

STUDIO DI SETTORE UM15B

ATTIVITÀ 47.78.20 COMMERCIO AL DETTAGLIO DI MATERIALE PER
OTTICA E FOTOGRAFIA

Giugno 2008

PREMESSA

L'evoluzione dello Studio di Settore TM15B – Commercio al dettaglio di materiale per ottica e fotografia – è stata condotta analizzando i modelli per la comunicazione dei dati rilevanti ai fini dell'applicazione degli Studi di Settore, modelli allegati alla dichiarazione dei redditi per il periodo d'imposta 2006.

I contribuenti interessati sono risultati pari a 10.235.

Su tali modelli sono state condotte analisi statistiche per rilevare la completezza, la correttezza e la coerenza delle informazioni in essi contenute.

Tali analisi hanno comportato, ai fini della definizione dello studio, lo scarto di 493 posizioni.

A seguito degli scarti effettuati, il numero dei contribuenti oggetto delle successive analisi è stato pari a 9.742.

Distribuzione dei contribuenti per Forma Giuridica		
	Numero	% sugli elaborati
Persone fisiche	6.017	61.76
Società di persone	2.774	28.48
Società di capitali, enti commerciali e non	951	9.76

INQUADRAMENTO GENERALE

I fattori che caratterizzano principalmente le realtà oggetto di analisi sono la:

- presenza di più di un punto vendita;
- tipologia dell'offerta;
- modalità organizzativa;
- dimensione del punto vendita;
- localizzazione del punto vendita.

La **presenza di più di un punto vendita** ha reso possibile individuare quelle imprese con più di un negozio di ottica (cluster 5).

La **tipologia dell'offerta** ha consentito di distinguere quelle realtà focalizzate sull'attività di sviluppo e stampa di materiale fotografico (cluster 3) o di servizi fotografici e video riprese (cluster 9), da quelle che presentano un'offerta di prodotti alquanto specializzata (cluster 1, 2, 4, 5, 6, 7 e 8).

La **modalità organizzativa** ha permesso di identificare sia i negozi di ottica in franchising/affiliati (cluster 1) che quelli associati a gruppi di acquisto, unioni volontarie, consorzi, cooperative, franchisor, affiliante (cluster 7).

La **dimensione del punto vendita** ha consentito di identificare i negozi di ottica di più grandi dimensioni (cluster 8).

La **localizzazione del punto vendita** ha contraddistinto i negozi di ottica inseriti nei centri commerciali al dettaglio (cluster 4).

Nelle successive descrizioni dei cluster emersi dall'analisi, salvo segnalazione contraria, l'indicazione di valori numerici riguarda valori medi.

DESCRIZIONE ECONOMICA DEI CLUSTER

Cluster 1 – Negozi di ottica prevalentemente in franchising/affiliati

Numerosità: 112

Le imprese commerciali appartenenti a questo modello sono organizzate generalmente sotto forma di franchising/affiliate, con un assortimento costituito principalmente da occhiali da vista, occhiali premontati, lenti per occhiali e lenti a contatto (62% dei ricavi) e occhiali da sole, accessori, prodotti per lenti a contatto e montature (26%), talvolta integrato da prodotti fotografici.

Coerentemente con la modalità organizzativa, il 51% degli acquisti avviene generalmente tramite gruppi d'acquisto, unioni volontarie, consorzi, cooperative, franchisor, affiliante, mentre il 31% direttamente da imprese produttrici.

Gli spazi adibiti all'esercizio dell'attività si articolano prevalentemente in: 42 mq di locali per la vendita e l'esposizione interna della merce, 13 mq di locali adibiti a laboratorio e/o a sala di ripresa e/o esame della vista e 9 mq di spazi destinati a magazzino e/o deposito. L'esposizione fronte strada (vetrine) è di 4 metri lineari.

Il 52% delle imprese sono società e per la restante parte ditte individuali. Nello svolgimento dell'attività sono coinvolti nella maggior parte dei casi 2 o 3 addetti, di cui 1 o 2 dipendenti.

La clientela è costituita quasi esclusivamente da consumatori privati (98% dei ricavi).

Generalmente svolgono in proprio il montaggio e la riparazione degli occhiali; nel 42% dei casi affidano tali lavorazioni ad un laboratorio ottico esterno, sostenendo costi pari a circa 6.600 euro.

Cluster 2 – Negozi di ottica

Numerosità: 4.203

In questo cluster rientrano quelle imprese con un'offerta caratterizzata

prevalentemente da: occhiali da vista, occhiali premontati, lenti per occhiali e lenti a contatto (67% dei ricavi), occhiali da sole, accessori, prodotti per lenti a contatto e montature (23%), a cui talvolta affiancano i prodotti fotografici. Le superfici per l'esercizio dell'attività sono costituite, nella maggior parte dei casi, da 31 mq di locali per la vendita e l'esposizione interna della merce, 12 mq di laboratorio e/o a sala di ripresa e/o esame della vista e nel 46% dei casi da 10 mq di magazzino e/o deposito. L'esposizione fronte strada (vetrine) è di 3 metri lineari.

Le imprese, organizzate nel 68% dei casi sotto forma di ditta individuale, presentano generalmente 1 o 2 addetti e, nel 24% dei casi, un dipendente.

La clientela di riferimento è costituita quasi esclusivamente da consumatori privati (98% dei ricavi).

L'approvvigionamento avviene principalmente da imprese produttrici (65% degli acquisti) e da grossisti (34%).

Generalmente svolgono in proprio il montaggio e la riparazione degli occhiali; nel 26% dei casi affidano tali lavorazioni ad un laboratorio ottico esterno sostenendo costi pari a circa 4.000 euro.

Cluster 3 – Negozi con offerta rappresentata prevalentemente da materiale fotografico di consumo e servizio di sviluppo e stampa

Numerosità: 1.471

Le imprese appartenenti al cluster si contraddistinguono per una tipologia di offerta costituita perlopiù da materiale fotografico di consumo (rullini, ecc.), videocassette e batterie (33% dei ricavi) e dallo sviluppo e stampa di materiale fotografico (38%); inoltre, nella maggior parte dei casi, sono presenti anche videocamere, cineprese, macchine fotografiche e accessori (7% dei ricavi).

Le strutture presentano locali per la vendita e l'esposizione interna della merce di 29 mq, locali destinati a laboratorio e/o a sala di ripresa di 10 mq e locali destinati a

magazzino e/o deposito di 9 mq. L'esposizione fronte strada (vetrine) è pari a 3 metri lineari.

Le imprese sono organizzate nella maggior parte dei casi (76%) sotto forma di ditte individuali e presentano un addetto.

La clientela di riferimento si compone quasi esclusivamente di privati (92% dei ricavi).

Il canale di acquisto principale è l'ingrosso, con un'incidenza dell'85% sugli approvvigionamenti complessivi.

Generalmente i soggetti del cluster affidano a terzi lo sviluppo di materiale fotografico, sostenendo un costo di oltre 7.000 euro.

Cluster 4 – Negozi di ottica inseriti in centri commerciali al dettaglio

Numerosità: 142

Le imprese appartenenti a questo gruppo sono localizzate generalmente nei centri commerciali al dettaglio e presentano un assortimento costituito principalmente da occhiali da vista, occhiali premontati, lenti per occhiali e lenti a contatto (60% dei ricavi) e occhiali da sole, accessori, prodotti per lenti a contatto e montature (28%), talvolta integrato da prodotti fotografici.

I punti vendita presentano, nella maggior parte dei casi, 55 mq di locali per la vendita e l'esposizione interna della merce, 11 mq di locali destinati a laboratorio e/o a sala di ripresa e/o esame della vista e 12 mq di magazzino e/o deposito; inoltre l'esposizione fronte strada (vetrine) è pari a 4 metri lineari.

Le imprese del cluster sono organizzate nel 56% dei casi in società e nel 44% sotto forma di ditte individuali. Gli addetti coinvolti nell'attività sono in genere pari a 2 o 3, di cui 2 dipendenti nella maggior parte dei casi.

L'offerta del punto vendita è rivolta quasi esclusivamente ad una clientela privata (97% dei ricavi).

Per l'approvvigionamento delle merci si ricorre prevalentemente ad imprese produttrici (53% degli acquisti) e a commercianti all'ingrosso (33%).

Coerentemente con il tipo di localizzazione, i soggetti del cluster sostengono spese per beni e/o servizi comuni per oltre 2.300 euro.

Generalmente svolgono in proprio il montaggio e la riparazione degli occhiali; nel 35% dei casi affidano tali lavorazioni ad un laboratorio ottico esterno sostenendo costi pari a circa 5.000 euro.

Cluster 5 – Imprese che operano con più negozi di ottica

Numerosità: 831

Nel cluster rientrano quelle imprese che in genere dispongono di 2 o 3 punti vendita. In genere si tratta di negozi di ottica, infatti l'offerta è rappresentata perlopiù da occhiali da vista, occhiali premontati, lenti per occhiali e lenti a contatto (65% dei ricavi), occhiali da sole, accessori, prodotti per lenti a contatto e montature (24%) e, in alcuni casi, si rileva la presenza di prodotti fotografici.

Nella maggior parte dei casi la superficie dei locali per la vendita e l'esposizione interna della merce è pari a circa 46 mq per punto vendita, per ciascuno dei quali i locali destinati a laboratorio e/o a sala di ripresa e/o esame della vista occupano uno spazio di 14 mq, mentre quelli adibiti a magazzino e/o deposito sono di 12 mq. L'esposizione fronte strada (vetrine) è di 4 metri lineari.

La forma giuridica adottata con più frequenza è quella societaria. Nell'attività sono coinvolti in genere 4 addetti, di cui 3 dipendenti.

La clientela di riferimento è costituita quasi esclusivamente da privati (97% dei ricavi).

L'approvvigionamento delle merci avviene prevalentemente tramite imprese produttrici (64% degli acquisti) e commercianti all'ingrosso (25%).

Generalmente svolgono in proprio il montaggio e la riparazione degli occhiali; nel 26% dei casi affidano tali lavorazioni ad un laboratorio ottico esterno sostenendo costi pari a circa 9.000 euro.

Cluster 6 – Negozi di fotografia con vendita prevalente di videocamere, cineprese, macchine fotografiche e accessori

Numerosità: 253

Le imprese appartenenti al cluster realizzano la maggior parte dei ricavi dalla vendita di: videocamere, cineprese, macchine fotografiche e accessori (56% dei ricavi) e materiale fotografico di consumo (rullini, ecc.), videocassette e batterie (15%); inoltre offrono il servizio di sviluppo e stampa di materiale fotografico (13%).

Gli spazi destinati all'esercizio dell'attività consistono in 44 mq di locali per la vendita e l'esposizione interna della merce, 20 mq di magazzino e/o deposito e, nel 43% dei casi, in 23 mq di laboratorio e/o a sala di ripresa. L'esposizione fronte strada (vetrine) è di 4 metri lineari.

Si tratta di imprese più o meno equamente ripartite tra ditte individuali (48% dei soggetti) e società (52%), nelle quali si riscontra la presenza di 2 addetti, di cui generalmente un dipendente.

L'offerta del punto vendita è rivolta principalmente a consumatori privati (84% dei ricavi), e, nel 26% dei casi, a fotografi e/o studi fotografici (10% dei ricavi).

In merito all'approvvigionamento delle merci, gli acquisti sono effettuati prevalentemente tramite commercianti all'ingrosso (61%) e imprese produttrici (31%).

Generalmente i soggetti appartenenti al cluster sostengono costi di oltre 15.000 euro per lo sviluppo di materiale fotografico presso terzi e, nel 44% dei casi, si rilevano

circa 5.700 euro di costi per l'esternalizzazione del servizio di riparazione di apparecchi e/o accessori fotografici e altre lavorazioni.

Cluster 7 – Negozi di ottica aderenti a gruppi di acquisto, unioni volontarie, consorzi, cooperative, franchisor, affiliante

Numerosità: 1.232

Le imprese appartenenti al cluster sono generalmente aderenti a gruppi di acquisto, unioni volontarie, consorzi, cooperative, franchisor, affiliante. L'offerta è costituita perlopiù da occhiali da vista, occhiali premontati, lenti per occhiali e lenti a contatto (70% dei ricavi) e occhiali da sole, accessori, prodotti per lenti a contatto e montature (22%), talvolta integrata da prodotti fotografici.

Coerentemente con la modalità organizzativa, il 54% degli acquisti avviene tramite gruppi d'acquisto, unioni volontarie, consorzi, cooperative, franchisor, affiliante, mentre il 37% da imprese produttrici.

Le strutture presentano locali per la vendita e l'esposizione interna della merce di 38 mq, locali adibiti a laboratorio e/o a sala di ripresa e/o esame della vista di 18 mq e locali destinati a magazzino e/o deposito di 9 mq. L'esposizione fronte strada (vetrine) è di 5 metri lineari.

Le imprese sono organizzate nel 59% dei casi sotto forma di ditta individuale e per la restante parte in società. Nello svolgimento dell'attività sono coinvolti 2 addetti, di cui un dipendente nel 48% dei casi.

La clientela è costituita quasi esclusivamente da consumatori privati (98% dei ricavi).

E' frequente la realizzazione in proprio del montaggio e della riparazione di occhiali da vista, inoltre, nel 34% dei casi, tali lavorazioni vengono affidate ad un laboratorio ottico esterno per un costo di circa 3.800 euro.

Cluster 8 – Negozi di ottica di più grandi dimensioni

Numerosità: 1.066

Nel cluster rientrano le imprese contraddistinte dalla maggiore dimensione della struttura. Le superfici risultano articolate in: 70 mq di locali per la vendita e l'esposizione interna della merce, 21 mq di laboratorio e/o a sala di ripresa e/o esame della vista, 32 mq di magazzino e/o deposito e 6 metri lineari di esposizione fronte strada (vetrine). In merito alla tipologia di offerta, si tratta di negozi di ottica, che realizzano il 65% dei ricavi con la vendita di occhiali da vista, occhiali premontati, lenti per occhiali e lenti a contatto e il 23% con occhiali da sole, accessori, prodotti per lenti a contatto e montature. Diversi soggetti completano l'offerta con servizi e/o prodotti fotografici: materiale fotografico di consumo (rullini, ecc), videocassette e batterie (7% dei ricavi per il 29% dei soggetti), videocamere, cineprese, macchine fotografiche e accessori (8% per il 16%) e sviluppo e stampa di materiale fotografico (9% per il 24%).

Le imprese sono organizzate nel 55% dei casi in forma societaria, per la restante parte in forma di ditta individuale. Nello svolgimento dell'attività sono coinvolti 3 addetti, di cui generalmente 2 dipendenti.

La clientela di riferimento è costituita quasi esclusivamente da consumatori privati (96% dei ricavi).

Gli approvvigionamenti vengono effettuati ricorrendo in prevalenza a imprese produttrici (69% degli acquisti) e commercianti all'ingrosso (28%).

Generalmente svolgono in proprio il montaggio e la riparazione degli occhiali; nel 25% dei casi affidano tali lavorazioni ad un laboratorio ottico esterno sostenendo costi pari a circa 6.500 euro.

Cluster 9 – Negozi di fotografia con offerta estesa ai servizi fotografici e video riprese

Numerosità: 387

Le imprese del cluster sono generalmente negozi di fotografia con offerta estesa ai servizi fotografici e video riprese (36% dei ricavi), a cui affiancano lo sviluppo e stampa di materiale fotografico (29%). Tra i prodotti trattati si rileva la presenza di materiale fotografico di consumo (rullini, ecc.), videocassette e batterie (13% dei ricavi) e videocamere, cineprese, macchine fotografiche e accessori (6%).

Gli spazi destinati all'esercizio dell'attività si articolano in 31 mq di locali per la vendita e l'esposizione interna della merce, 15 mq di laboratorio e/o a sala di ripresa e 10 mq di magazzino e/o deposito. L'esposizione fronte strada (vetrine) è di 3 metri lineari.

Si tratta di imprese, organizzate nell'80% dei casi sotto forma di ditte individuali, nelle quali si riscontra la presenza di un addetto.

La clientela è composta da consumatori privati (85% dei ricavi) e, nel 57% dei casi da imprese e/o professionisti (19%).

Il canale all'ingrosso rappresenta la fonte primaria di approvvigionamento (86% degli acquisti).

Generalmente i soggetti del cluster affidano a terzi lo sviluppo di materiale fotografico, sostenendo un costo di circa 8.500 euro.