

# INDICE SINTETICO DI AFFIDABILITÀ 2021

---

#ISAdays



**COS'È L'INDICE SINTETICO**

**DI AFFIDABILITÀ?**



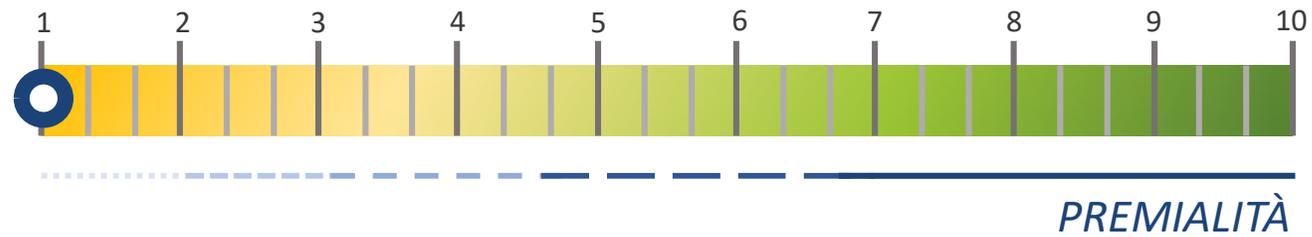
**CSA**

sose 

L'Indice Sintetico di Affidabilità è la **media semplice di un insieme di indicatori elementari**



Il valore dell'indice sintetico assegnato al contribuente è **compreso tra 1 e 10.**



**COME MIGLIORARE**

**IL PUNTEGGIO DI AFFIDABILITÀ?**





### **Verificando la validità dei dati esterni**

relativi alle banche dati in possesso dell'Agenzia delle Entrate, che vengono forniti al contribuente per l'applicazione degli ISA



### **Modificando i dati contabili e/o strutturali della dichiarazione ISA,**

segnalati come atipici dagli indicatori elementari di anomalia, ove ritenuti non correttamente compilati



### **Dichiarando «Ulteriori componenti positivi per migliorare il profilo di affidabilità»,**

al fine di raggiungere il livello di affidabilità (premierità) desiderato

È possibile utilizzare il campo delle Note aggiuntive per segnalare ulteriori elementi informativi.

# LE PAROLE CHIAVE DEGLI ISA

---

**CONFRONTO CON  
ALTRE BANCHE DATI**



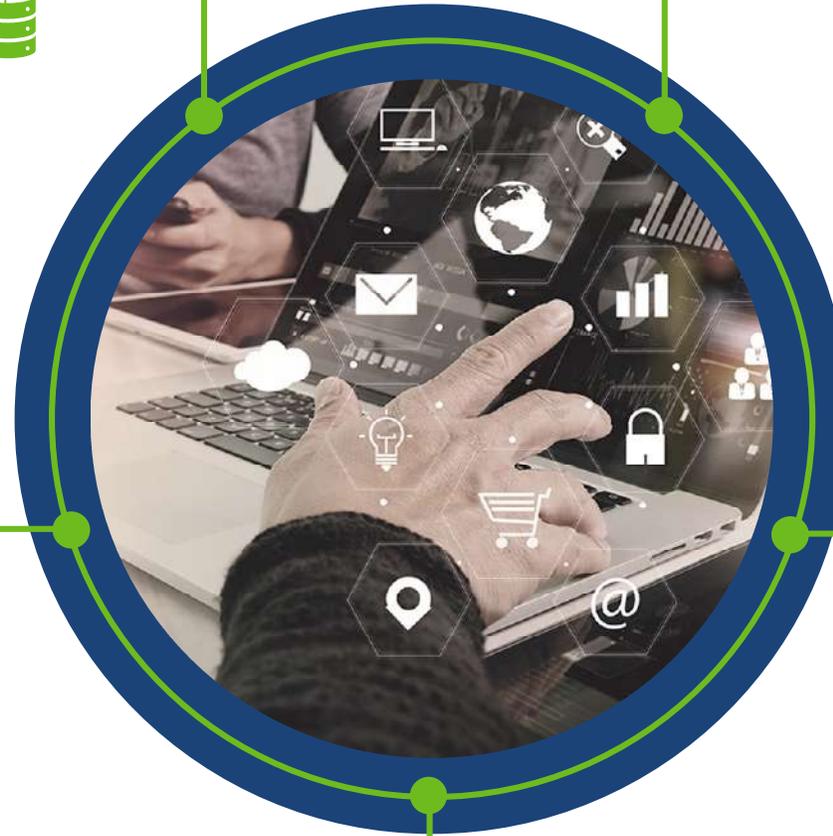
**MODELLI DI BUSINESS  
(MoB)**



**DATI PANEL**



**STIMA DI PIÙ  
BASI IMPONIBILI**



**MODELLO DI STIMA**



# MODELLI DI BUSINESS (MOB)

- ✓ rappresentano la struttura della **Catena del Valore** di ogni operatore economico alla base del processo di produzione del bene o del servizio
- ✓ sono espressione delle differenze fondamentali che derivano dalle **diverse combinazioni delle funzioni operative** (produzione, logistica, commerciale) di un operatore economico

Le determinanti fondamentali del Valore sono analizzate in base a una “griglia” omogenea utilizzata per tutti i macrosettori economici e articolata in **4 aree**:

VALUE PROPOSITION	VALUE NETWORK	VALUE FINANCE	VALUE ARCHITECTURE
Il Valore generato dalla Proposta di Mercato	Il Valore generato dalle Relazioni di Rete	Il Valore associato alle specificità della struttura di Costi e Ricavi	Il Valore generato dalle specificità organizzative

## PERCHÉ?

- ✓ Maggiore stabilità nel tempo
- ✓ Assegnazione più robusta del contribuente al gruppo



# STIMA DI PIÙ BASI IMPONIBILI

## RICAVI PER ADDETTO

Misura l'affidabilità dell'ammontare dei ricavi che gli operatori economici conseguono attraverso il processo produttivo con riferimento al contributo di ciascun addetto

## VALORE AGGIUNTO PER ADDETTO

Misura l'affidabilità del valore aggiunto creato con riferimento al contributo di ciascun addetto

## REDDITO PER ADDETTO

Misura l'affidabilità del reddito che gli operatori economici realizzano in un determinato periodo di tempo con riferimento al contributo di ciascun addetto

### PERCHÉ?

- ✓ L'analisi di diverse basi imponibili permette una valutazione più completa del conto economico



# MODELLO DI STIMA

Si stimano i ricavi e il valore aggiunto attraverso una funzione di produzione di tipo Cobb-Douglas in forma logaritmica su valori pro-capite.

La probabilità di appartenenza ai singoli Modelli di Business rappresenta una delle variabili esplicative.

## PERCHÉ?

- ✓ Interpretazione economica dei coefficienti stimati in termini di elasticità
- ✓ Maggiore stabilità e robustezza delle stime econometriche
- ✓ Il fattore lavoro è l'input fondamentale utilizzato per la creazione del valore (modello pro-capite)



# DATI PANEL

La stima è effettuata su un panel non bilanciato di operatori economici presenti nella banca dati ISA nei periodi d'imposta dal 2012 al 2019.

## PERCHÉ?

Permette di:

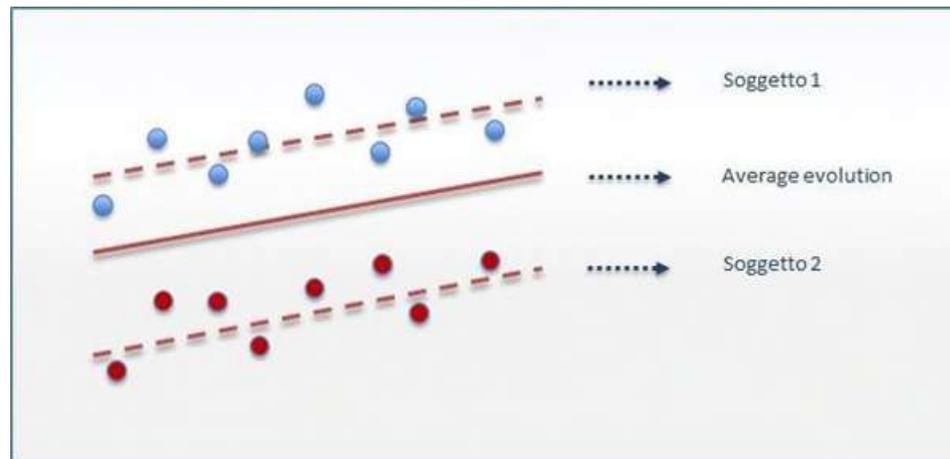
- ✓ utilizzare più informazioni per stime più efficienti
- ✓ analizzare la dinamica delle relazioni nel tempo
- ✓ misurare l'eterogeneità non osservabile degli operatori economici



# DATI PANEL

## EFFETTO INDIVIDUALE

Il coefficiente individuale, calcolato sui dati delle precedenti otto annualità dichiarative, consente di evidenziare situazioni di produttività maggiore (coefficiente positivo) oppure situazioni di minore marginalità (coefficiente negativo) dell'operatore economico rispetto alla media del settore di appartenenza.





# DATI PANEL

## ANDAMENTO CONGIUNTURALE

Il modello di stima (Mundlak, 1978) analizza gli andamenti economici sia del **settore** e del **territorio** che degli **operatori economici**.

### PERCHÉ?

- ✓ Ingloba il ciclo economico di settore e individuale



# CONFRONTO CON BANCHE DATI ESTERNE

La comparazione dei dati dichiarati con le informazioni richieste in altri modelli di dichiarazione e con altre banche dati esterne consente di definire eventuali indicatori di anomalia nonché di analizzare e di selezionare la platea di contribuenti oggetto di analisi.

## PERCHÉ?

- ✓ Migliorare la qualità dei patrimoni informativi

# ISA CM88U

## COMMERCIO ALL'INGROSSO DI ALTRI PRODOTTI NCA

---



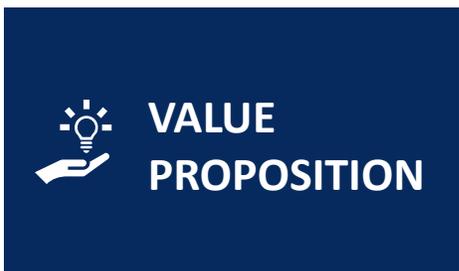
# I MODELLI DI BUSINESS

# Il metamodello del settore – *La struttura informativa*



	[% sui ricavi]
<input type="checkbox"/> Vendita al banco e Vendita a libero servizio (cash & carry)	
<input type="checkbox"/> Vendita sul territorio diretta (senza venditori e/o agenti)	
<input type="checkbox"/> Vendita sul territorio indiretta (tramite venditori e/o agenti)	
<input type="checkbox"/> Vendita sul territorio tramite telefono, fax, on line, ecc.	

# Il metamodello del settore – *La struttura informativa*



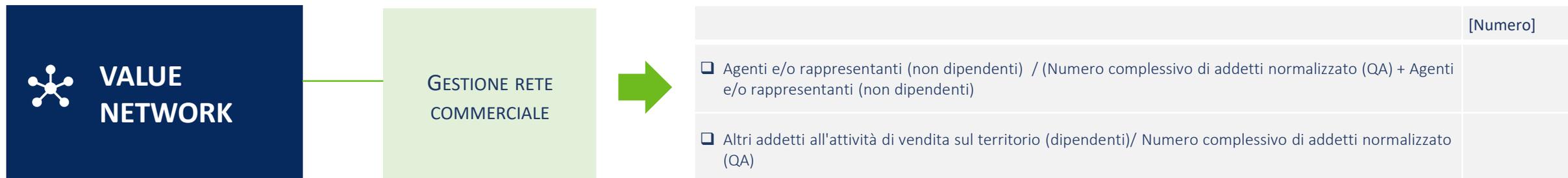
	[% sui ricavi]
<input type="checkbox"/> Gadget e oggetti ricordo e Altri articoli per fumatori	
<input type="checkbox"/> Fibre tessili	
<input type="checkbox"/> Articoli e accessori per l'antinfortunistica e l'antincendio e Segnaletica e cartellonistica	
<input type="checkbox"/> Prodotti per estetisti e parrucchieri e Parrucche e servizi connessi	
<input type="checkbox"/> Prodotti per l'imballaggio (compresi spaghi, cordami, sacchi e assimilati) e Articoli per confezionamento (confezioni, astucci, ecc.)	
<input type="checkbox"/> Moquette e Altri rivestimenti per i pavimenti e Tappeti	
<input type="checkbox"/> Fiori secchi e/o artificiali e Articoli e accessori per fioristi	
<input type="checkbox"/> Bare (Cofani funebri) e Altri articoli funerari e cimiteriali	

	[% sui ricavi]
<input type="checkbox"/> Mobili e beni usati <sup>1,2</sup>	
<input type="checkbox"/> Articoli monouso (per la casa, pubblici esercizi, ecc.) <sup>1</sup>	
<input type="checkbox"/> Bigiotteria <sup>1</sup>	
<input type="checkbox"/> Prodotti in materiale plastico, gomma, lattice, poliuretano, polietilene, polistirolo, PVC, teflon, nylon, ecc. <sup>1</sup>	
<input type="checkbox"/> Abbigliamento usato e Accessori abbigliamento, calzature, pelletteria, etc. usati <sup>1</sup>	
<input type="checkbox"/> Prodotti intermedi e Altri prodotti non alimentari <sup>1</sup>	
<input type="checkbox"/> Giochi meccanici per luna park e Videogiochi e-o accessori <sup>1</sup>	
<input type="checkbox"/> Prodotti e articoli per animali domestici <sup>1</sup>	
<input type="checkbox"/> Bomboniere <sup>1</sup>	
<input type="checkbox"/> Integratori alimentari, Prodotti di alimentazione naturale e Altri prodotti di erboristeria <sup>1</sup>	
<input type="checkbox"/> Articoli in legno e/o sughero e/o articoli artigianali e Articoli in vimini <sup>1</sup>	
<input type="checkbox"/> Forniture di bordo <sup>1</sup>	
<input type="checkbox"/> Apparecchi domestici non elettrici <sup>1</sup>	
<input type="checkbox"/> Articoli di antiquariato <sup>1</sup>	
<input type="checkbox"/> Strumenti musicali e accessori <sup>1</sup>	
<input type="checkbox"/> Sigarette, tabacchi e fiammiferi e Sigari e sigaretti <sup>1</sup>	

1. Da valutare nelle successive fasi di analisi.

2. Si tratta di una «**Variabile calcolata**» che comprende: Oggetti in vetro o ceramica, cristalleria usati, Oggettistica usata non di pregio e bigiotteria usata, Complementi di arredo usati, Mobili usati, Quadri, incisioni, stampe, oggetti d'arte e di culto usati.

# Il metamodello del settore – *La struttura informativa*



# I modelli di business individuati

## **MoB 1 - Imprese all'ingrosso che effettuano prevalentemente la vendita sul territorio senza ricorrere a una rete commerciale con assortimento diversificato (Numerosità: 2.427)**

Questo modello di business presenta un'ampia gamma dell'offerta commerciale. L'assortimento in genere è composto da svariati prodotti, appartenenti alle seguenti categorie: prodotti in materiale plastico, gomma, lattice, poliuretano, polietilene, polistirolo, PVC, teflon, nylon, ecc., bigiotteria, articoli monouso (per la casa, pubblici esercizi, ecc.), oggettistica varia e chincaglieria, casalinghi e altri prodotti non alimentari.

## **MoB 2 - Imprese all'ingrosso con assortimento prevalente di fiori secchi e/o artificiali, articoli e accessori per fioristi (Numerosità: 176)**

Queste imprese effettuano prevalentemente la vendita sul territorio: diretta (senza venditori e/o agenti), tramite telefono, fax, on line, ecc. e indiretta (tramite venditori e/o agenti). Inoltre, in taluni casi, si riscontra la vendita al banco e/o a libero servizio (cash & carry).  
L'offerta è talvolta integrata da prodotti e articoli per la cura delle piante (compresi vasi, sottovasi e fioriere, ecc.).

## **MoB 3 - Imprese all'ingrosso con assortimento generalmente ampio (Numerosità: 1.710)**

Queste imprese effettuano prevalentemente la vendita sul territorio: diretta (senza venditori e/o agenti), tramite telefono, fax, on line, ecc. e indiretta (tramite venditori e/o agenti). Inoltre, in taluni casi, si riscontra la vendita al banco e/o a libero servizio (cash & carry).  
Le imprese del modello di business presentano un assortimento generalmente ampio; in genere i prodotti in offerta sono rappresentati da: elettrodomestici, altri apparecchi elettrici ed elettronici, bomboniere, casalinghi e altri articoli di uso domestico, articoli per la cura e l'igiene della persona, bigiotteria, saponi, detersivi, altri prodotti per la pulizia, prodotti in materiale plastico, gomma, lattice, poliuretano, polietilene, polistirolo, PVC, teflon, nylon, ecc. e altri prodotti non alimentari.

## **MoB 4 - Imprese all'ingrosso con assortimento prevalente di gadget, oggetti ricordo e articoli per fumatori (Numerosità: 537)**

Queste imprese effettuano prevalentemente la vendita sul territorio: diretta (senza venditori e/o agenti), tramite telefono, fax, on line, ecc. e indiretta (tramite venditori e/o agenti). Inoltre, in taluni casi, si riscontra la vendita al banco e/o a libero servizio (cash & carry).  
L'offerta è talvolta integrata da articoli da regalo, penne, articoli per la scrittura e inchiostri, calendari e cards da collezione non abbinati a prodotti editoriali illustrati, articoli per confezionamento (confezioni, astucci, ecc.) etichette, etichette adesive e di tessuto e altri prodotti di cartoleria.

# I modelli di business individuati

## **MoB 5 - Imprese all'ingrosso con assortimento prevalente di fibre tessili (Numerosità: 135)**

Queste imprese effettuano prevalentemente la vendita sul territorio: diretta (senza venditori e/o agenti), tramite telefono, fax, on line, ecc. e indiretta (tramite venditori e/o agenti). Inoltre, in taluni casi, si riscontra la vendita al banco e/o a libero servizio (cash & carry).

## **MoB 6 - Imprese all'ingrosso con assortimento prevalente di prodotti per l'imballaggio (compresi spaghi, cordami, sacchi e assimilati) e articoli per confezionamento (confezioni, astucci, ecc.) (Numerosità: 595)**

Queste imprese effettuano prevalentemente la vendita sul territorio: diretta (senza venditori e/o agenti), tramite telefono, fax, on line, ecc. e indiretta (tramite venditori e/o agenti). Inoltre, in taluni casi, si riscontra la vendita al banco e/o a libero servizio (cash & carry).

## **MoB 7 - Imprese all'ingrosso con assortimento prevalente di prodotti per estetisti e parrucchieri, parrucche e servizi connessi (Numerosità: 167)**

Queste imprese effettuano prevalentemente la vendita sul territorio: diretta (senza venditori e/o agenti), tramite telefono, fax, on line, ecc. e indiretta (tramite venditori e/o agenti). Inoltre, in taluni casi, si riscontra la vendita al banco e/o a libero servizio (cash & carry).

## **MoB 8 - Imprese all'ingrosso che effettuano prevalentemente la vendita in sede al banco e/o libero servizio (cash&carry) con assortimento diversificato (Numerosità: 335)**

Questo modello di business presenta un'ampia gamma dell'offerta commerciale. L'assortimento in genere è composto da svariati prodotti, appartenenti alle seguenti categorie: elettrodomestici, altri apparecchi elettrici ed elettronici, bomboniere, casalinghi e altri articoli di uso domestico e altri prodotti non alimentari.

## **MoB 9 - Imprese all'ingrosso con assortimento prevalente di articoli e accessori per l'antinfortunistica e l'antincendio, segnaletica e cartellonistica (Numerosità: 592)**

Queste imprese effettuano prevalentemente la vendita sul territorio: diretta (senza venditori e/o agenti), tramite telefono, fax, on line, ecc. e indiretta (tramite venditori e/o agenti). Inoltre, in taluni casi, si riscontra la vendita al banco e/o a libero servizio (cash & carry).

L'offerta è talvolta integrata da abbigliamento da lavoro e attrezzatura e accessori per saldatura (compresi gas tecnici, bombole, ecc.).

# I modelli di business individuati

**MoB 10 - Imprese all'ingrosso che effettuano prevalentemente la vendita sul territorio tramite telefono, fax, on line, ecc. con assortimento diversificato (Numerosità: 622)**

Questo modello di business presenta un'ampia gamma dell'offerta commerciale. L'assortimento in genere è composto da svariati prodotti, appartenenti alle seguenti categorie: prodotti in materiale plastico, gomma, lattice, poliuretano, polietilene, polistirolo, PVC, teflon, nylon, ecc. e altri prodotti non alimentari.

**MoB 11 - Imprese all'ingrosso con assortimento prevalente di bare (cofani funebri), altri articoli funerari e cimiteriali (Numerosità: 203)**

Queste imprese effettuano prevalentemente la vendita sul territorio: diretta (senza venditori e/o agenti), tramite telefono, fax, on line, ecc. e indiretta (tramite venditori e/o agenti). Inoltre, in taluni casi, si riscontra la vendita al banco e/o a libero servizio (cash & carry).

**MoB 12 - Imprese all'ingrosso con assortimento prevalente di moquette, altri rivestimenti per pavimenti e tappeti (Numerosità: 126)**

Queste imprese effettuano prevalentemente la vendita sul territorio: diretta (senza venditori e/o agenti), tramite telefono, fax, on line, ecc. e indiretta (tramite venditori e/o agenti). Inoltre, in taluni casi, si riscontra la vendita al banco e/o a libero servizio (cash & carry).

**MoB 13 - Imprese all'ingrosso che effettuano prevalentemente la vendita sul territorio utilizzando una rete commerciale di agenti e/o la propria forza vendita con assortimento diversificato (Numerosità: 343)**

Le imprese appartenenti a questo modello di business presentano in genere un'articolazione della struttura di vendita sul territorio composta da agenti e/o rappresentanti (non dipendenti) e/o altri addetti all'attività di vendita sul territorio (dipendenti).

Questo modello di business presenta un'ampia gamma dell'offerta commerciale. L'assortimento in genere è composto da svariati prodotti, appartenenti alle seguenti categorie: prodotti in materiale plastico, gomma, lattice, poliuretano, polietilene, polistirolo, PVC, teflon, nylon, ecc., prodotti per l'imballaggio (compresi spaghi, cordami, sacchi e assimilati) e altri prodotti non alimentari.

# STIMA DI PIÙ BASI IMPONIBILI

# STIMA DI PIÙ «BASI IMPONIBILI»

CONTO ECONOMICO RICLASSIFICATO p.i. 2021

Ricavi dichiarati
Ulteriori componenti positivi per migliorare il profilo di affidabilità
<b>RICAVI da gestione caratteristica</b>
Esistenze iniziali relative a merci, prodotti finiti, materie prime e sussidiarie, semilavorati e ai servizi non di durata ultrannuale
Rimanenze finali relative a merci, prodotti finiti, materie prime e sussidiarie, semilavorati e ai servizi non di durata ultrannuale
Costi per l'acquisto di materie prime, sussidiarie, semilavorati e merci e per la produzione di servizi
<b>COSTO DEL VENDUTO E PER LA PRODUZIONE DI SERVIZI</b>
Altri costi per servizi
Costo per godimento di beni di terzi
Costi residuali di gestione
<b>VALORE AGGIUNTO</b>
Spese per lavoro dipendente
Spese per collaboratori coordinati e continuativi
<b>MARGINE OPERATIVO LORDO</b>
Ammortamenti
Accantonamenti
<b>REDDITO OPERATIVO</b>
Risultato della gestione finanziaria
Interessi e altri oneri finanziari
Incrementi di immobilizzazioni per lavori interni
<b>RISULTATO ORDINARIO</b>
Altri componenti positivi
Ulteriori componenti negativi
<b>REDDITO</b>
Ulteriori elementi contabili
<b>REDDITO D'IMPRESA (O PERDITA)</b>

Si stimano i ricavi, il valore aggiunto e il reddito.

Indicatori basati su stime econometriche e dati panel.

1. RICAVI PER ADDETTO - stima



2. V.A. PER ADDETTO - stima



3. REDDITO PER ADDETTO - stima



**INDICATORI ELEMENTARI**

**DI AFFIDABILITÀ E ANOMALIA**

# INDICATORI ELEMENTARI DI AFFIDABILITÀ

Gli indicatori elementari di affidabilità sono:

- ✓ Ricavi per addetto
- ✓ Valore aggiunto per addetto
- ✓ Reddito per addetto
- ✓ Durata e Decumulo delle scorte



# INDICATORI ELEMENTARI DI ANOMALIA

## GESTIONE CARATTERISTICA

- Costo del venduto e per la produzione di servizi negativo o nullo
- Corrispondenza delle esistenze di prodotti finiti, materie prime e merci con le relative rimanenze
- Corrispondenza delle esistenze di opere e servizi di durata ultrannuale con le relative rimanenze
- Copertura delle spese per dipendente
- Analisi dell'apporto di lavoro delle figure non dipendenti
- Assenza del numero di associati in partecipazione in presenza dei relativi utili
- Incidenza dei costi residuali di gestione
- Margine operativo lordo negativo

## GESTIONE DEI BENI STRUMENTALI

- Incidenza degli ammortamenti
- Incidenza dei costi per beni mobili acquisiti in dipendenza di contratti per locazione finanziaria

# INDICATORI ELEMENTARI DI ANOMALIA

## REDDITIVITÀ

- Reddito operativo negativo
- Risultato ordinario negativo

## GESTIONE EXTRA-CARATTERISTICA

- Incidenza degli accantonamenti
- Incidenza degli oneri finanziari netti sul reddito operativo lordo

## ATTIVITÀ NON INERENTI

- Prevalenza di ricavi derivanti dalla vendita di prodotti oggetto dell'ISA M01U
- Prevalenza di ricavi derivanti dalla vendita di prodotti oggetto dell'ISA M05U
- Prevalenza di ricavi derivanti dalla vendita di prodotti oggetto dell'ISA M06A
- Prevalenza di ricavi derivanti dalla vendita di prodotti oggetto dell'ISA M08U ...

**GRAZIE**  
PER L'ATTENZIONE

sose 

