore" è un evento non imputabile al soggetto, un evento quindi che si è verificato malgrado la presenza di un comportamento ispirato alla comune diligenza. (CTC 18 luglio 1990 n. 5364)

L'incolpevole distruzione della contabilità, richiesta per la detrazione dell' Iva a credito, non introduce una presunzione di veridicità di quanto dichiarato dal contribuente nella dichiarazione annuale IVA. **In presenza di un credito Iva** richiesto a rimborso da una società che successivamente ha subito un incendio con distruzione della documentazione legittimante il credito medesimo, il Ministero ha precisato che il rimborso non possa ritenersi dovuto "se non nei limiti e subordinatamente all'eventualità che sia possibile ricostruire il volume d'affari realizzato dalla società, mediante l'acquisizione, per quanto possibile delle fotocopie delle fatture di acquisto e vendita con la relativa attestazione di registrazione nei libri dei fornitori e dei clienti" (Ris. min. fin. 24 giugno 1985 n. 427059)

Dal punto di vista penale la Cassazione si è espressa, con una sentenza, riguardo la mancata ricostruzione da parte del contribuente di libri contabili distrutti durante un incendio involontario. Il problema era stabilire se vi era dolo o meno nel comportamento del contribuente nell'omissione della ricostruzione della documentazione andata distrutta. La sentenza ha escluso il comportamento doloso da parte del contribuente. Tuttavia in sede di accertamento venne contestato al contribuente l'inerzia della ricostruzione dei libri e documenti andati distrutti.

E' opportuno quindi che il contribuente si attivi per il ripristino, per quanto possibile, della documentazione comprovante l'attività svolta, onde poter ricostruire il proprio volume di ricavi e di costi , evitare conseguenze penali e limitare i rischi di accertamenti induttivi. Il consiglio è di cercare di recuperare la documentazione, anche se è bagnata ed in precarie condizioni, cercando di separare i fogli facendoli asciugare e quant'altro.

E' importante anche nel caso di completa distruzione e irrecuperabilità totale dei documenti conservare comunque la documentazione a supporto del fatto che la distruzione è stata involontaria e che comunque l'irrecuperabilità dei documenti è oggettiva.

E' stato fatto un **primo intervento informale a mezzo della Frav presso la Direzione Regionale del Veneto** per rappresentare il problema della distruzione documentale e raccogliere gli orientamenti dell'Agenzia delle Entrate.

L'Agenzia nel ribadire che l'accertamento induttivo disposto dalla normativa in caso di distruzione di documenti non sarà automatico; riferisce anche che sta raccogliendo informazioni sui comportamenti di altre Direzioni Regionali in casi simili. **L'Agenzia consiglia di presentare la Comunicazione di Variazione dati di cui all'art. 35 del DPR 633/72 entro 30 giorni ( entro il 30 novembre 2010).**

Le scritture possono essere tenute e conservate nei luoghi in cui è esercitata l'attività, presso il domicilio del contribuente o presso terzi. Nel fare la comunicazione di variazione è necessario prima verificare che il luogo dove erano conservate le scritture contabili fosse stato correttamente comunicato all'Agenzia delle Entrate.

Al momento ci stiamo attivando per presentare un nostra proposta alla Direzione Regionale del Veneto , e Vi faremo sapere in merito a successivi sviluppi .

In attesa di prese di posizione ufficiali da parte della Direzione Regionale del Veneto è necessario:

- verificare la corretta comunicazione all'Agenzia delle Entrate del luogo di conservazione delle scritture contabili;
- presentare la Comunicazione di Variazione Dati di cui all'art. 35 del DPR 633/72 entro il 30/11/2010;
- recuperare/ripristinare tutta la documentazione possibile e conservarla.

Cordiali saluti.

Il Capo Settore Provinciale Tributario  
Franco De Antoni



Area Sviluppo Servizi Associativi  
Settore Tributario  
Prot. 5836 RG/nb

Ai Sigg.  
**Responsabili Territoriali Tributario**

Vicenza, 12 Novembre 2010

Loro Sedi

Inviata tramite e-mail

**CIRCOLARE TECNICA n. 53/2010**

**Oggetto: La perdita dei beni dell'impresa nell'alluvione del 1 novembre 2010 .**

*Nell'alluvione che lo scorso 1 novembre ha colpito la zona di Vicenza e provincia sono andati distrutti alcuni beni delle aziende che risiedevano nella zona . Vediamo di analizzare gli adempimenti fiscali da porre in essere .*

Nella gestione dell'azienda può verificarsi che un bene venga meno per :

- cessione (vendita, conferimento, permuta, *datio in solutum*);
- perdita (furto);
- **distruzione** (incendio, alluvione, etc.);
- rottamazione;
- dismissione (inutilizzo nel processo produttivo).

L'art. 53, comma 1 del D.P.R. n. 633/1972 (Iva) dispone che si presumono:

- ceduti quei beni acquistati, importati o prodotti non rinvenuti nei locali aziendali;
- acquistati rinvenuti nei locali.

Il legislatore si riferisce, in particolare, alle:

- sedi;
- filiali;
- succursali;
- dipendenze;

- stabilimenti;
- negozi;
- depositi;
- mezzi di trasporto dell'impresa.

Per superare dette presunzioni, il contribuente deve provare che la giacenza o la mancata giacenza dipende dal verificarsi di fatti diversi dall'acquisto e/o dalla cessione.

I luoghi in cui l'impresa opera (art. 53.3/633) devono risultare da:

- iscrizione nel Registro delle imprese o altro Pubblico registro;
- dichiarazione all'Ufficio Iva di inizio o variazione dei luoghi di esercizio dell'attività, precedenti al trasferimento dei beni;
- altro documento annotato in apposito registro ex art. 39/633.

La disponibilità dei mezzi di trasporto può risultare alternativamente da:

- annotazione al PRA (Pubblico Registro Automobilistico);
- contratto di leasing, noleggio, comodato, ecc. annotati nelle scritture contabili.

La Cassazione con Sentenza n. 3435/2008, ha stabilito che si ha "presunzione di cessione" non soltanto nei casi in cui il contribuente abbia posto in essere, consapevolmente, comportamenti di natura dolosa o colposa ma anche solo **per mera negligenza, come nell'ipotesi in cui la merce si trova in un locale nella disponibilità del proprietario ma detto locale non è stato segnalato all'amministrazione finanziaria ai sensi dell'art. 35 del decreto Iva** (in tal senso anche Cass. nn. 3691 del 1999, 28693 del 2005, 16483 e 18818 del 2006).

### **Perdita del bene**

La perdita del bene si ha nei casi in cui, a seguito di avvenimenti fortuiti, accidentali o in ogni caso indipendenti dalla volontà del soggetto, come ad esempio incendi, furti, crolli, alluvioni, ecc., il bene non è più nella disponibilità dell'imprenditore o è divenuto del tutto inservibile.

La perdita di beni dovuta ad eventi fortuiti, accidentali o indipendenti dalla volontà del contribuente è provata:

- da idonea documentazione fornita da un organo della Pubblica Amministrazione ( es: verbale di accertamento della distruzione dei beni redatto da parte dei Vigili del fuoco)

oppure

- da una dichiarazione sostitutiva di atto notorio ( art. 47 DPR 445/2000) – da rendersi entro 30 giorni dal verificarsi dell’evento o dalla data in cui se ne ha conoscenza all’Agenzia delle Entrate o al Comando della guardia di finanza competenti– dalle quali risulti il valore complessivo dei beni mancanti.

Alla dichiarazione sostitutiva dovrà essere associata una relazione che specifichi i criteri e gli elementi che sono serviti a determinare il valore (natura, quantità e qualità dei beni distrutti ed il loro valore unitario), che il contribuente dovrà tenere a disposizione e fornire, su richiesta, all’Amministrazione finanziaria .

La denuncia serve sia per vincere la presunzione Iva (Dpr n. 441/97, art. 2) sia ai fini delle IIDD.

Cordiali saluti.

Il Capo Settore Provinciale Tributario  
Franco De Antoni



## Elaborazione flash

Ufficio Studi Confartigianato

16/11/2010

### L'artigianato coinvolto dall'alluvione nei 102 comuni in sei province del Veneto

Nei comuni colpiti sono localizzate 29.407 imprese artigiane, con 80.894 addetti di cui 35.332 nel Manifatturiero.

\*\*\*\* anteprima riservata \*\*\*\*

Nei 102 comuni delle province venete di Padova, Vicenza, Verona, Belluno, Treviso e Venezia colpiti dall'alluvione<sup>1</sup> sono localizzate **110.951 imprese di cui il 26,5%, pari a 29.407 unità, è costituito da imprese artigiane**. Complessivamente è stato coinvolto il 23,8% del sistema delle imprese nelle sei province colpite. L'allagamento subito dalle imprese di produzione – con il conseguente danneggiamento degli impianti – è di particolare gravità, dato che nei 102 comuni delle sei province venete operano **14.284 imprese manifatturiere**, pari al 22,5% del totale delle imprese di produzione attive nelle sei province interessate. Le esportazioni che esprimono potenzialmente le imprese manifatturiere che risiedono nei comuni coinvolti dall'alluvione ammontano a 8,4 miliardi di euro, pari a poco meno di un quarto (22,0%) dell'intero export veneto<sup>2</sup>. Gli addetti dell'artigianato<sup>3</sup> che lavorano nei comuni dichiarati in emergenza nelle sei province venete sono 80.894 di cui quasi la metà (43,7%) in attività del **Manifatturiero e connesse con l'agricoltura**, il 28,3% nelle **Costruzioni** e il 28,0% nei **Servizi**. Complessivamente si tratta del 21,9% dell'occupazione complessiva dell'artigianato nelle sei province.

#### Le imprese e gli addetti dell'artigianato nei comuni coinvolti dall'emergenza alluvione

imprese registrate al III trimestre 2010 - 102 comuni province di Padova, Vicenza, Verona, Belluno, Treviso e Venezia

provincia	comuni interessati	Imprese	Imprese artigiane	incidenza artigianato	Addetti artigianato	di cui: Manifatturiero e attività connesse con agricoltura	Costruzioni	Servizi
Padova	25	40.991	9.217	22,5%	25.608	10.725	6.586	8.298
Vicenza	31	35.797	10.557	29,5%	29.813	14.505	7.526	7.781
Verona	20	14.240	4.006	28,1%	9.589	3.593	3.597	2.399
Belluno	13	5.358	1.647	30,7%	4.511	1.592	1.578	1.340
Treviso	12	13.262	3.542	26,7%	10.192	4.526	3.087	2.579
Venezia	1	1.303	438	33,6%	1.182	392	509	282
<b>Totale</b>	<b>102</b>	<b>110.951</b>	<b>29.407</b>	<b>26,5%</b>	<b>80.894</b>	<b>35.332</b>	<b>22.883</b>	<b>22.679</b>

Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato su dati Istat e Infocamere-Unioncamere, Movimpresa

<sup>1</sup> Rilevazione di Confartigianato del Veneto con verifiche effettuate presso la Protezione Civile.

<sup>2</sup> Su un export totale delle sei province venete nel 2009 pari a 37.310 milioni di euro, il 22,5% riferito alle imprese manifatturiere nei 102 comuni colpiti equivale a 8.379 milioni di euro, pari al 22,0% delle esportazioni regionali del settore manifatturiero che ammontano a 38.132 milioni di euro nel 2009.

<sup>3</sup> Stima basata sull'ipotesi di dimensione media per impresa artigiana nei Comuni omogenea per settore e provincia di appartenenza. Dati sugli addetti dell'artigianato da Archivio Statistico Imprese Attive dell'Istat relativi al 2008.

Elaborazione Flash



Nel dettaglio la provincia con il maggior numero di addetti nell'artigianato delle imprese localizzate nei comuni coinvolti dall'alluvione è quella di **Vicenza** che registra, nei 31 comuni dichiarati in emergenza 10.557 imprese artigiane con una occupazione stimata in 29.813 addetti. Nei comuni coinvolti dall'alluvione lavora il 39,4% degli addetti dell'artigianato della provincia.

Segue la provincia di **Padova**, con 9.217 imprese artigiane localizzate nei 25 comuni colpiti dall'alluvione e una occupazione coinvolta di 25.608 addetti. Qui l'incidenza dell'occupazione artigiana colpita è pari al 32,4% dell'occupazione totale dell'artigianato in provincia.

A **Treviso** - dove sono stati colpiti 12 comuni - risiedono 3.542 imprese artigiane che occupano 10.192 addetti. Qui il peso dell'occupazione dell'artigianato coinvolta dall'alluvione è del 13,8% del totale della provincia.

A **Verona** - dove sono stati colpiti 20 comuni - risiedono 4.006 imprese artigiane, con il coinvolgimento di 9.589 addetti. La quota dell'occupazione dell'artigianato coinvolta dall'alluvione è pari al 14,0% del totale provinciale.

A **Belluno** - nei 13 comuni coinvolti- risiedono 1.647 imprese artigiane che occupano 4.511 addetti. Qui il peso dell'occupazione dell'artigianato coinvolta è pari al 29,6% del totale della provincia.

Infine l'unico comune coinvolto in provincia di **Venezia**, S. Stino di Livenza, vede la presenza di 438 imprese artigiane che occupano 1.182 addetti. Qui il peso dell'occupazione dell'artigianato dei comuni coinvolti dall'alluvione è limitata al 2,1% del totale della provincia.

#### Peso delle imprese e gli addetti dell'artigianato coinvolti dall'emergenza alluvione

imprese registrate al III trimestre 2010 - incidenza % sul totale della provincia - 102 comuni

provincia	% comuni interessati	% imprese	% Imprese artigiane	% Addetti artigianato	% Addetti artigianato nel manifatturiero
Padova	24,0%	39,4%	32,4%	32,4%	30,4%
Vicenza	25,6%	41,7%	39,4%	39,4%	36,4%
Verona	20,4%	14,3%	14,0%	14,0%	13,6%
Belluno	18,8%	32,0%	29,6%	29,6%	26,3%
Treviso	12,6%	14,3%	13,8%	13,8%	13,8%
Venezia	2,3%	1,6%	2,1%	2,1%	1,6%
Totale	19,2%	23,2%	21,6%	21,9%	21,8%

Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato su dati Istat e Infocamere-Unioncamere, Movimpresa

Nelle pagine seguenti sono riportate le tabelle provinciali della consistenza delle imprese artigiane registrate per Comune e per macro settore (Manifatturiero e attività connesse con agricoltura, Costruzioni e Servizi) al 30 settembre 2010.

**Le imprese artigiane coinvolte dall'emergenza alluvione nei 31 comuni della provincia di Vicenza**  
 imprese registrate al III trimestre 2010

comune	Imprese totali	di cui: Manifatturiero e attività connesse con agricoltura	Costruzioni	Servizi
ALTISSIMO	55	21	23	11
ARZIGNANO	715	252	230	233
CALDOGNO	358	115	146	94
CARRE'	155	78	41	36
CHIAMPO	391	132	151	108
DUEVILLE	440	163	131	144
LAGHI	2	1	1	1
LONGARE	179	54	80	46
LUSIANA	112	34	55	22
MAROSTICA	440	142	154	143
MOLVENA	91	31	30	29
MONTEBELLO VICENTINO	199	73	65	60
MONTE DI MALO	125	43	51	28
MONTEGALDA	131	36	58	36
MONTEGALDELLA	51	13	22	14
NOVENTA VICENTINA	314	71	144	94
PEDEMONTE	27	10	13	4
PIANEZZE	82	30	33	19
POSINA	22	3	14	6
RECOARO TERME	210	44	109	57
ROMANO D'EZZELINO	477	158	160	156
SCHIO	1.043	348	366	326
TORREBELVICINO	185	75	71	39
TORRI DI QUARTESOLO	344	105	139	97
TRISSINO	365	168	113	82
VALDAGNO	611	139	265	207
VALDASTICO	42	15	17	10
VALLI DEL PASUBIO	73	26	29	18
VALSTAGNA	28	11	6	12
VICENZA	3.049	660	1.191	1.190
VILLAVERLA	241	89	96	56
<b>Totale comuni coinvolti</b>	<b>10.557</b>	<b>3.140</b>	<b>4.004</b>	<b>3.378</b>

Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato su dati Movimprese

**Le imprese artigiane coinvolte dall'emergenza alluvione nei 25 comuni della provincia di Padova**  
 imprese registrate al III trimestre 2010

comune	Imprese totali	di cui: Manifatturiero e attività connesse con agricoltura	Costruzioni	Servizi
BOVOLENTA	148	36	77	35
BRUGINE	310	91	147	69
CARCERI	55	10	22	21
CASALE DI SCODOSIA	309	195	53	59
CASALSERUGO	265	53	138	70
CERVARESE SANTA CROCE	221	72	93	50
ESTE	555	147	197	207
LOZZO ATESTINO	110	30	56	23
MASERA' DI PADOVA	339	91	143	99
MEGLIADINO SAN FIDENZIO	81	18	43	19
MEGLIADINO SAN VITALE	80	40	24	15
MONTAGNANA	340	105	110	122
OSPEDALETTO EUGANEO	190	49	90	48
PADOVA	3.973	817	1.291	1.848
PONSO	95	34	41	18
PONTE SAN NICOLO'	377	106	146	122
SACCOLONGO	159	58	56	44
SALETTO	120	37	47	36
SANTA MARGHERITA D'ADIGE	101	42	35	22
SELVAZZANO DENTRO	511	138	194	175
URBANA	130	62	38	28
VEGGIANO	167	52	71	45
VIGHIZZOLO D'ESTE	28	9	9	11
VIGODARZERE	385	130	141	110
VO'	168	54	73	42
<b>Totale comuni coinvolti</b>	<b>9.217</b>	<b>2.476</b>	<b>3.335</b>	<b>3.338</b>

Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato su dati Infocamere-Unioncamere, Movimpresa

**Le imprese artigiane coinvolte dall'emergenza alluvione nei 20 comuni della provincia di Verona**  
 imprese registrate al III trimestre 2010

comune	Imprese totali	di cui: Manifatturiero e attività connesse con agricoltura	Costruzioni	Servizi
BADIA CALAVENA	103	32	49	22
BRENTINO BELLUNO	52	9	35	9
BRENZONE	102	11	68	19
CAPRINO VERONESE	343	78	199	67
CAZZANO DI TRAMIGNA	42	13	22	7
DOLCE'	123	57	36	31
GREZZANA	435	88	228	118
ILLASI	175	51	81	43
MALCESINE	108	14	51	44
MONTEFORTE D'ALPONE	289	63	142	85
NEGRAR	550	127	275	149
RONCA'	117	34	51	30
ROVERE' VERONESE	121	19	79	22
SAN BONIFACIO	704	140	335	225
SAN GIOVANNI ILARIONE	156	49	64	44
SANT'ANNA D'ALFAEDO	130	52	54	25
SELVA DI PROGNO	41	10	30	2
SOAVE	207	35	101	71
TREGNAGO	144	47	60	37
VESTENANOVA	64	13	32	20
<b>Totale comuni coinvolti</b>	<b>4.006</b>	<b>942</b>	<b>1.992</b>	<b>1.070</b>

Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato su dati Movimprese

**Le imprese artigiane coinvolte dall'emergenza alluvione nei 13 comuni della provincia di Belluno**  
 imprese registrate al III trimestre 2010

comune	Imprese totali	di cui: Manifatturiero e attività connesse con agricoltura	Costruzioni	Servizi
BELLUNO	633	151	220	262
CHIES D'ALPAGO	42	8	29	5
COLLE SANTA LUCIA	17	5	10	2
COMELICO SUPERIORE	131	38	74	19
FALCADE	58	15	31	12
FARRA D'ALPAGO	64	11	36	17
CANALE D'AGORDO	17	5	8	4
LENTIAI	113	44	40	29
LIMANA	125	36	54	35
LIVINALLONGO DEL COL DI LANA	36	9	21	6
MEL	192	49	104	39
SEREN DEL GRAPPA	95	35	42	18
TRICHIANA	124	32	60	32
<b>Totale comuni coinvolti</b>	<b>1.647</b>	<b>438</b>	<b>729</b>	<b>480</b>

Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato su dati Infocamere-Unioncamere, Movimpresa

**Le imprese artigiane coinvolte dall'emergenza alluvione nei 12 comuni della provincia di Treviso**  
 imprese registrate al III trimestre 2010

comune	Imprese totali	di cui: Manifatturiero e attività connesse con agricoltura	Costruzioni	Servizi
CISON DI VALMARINO	81	12	53	16
FARRA DI SOLIGO	329	118	138	73
FREGONA	73	21	39	13
MEDUNA DI LIVENZA	70	23	27	20
MIANE	148	45	79	24
MONFUMO	43	8	32	3
MONTEBELLUNA	903	347	340	216
MOTTA DI LIVENZA	308	126	104	78
PIEVE DI SOLIGO	397	120	183	94
SAN PIETRO DI FELETTO	117	44	43	30
VALDOBBIADENE	325	130	122	73
VITTORIO VENETO	748	210	298	240
<b>Totale comuni coinvolti</b>	<b>3.542</b>	<b>1.204</b>	<b>1.458</b>	<b>880</b>

Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato su dati Infocamere-Unioncamere, Movimpresa

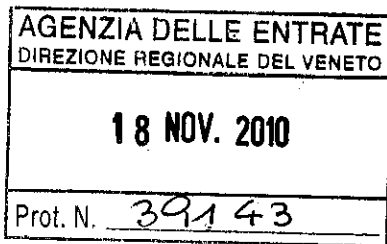
**Le imprese artigiane coinvolte dall'emergenza alluvione nel comune di S. Stino di Livenza (VE)**  
 imprese registrate al III trimestre 2010

comune	Imprese totali	di cui: Manifatturiero e attività connesse con agricoltura	Costruzioni	Servizi
SANTO STINO DI LIVENZA	438	90	233	115
Totale comuni coinvolti	438	90	233	115

Elaborazione Ufficio Studi Confartigianato su dati Infocamere-Unioncamere, Movimpresa

*Roma, 16/11/2010*

*Ufficio Studi*



Spett.le  
Osservatorio Regionale Studi di Settore  
C/o Direzione Regionale delle Entrate  
Marghera Venezia

p.c.  
Spett.le  
Confcommercio Veneto  
Venezia

Belluno 16.11.2010

Oggetto: Riunione straordinaria del 17 novembre 2010 – esame problematiche di natura fiscale inerenti l'alluvione che ha coinvolto la Regione Veneto.

Lo scrivente rag. Gaetano Basile, quale rappresentante del Commercioveneto nell'Osservatorio Regionale sugli Studi di Settore, fa presente che a seguito degli eventi dannosi che ha coinvolto la Regione Veneto, ha contattato le Ascom del Veneto operanti a stretto contatto con il tessuto economico della Regione,

Da una prima verifica presso i propri associati hanno elaborato una serie di considerazioni e dati, relativi ai danni patiti a seguito degli eventi di cui sopra.

Dati e valutazioni che sono comunque in continua evoluzione ed oggetto di monitoraggio quotidiano da parte delle Organizzazioni associative.

Quanto riportato nella presente risulta pertanto essere una prima fotografia, ovviamente non esaustiva, della situazione in cui versa una significativa parte di operatori economici turistici, commerciali e di servizi.

#### VICENZA

L'Ascom di Vicenza rappresenta che recenti eventi atmosferici hanno flagellato buona parte della provincia e hanno provocato enormi disagi alle imprese commerciali e produttive – non solo per i danni materiali alle infrastrutture subiti e quindi ritiene necessario la concessione dello stato di calamità naturale nei territori colpiti dall'alluvione del 1 novembre u.s.



La Confcommercio della Provincia di Vicenza ritiene sarebbe altresì necessario che fosse concessa la sospensione dei termini per gli adempimenti ed i versamenti tributari scadenti nel periodo dal 1° novembre 2010 al 30 giugno 2011.

Inoltre si ritiene utile ed opportuno per il medesimo periodo, sia concesso alle persone fisiche, con residenza nel territorio della Provincia di Vicenza alla data del 1° novembre 2010, di chiedere al sostituto d'imposta di non effettuare le ritenute alla fonte da operare a titolo di acconto ai sensi degli art.23, 24,25, 25 bis, 28 comma 2 e 29 del D.P.R. 600/1973, Trattasi delle ritenute di lavoro dipendente; sui redditi da lavoro autonomo, sui redditi assimilati a quelli di lavoro dipendente, sulle provvigioni inerenti i rapporti di commissione, di agenzia, di mediazione, di rappresentanza di commercio e di procacciamento di affari; sui contributi degli Enti pubblici e sui compensi ed altri redditi corrisposti dallo Stato.

Si allega la lettera inviata al Signor Ministro dell'Economia e Finanze a firma dei Presidenti delle attività economiche del Commercio, Industria e Artigianato e Agricoltura e la lettera inviata dal Presidente Sergio Rebecca - Confcommercio Vicenza indirizzata al Prefetto di Vicenza e al Presidente della Regione Veneto.

#### TREVISO (zona pedemontana).

In merito alla richiesta di verifica dei danni verificatisi i giorni scorsi si comunica che, dopo aver cercato tra le notizie apparse sulla stampa locale in questi giorni dalle quali non sono state rilevate particolari segnalazioni di danni ad attività commerciali/turistiche nei mandamenti di Asolo-Montebelluna-Valdobbiadene a seguito delle avversità atmosferiche, effettuate anche alcune telefonate ai Fiduciari dei Comuni della Pedemontana, è stato confermato che il maltempo non ha causato danni particolari a strutture del settore ma solamente alla viabilità (qualche frana e conseguente chiusura temporanea di strade).

L'unico allagamento che è stato segnalato è quello di un pubblico esercizio (Bar Posta) in centro a Farra di Soligo, ma trattasi di una situazione già precaria di suo (si trova sotto il livello del piano stradale), ma senza comunque gravi conseguenze.

## ODERZO:

A riscontro della richiesta di quantificare a grandi linee i danni subiti dalla base associativa operante nei quattordici comuni del mandamento di Oderzo - Motta di Livenza, precisiamo quanto segue:

1. Nei comuni di Portobuffolè, Meduna di Livenza e Motta di Livenza, si sono corsi rischi molto elevati dato che il livello dell'acqua del fiume Livenza aveva superato i limiti dell'alluvione del 1966; fortunatamente gli argini hanno retto l'onda d'urto e conseguentemente i danni sono stati solo indiretti: blocco delle attività in conseguenza dell'ordine di sgombero diramata dal Sindaco (tutti gli edifici pubblici sono stati sgomberati; l'attività dei negozi è rimasta paralizzata dalla necessità di porre in sicurezza le scorte);

2. Gli unici danni diretti rilevanti per il nostro comparto, si sono verificati a Basalghelle, frazione del comune di Mansuè, a causa dello straripamento del fiume Rasego (indotto dal fiume Livenza, a causa della mancata costruzione di una chiaviva, da molti anni richiesta); il livello dell'acqua che ha invaso in particolare le sedi aziendali di Macelleria Tadiotto, dell'annesso Bar Tadiotto e del Ristorante Al Morer, ha raggiunto circa 150 cm..

Naturalmente l'intera viabilità è rimasta inagibile. Fervono ancora in questo momento i lavori di pulizia e di recupero delle poco cose ancora riutilizzabili. Una prima quantificazione dei danni è stimata in circa € 50.000;

3. In tutti gli altri comuni a rischio (Cimadolmo, Ponte di Piave e Salgareda) non si registrano danni se non (marginali) alle coltivazioni agricole ed a qualche costruzione all'interno delle zone golenali.

## VITTORIO VENETO:

Si segnalano in maniera particolare i nominativi di due imprese della ristorazione che hanno subito ingenti danni in seguito ad alluvione e frana della settimana scorsa:

- RISTORANTE "AI CADELACH - HOTEL GIULIA di Pol Giulia e C. sas" via Giuseppe Grava, 2, REVINE LAGO

Tracimazione del lago – danneggiamento del pavimento di cotto della sala ristorante. Lavori di rifacimento per euro 20.000,00.

- RISTORANTE DA “CICCI” di BORSOI LIDIA, via San Lorenzo, 30, Vittorio Veneto  
Chiusura per frana del locale per dieci giorni. Mancato guadagno per euro 8.000,000.

#### CASTELFRANCO VENETO:

Unica segnalazione di rilievo proveniente dall’area castellana è relativa a Villa Caprera che, a causa dello straripamento del fiume Musonello ha riportato danni strutturali per circa 50.000 €.

#### VERONA

Stiamo continuamente monitorando i danni dei territori veronesi riferiti al nostro settore ed ad oggi non è possibile quantificarli.

Come ordine di grandezza abbiamo un grossista che ha perso le merci in magazzino per un danno quantificabile in 2.000.000 di euro e di un Hotel che quantifica il suo danno in 1.000.000/2.000.000 di euro.

La situazione è ancora critica ed in continua evoluzione.

#### PADOVA

In riferimento alla richiesta pervenuta in merito alla calamità di cui all’oggetto, allo stato attuale, da indicazioni che pervengono dagli operatori associati del Comune di Padova e dai referenti della provincia le attività socie danneggiate dall'alluvione sono in numero di 14 così divise: Casalserugo 6, Bovolenta 2, Padova 3, Ponte San Nicolò (loc. Roncajette) 2. Evidenziamo però che persistono, soprattutto in questi giorni, numerosi stati d’allerta in diverse zone della Provincia.

Sottolineiamo altresì che il danno causato dall'alluvione riguarda anche il problema della chiusura delle strade e del non passaggio dei clienti con conseguenti mancanze di vendita.

Non è ancora possibile determinare peraltro una stima precisa dei danni subiti considerato che le persone sono ancora impegnate con la Protezione Civile e con i volontari per rimuovere il fango e i macchinari danneggiati, come pure non è da escludere che manchino notizie da altri associati che pure sono stati pesantemente danneggiati dall'alluvione, ma che non si sono ancora riusciti a metter in contatto con i nostri uffici.

### BELLUNO

Si sono verificati nell'ambito della montagna bellunese smottamenti franosi che hanno precluso e ridotto la possibilità di accesso ad alcune località, comportando un conseguente calo dei consumi presso le attività economiche.

Sono stati avviati dei contatti con le autorità locali per verificare nel dettaglio le zone particolarmente interessate da tali eventi e disagi.

Firmato rag. Gaetano Basile

Confcommercioveneto



**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA

VICENZA

Vicenza, 3 novembre 2010

Prot. N. 4898 /PM/gS

A Sua Eccellenza  
**Dr. Melchiorre Fallica**  
Prefetto di Vicenza  
Contrà Gazzolle, 6/10  
**36100 Vicenza**

AGENZIA DELLE ENTRATE DIREZIONE REGIONALE DEL VENETO
18 NOV. 2010
Prot. N. 39161

e p.c. Egregio  
**Dr. Luca Zaia**  
Presidente Regione Veneto  
Palazzo Balbi - Dorsoduro 3901  
**30123 Venezia**

**Oggetto: richiesta di sospensione dei termini per gli adempimenti ed i versamenti tributari.**

Alla luce dei recenti eventi atmosferici che hanno flagellato buona parte della provincia di Vicenza e degli enormi disagi che tali eventi hanno causato alle tante imprese commerciali e produttive - non solo per i danni materiali alle infrastrutture subiti - siamo fiduciosi della concessione dello stato di calamità naturale nei territori colpiti dall'alluvione del 01 novembre u.s..

Confcommercio della Provincia di Vicenza ritiene sarebbe altresì necessario che fosse concessa **la sospensione dei termini per gli adempimenti ed i versamenti tributari scadenti nel periodo dal 1 novembre 2010 al 30 giugno 2011:**

- per le persone fisiche, anche in qualità di sostituti d'imposta, con residenza nel territorio della provincia di Vicenza alla data del 01 novembre 2010,
- per i soggetti diversi dalle persone fisiche, anche in qualità di sostituti d'imposta, aventi la sede legale o la sede operativa nel territorio della provincia di Vicenza alla data del 01 novembre 2010.

Riterremmo inoltre utile ed opportuno, per il medesimo periodo, sia concesso alle persone fisiche, con residenza nel territorio della provincia di Vicenza alla data del 01 novembre 2010, di chiedere al sostituto d'imposta di non effettuare le ritenute alla fonte da operare a titolo di acconto ai sensi degli articoli 23, 24, 25, 25-bis, 28, comma 2, e 29 del D.P.R. n. 600/1973. Trattasi delle ritenute sui redditi di lavoro dipendente; sui redditi assimilati a quelli di lavoro dipendente; sui redditi di lavoro autonomo; sulle provvigioni inerenti a rapporti di commissione, di agenzia, di mediazione, di rappresentanza di commercio e di procacciamento di affari; sui contributi degli enti pubblici e sui compensi ed altri redditi corrisposti dallo Stato.

Siamo pertanto a chiedere a Sua Eccellenza di far pervenire le considerazioni sopra esposte ai ministeri competenti e, nel ringraziare fin d'ora per l'attenzione che vorrà prestare alle richieste avanzate e per quanto potrà fare affinché siano accolte, restiamo a disposizione per ogni ulteriore approfondimento in merito.

Con ossequio.

IL PRESIDENTE  
(Sergio Rebecca)



**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA

VICENZA

WPCAS



Vicenza, 4 novembre 2010

Prot. N. 4925 /PM/gs

**RACCOMANDATA A.R.**

Spett.le  
**CONFCOMMERCIO**  
Piazza G. Belli, 2  
**00154 ROMA**

*alla cortese attenzione Dott. A. Vento*

**Oggetto: richiesta di sospensione dei termini per gli adempimenti ed i versamenti tributari per i territori colpiti dall'alluvione del 01 novembre 2010.**

Facendo seguito ai colloqui telefonici intercorsi, allegata alla presente si inoltra, per debita conoscenza, la richiesta inviata dalla scrivente al Prefetto di Vicenza, relativa alla sospensione dei termini per gli adempimenti ed i versamenti tributari scadenti nel periodo dal 1 novembre 2010 al 30 giugno 2011, per i contribuenti residenti nei territori colpiti dall'alluvione dell'1 novembre u.s.

Si ritiene l'agevolazione in oggetto di primaria importanza per l'economia della Provincia di Vicenza così duramente colpita dagli eventi atmosferici degli ultimi giorni. A tal fine, si chiede a codesta rispettabile Confederazione di appoggiare la richiesta di sospensione presso gli organi competenti e, nel ringraziare fin d'ora per quanto potrete fare affinché sia accolta, si rimane a disposizione per ogni ulteriore approfondimento in merito.

Cordiali saluti,

IL DIRETTORE  
(Avv. Andrea Gallo)

All.to

## *Situazione emergenza alluvione comuni di Monteforte d'Alpone – Soave e San Bonifacio*

### **Comune di Monteforte d'Alpone**

**Ammontare dei danni stimato (per difetto) relativo alle attività produttive:  
Euro 10.350,00.**

Il dato si riferisce solamente ad aziende artigiane e commerciali (escluse quindi le attività agricole).

Gli interventi di prima necessità che saranno necessari per la ripresa dell'attività sono relativi soprattutto alla sostituzione di circa 800 contatori del gas e circa 800 contatori dell'energia elettrica e alla riparazione degli impianti elettrici.

**Le aziende coinvolte (artigianali, commerciali e studi professionali) sono circa 60.**

Fonte: Segretario comunale del comune di Monteforte d'Alpone – tel. 045/6137317

### **Comune di Soave**

**Le aziende coinvolte (artigianali, commerciali e studi professionali) sono 90 così suddivise:**

- **Uffici: numero 17;**
- **Attività commerciali e ristoranti: numero 66;**
- **Attività industriali: numero 2;**
- **Attività artigianali: numero 5.**

Famiglie coinvolte numero 630;

Abitazioni coinvolte numero 630;

Autorimesse e locali dei privati numero 1502.

**Le stime finanziarie dichiarate alla Regione Veneto sono le seguenti:**

- Famiglie: Euro 27.262.500,00;
- Beni pubblici: Euro 1.996.500,00;
- **Attività produttive: Euro 9.913,00.**

Fonte: Responsabile procedimento ufficio tributi - Dottor Lamberto Gobbetti –  
tributi@comunesoave.it

#### **LA NOSTRA PRESENZA SUL TERRITORIO**

AFFI  
COLOGNA VENETA  
ISOLA DELLA SCALA  
LEGNAGO  
SAN BONIFACIO

Via Don Mazza, 1  
Piazza Mazzini, 37  
Via I° Maggio, 3  
Via Rosselli, 1  
Piazzetta Dalli Cani, 6

Tel. 045 7255775  
Tel. 0442 85042 - 410666  
Tel. 045 7300889  
Tel. 0442 20395  
Tel. 045 7611188

Fax 045 6269392  
Fax 0442 85042  
Fax 045 6630270  
Fax 0442 609387  
Fax 045 7611878

### **Comune di San Bonifacio**

Le **tre realtà** coinvolte dalla esondazione del primo novembre sono le seguenti:

TITOLARE	DITTA	SEDE LEGALE	UBICAZIONE
DE MEGNI GIORGIO	QUADRIFOGLIO SPA (Grossista abbigliamento/merceria)	VIALE DANTE 19 - PORDENONE	VIA CAPPUCCINI - MONTEFORTE D'ALPONE
CORRA'	AZIENDA AGRICOLA CORRA' PAOLA, CRISTINA ADAMI MARIA	VIA ROSARIO 26 - ARCOLE	SAN BONIFACIO LOCALITA' CONFINE
BERTANI MADDALENA	AZIENDA AGRICOLA LE COLOMBARE	LUNGADIGE RUBELE, 44 - VERONA	VIGNETO IN SAN BONIFACIO

**Al momento la sola ditta De Megni (quadrifoglio) ha stimato il danno in Euro 500.000,00.**

Fonte: Geometra Todesco - Funzionario Responsabile e P.O. del Servizio Patrimonio, Manutenzioni, Sicurezza, Impianti e Protezione Civile del comune di San Bonifacio; atodesco@comune.sanbonifacio.vr.it