

## STUDIO DI SETTORE TM22B

ATTIVITÀ 51.44.1	COMMERCIO ALL'INGROSSO DI VETRERIE E CRISTALLERIE
ATTIVITÀ 51.44.2	COMMERCIO ALL'INGROSSO DI CERAMICHE E PORCELLANE
ATTIVITÀ 51.44.5	COMMERCIO ALL'INGROSSO DI COLTELLERIA, POSATERIA E PENTOLAME

Ottobre 2005

## **PREMESSA**

L'evoluzione dello Studio di Settore TM22B – Commercio all'ingrosso di casalinghi – è stata condotta analizzando i modelli per la comunicazione dei dati rilevanti ai fini dell'applicazione degli Studi di Settore per il periodo d'imposta 2003, completati con le informazioni contenute nel questionario ESM22 inviato ai contribuenti per l'evoluzione dello studio in oggetto.

I contribuenti interessati sono risultati pari a 983.

Il numero dei soggetti i cui modelli sono stati completati con le informazioni contenute nei relativi questionari è stato pari a 698.

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 29 posizioni.

A seguito degli scarti effettuati, il numero dei contribuenti oggetto delle successive analisi è stato pari a 669.

<b>Distribuzione dei contribuenti per Forma Giuridica</b>		
	<b>Numero</b>	<b>% sugli elaborati</b>
Persone fisiche	186	27,8
Società di persone	175	26,2
Società di capitali, enti commerciali e non	308	46,0

## INQUADRAMENTO GENERALE

L'analisi ha permesso di classificare le imprese che svolgono l'attività di commercio all'ingrosso di casalinghi in 10 gruppi omogenei.

Gli elementi che hanno contribuito maggiormente alla determinazione dei modelli di business sono i seguenti:

- tipologia di vendita;
- tipologia di clientela;
- tipologia dell'offerta;
- modalità di acquisto;
- dimensione.

La **tipologia di vendita** ha permesso di evidenziare i grossisti con vendita a libero servizio (cluster 1), i grossisti con vendita al banco (cluster 2), i grossisti con vendita sul territorio (cluster 3), i grossisti con vendita al dettaglio (cluster 4) e i grossisti con vendita sul territorio tramite agenti/rappresentanti (cluster 6).

La **tipologia di clientela** ha consentito di classificare le imprese che vendono al canale Ho.Re.Ca. (cluster 5).

La **tipologia dell'offerta** ha permesso di evidenziare i punti vendita che commercializzano quasi esclusivamente articoli in vetro e/o cristalleria (cluster 7) e quelli che commercializzano prevalentemente bomboniere (cluster 8).

La **modalità di acquisto** individua i punti vendita che si approvvigionano presso imprese collocate all'estero (cluster 9).

La **dimensione**, infine, ha permesso di distinguere le imprese di piccole dimensioni (cluster 3) da quelle di grandi dimensioni (cluster 10).

Nelle successive descrizioni dei cluster emersi dall'analisi, salvo segnalazioni contrarie, l'indicazione dei valori numerici riguarda valori medi.

## **DESCRIZIONE ECONOMICA DEI CLUSTER**

### **Cluster 1 – Grossisti con vendita a libero servizio**

#### **Numerosità: 43**

Le imprese appartenenti a questo cluster sono caratterizzate dalla tipologia di vendita “a libero servizio (cash & carry)” dalla quale ottengono l’86% dei ricavi.

I prodotti commercializzati sono costituiti prevalentemente da casalinghi (20% dei ricavi), oggetti d’arredo in ceramica e porcellana (35% dei ricavi per il 47% dei soggetti) e coltelleria e posateria (28% per il 47%); oltre la metà dei soggetti offre anche il servizio di consegna della merce a domicilio.

La clientela è formata principalmente da dettaglianti (63% dei ricavi).

Gli approvvigionamenti avvengono sia da produttori o da depositari del marchio, sia da altri distributori.

Le superfici utilizzate per lo svolgimento dell’attività sono costituite da locali di 536 mq destinati a deposito/magazzino, 315 mq destinati alla vendita e all’esposizione della merce e 38 mq destinati ad uffici.

La natura giuridica più frequentemente adottata è la forma societaria (di capitali nel 42% dei casi e di persone nel 33%); il numero di addetti è pari a 3.

### **Cluster 2 – Grossisti con vendita al banco**

#### **Numerosità: 95**

Questo cluster è formato da grossisti che effettuano la vendita al banco dalla quale deriva il 90% dei ricavi.

Le merceologie trattate riguardano principalmente: articoli in vetro e/o cristalleria (bicchieri, bottiglie, vasi, ecc.) con il 19% dei ricavi, oggetti d’arredo in ceramica e porcellana con oltre un quarto dei ricavi per il 42% dei soggetti e casalinghi con il 38% per il 41%.

La clientela alla quale si rivolgono è formata principalmente da dettaglianti per la metà dei ricavi e da artigiani/installatori/posatori/specialisti con il 61% dei ricavi per il 36% dei soggetti.

Gli approvvigionamenti vengono effettuati prevalentemente presso produttori o depositari del marchio (61% degli acquisti totali).

Gli spazi destinati all'esercizio dell'attività sono composti da 366 mq di locali destinati a deposito/magazzino, 127 mq di locali per la vendita e l'esposizione della merce e 19 mq di uffici.

La forma giuridica adottata nella maggioranza dei casi è quella societaria (32% società di persone e 26% di capitali); il numero di addetti è pari a 2.

### **Cluster 3 – Grossisti di piccole dimensioni con vendita sul territorio**

#### **Numerosità: 159**

Le imprese appartenenti a questo cluster sono caratterizzate dalla tipologia di vendita sul territorio dalla quale deriva l'89% dei ricavi. Il punto vendita è di ridotte dimensioni: gli spazi dedicati allo svolgimento dell'attività sono costituiti da 149 mq di locali destinati a deposito/magazzino, 19 mq di uffici e 162 mq di locali per la vendita e l'esposizione della merce per il 30% dei soggetti. La forma giuridica adottata più di frequente è la società (di capitali nel 39% dei casi e di persone nel 25%) e gli addetti impiegati sono 2.

L'offerta merceologica è variegata e non si segnala una particolare concentrazione dei ricavi su nessuna merceologia.

Le vendite sono rivolte ad una clientela formata da dettaglianti (metà dei ricavi) e da altri grossisti (due terzi circa dei ricavi per il 35% dei soggetti).

Le imprese del cluster si approvvigionano direttamente presso produttori o depositari del marchio per il 71% degli acquisti.

#### **Cluster 4 – Grossisti con vendita al dettaglio**

##### **Numerosità: 69**

Le imprese appartenenti a questo cluster si caratterizzano per la vendita al dettaglio (82% dei ricavi) ad una clientela formata prevalentemente da privati (59% dei ricavi).

La tipologia di offerta è varia e non si segnala la presenza particolare di prodotti commercializzati. Inoltre, il 57% dei soggetti affianca all'attività di vendita il servizio di consegna della merce a domicilio.

Gli approvvigionamenti avvengono soprattutto da produttore o da depositario del marchio (65% degli acquisti totali).

Le superfici utilizzate per lo svolgimento dell'attività comprendono 249 mq di locali destinati a deposito/magazzino, 142 mq di locali per la vendita e l'esposizione della merce e 16 mq di uffici.

La forma giuridica adottata più di frequente è quella societaria (di persone nel 39% dei casi e di capitali nel 23%); gli addetti all'attività sono 2.

#### **Cluster 5 – Grossisti con vendita prevalente al canale Ho.Re.Ca.**

##### **Numerosità: 53**

Questo cluster è costituito da grossisti che commercializzano i prodotti in assortimento prevalentemente a Hotel, Restaurant e Catering (Ho.Re.Ca.) ottenendo il 65% dei ricavi.

La vendita viene effettuata principalmente sul territorio (57% dei ricavi) e in misura minore al banco (32%). La gamma di merceologie offerte si compone di: articoli per la tavola in ceramica e porcellana (21% dei ricavi), articoli in vetro e/o cristalleria (bicchieri, bottiglie, vasi, ecc.) (19%), coltelleria e posateria (17%) e casalinghi (12%). Inoltre, l'81% dei soggetti affianca alla vendita il servizio di consegna della merce a domicilio.

L'approvvigionamento delle merci avviene da produttore o da depositario del marchio per il 63% degli acquisti totali.

Gli spazi destinati allo svolgimento dell'attività comprendono 293 mq di deposito/magazzino, 151 mq per la vendita e l'esposizione della merce e 26 mq di uffici.

La forma giuridica adottata dal 77% delle imprese è quella societaria (45% di capitali e 32% di persone); gli addetti all'attività sono 3 di cui 2 banconisti/magazzinieri nel 45% dei casi.

### **Cluster 6 – Grossisti con vendita sul territorio tramite agenti/rappresentanti**

#### **Numerosità: 42**

Le imprese appartenenti a questo cluster realizzano la quasi totalità dei ricavi tramite la commercializzazione di prodotti con vendita sul territorio utilizzando una rete di 10 agenti/rappresentanti. Di conseguenza, la voce di costo relativa alle provvigioni di vendita e rimborsi spesa erogati risulta elevata (circa 128.000 euro). Elevate risultano anche le spese di pubblicità propaganda e rappresentanza (48.000 euro circa), le spese per la realizzazione di cataloghi (15.300 euro circa) e i costi per la partecipazione a fiere e mostre (36.500 euro circa).

La clientela alla quale si rivolgono è formata in larga parte da dettaglianti (59% dei ricavi) ed in misura minore dalla grande distribuzione (34% dei ricavi per il 43% dei soggetti); l'offerta merceologica è variegata e non si segnala la presenza di particolari merceologie vendute.

Gli approvvigionamenti vengono effettuati sia da imprese in Italia che da imprese all'estero rivolgendosi a produttori o a depositari del marchio (86% degli acquisti totali).

L'attività viene svolta in locali destinati a deposito/magazzino di 820 mq, locali per la vendita e l'esposizione della merce di 115 mq ed uffici di 117 mq.

La forma giuridica adottata nella quasi totalità dei casi è la forma societaria, all'interno della quale si segnala la prevalenza delle società di capitali (88% dei

soggetti). Gli addetti all'attività sono 6 talvolta 7, di cui 3 banconisti/magazzinieri nel 48% dei casi.

### **Cluster 7 – Grossisti di articoli in vetro e/o cristalleria**

#### **Numerosità: 43**

Il cluster in esame raggruppa le imprese specializzate nella vendita all'ingrosso di articoli in vetro e/o cristalleria (bicchieri, bottiglie, vasi, ecc.), attività dalla quale deriva il 94% dei ricavi.

La commercializzazione dei prodotti avviene tramite vendita sul territorio (91% dei ricavi) ed è rivolta ad una clientela varia formata principalmente da dettaglianti (31% dei ricavi), altri grossisti (29%) e artigiani/installatori/posatori/specialisti (73% dei ricavi per il 35% dei soggetti). Inoltre, il 56% delle imprese affianca all'attività di vendita il servizio di consegna della merce a domicilio.

L'approvvigionamento delle merci viene effettuato da produttori o da depositari del marchio per l'81% degli acquisti totali.

Gli spazi utilizzati per lo svolgimento dell'attività sono di vario tipo e comprendono: 985 mq di locali destinati a deposito/magazzino, 113 mq di locali per la vendita e l'esposizione della merce e 59 mq di uffici.

La forma giuridica adottata più di frequente è la società di capitali (79% delle imprese) e gli addetti all'attività sono 4 di cui un banconista/magazziniere.

### **Cluster 8 – Grossisti di bomboniere**

#### **Numerosità: 40**

Questo cluster è formato da grossisti che vendono soprattutto bomboniere (61% dei ricavi) e, in misura inferiore, articoli in vetro e/o cristalleria (bicchieri, bottiglie, vasi, ecc.) (11%) e argenteria (10%).

I prodotti sono commercializzati prevalentemente tramite vendita sul territorio (61% dei ricavi) e la clientela di riferimento è costituita perlopiù da dettaglianti (78% dei ricavi).



Le merci vengono acquistate con approvvigionamenti da produttori o da depositari del marchio per il 71% degli acquisti totali.

Le superfici utilizzate per lo svolgimento dell'attività sono costituite da locali destinati a deposito/magazzino di 302 mq, locali per la vendita e l'esposizione della merce di 79 mq ed uffici di 24 mq.

Le imprese adottano più di frequente la forma giuridica societaria (42% società di capitali e 17% di persone); gli addetti coinvolti nell'attività sono 3, talvolta 4.

### **Cluster 9 – Grossisti che si riforniscono da imprese all'estero**

#### **Numerosità: 75**

I grossisti raggruppati all'interno di questo cluster si approvvigionano da produttori o da depositari del marchio (84% degli acquisti totali) che quasi sempre risiedono all'estero (90% degli acquisti totali).

Le merceologie vendute sono di vario genere; si segnalano gli articoli per la tavola in ceramica e porcellana (64% dei ricavi per il 43% dei soggetti), gli articoli in vetro e/o cristalleria (bicchieri, bottiglie, vasi, ecc.) (43% per il 48%) e gli oggetti d'arredo in ceramica e porcellana (46% per il 32%).

Le imprese si rivolgono ad una clientela formata da dettaglianti per oltre la metà dei ricavi e ad altri grossisti per il 31%.

La commercializzazione dei prodotti avviene tramite vendita sul territorio (80% dei ricavi) con l'utilizzo di 4 agenti/rappresentanti da parte di circa un terzo dei soggetti.

Gli spazi destinati allo svolgimento dell'attività sono limitati alla presenza di locali destinati a deposito/magazzino di 241 mq ed uffici di 39 mq; un terzo dei soggetti utilizza anche locali per la vendita e l'esposizione della merce di 82 mq.

La natura giuridica adottata dal 79% dei soggetti è la forma societaria (55% società di capitali e 24% di persone); gli addetti coinvolti nell'attività sono 3.

## **Cluster 10 – Grossisti di grandi dimensioni**

### **Numerosità: 48**

Il cluster in esame si caratterizza per le grandi dimensioni del punto vendita. Gli spazi dedicati allo svolgimento dell'attività sono costituiti da: 2.082 mq di locali destinati a deposito/magazzino, 546 mq di locali per la vendita e l'esposizione della merce, 757 mq di piazzali destinati alle operazioni di carico e scarico della merce e 156 mq di uffici. La natura giuridica adottata più di frequente è la società di capitali (67% dei casi) e gli addetti impiegati sono 12 tra i quali si segnalano 3, talvolta 4, banconisti/magazzinieri.

Le imprese si rivolgono ad un'ampia gamma di clientela tra cui i dettaglianti (oltre la metà dei ricavi), i privati (12%) e gli altri grossisti (10%).

L'offerta merceologica è variegata ed è costituita principalmente da: casalinghi (20% dei ricavi), articoli in vetro e/o cristalleria (bicchieri, bottiglie, vasi, ecc.) (16%), articoli per la tavola in ceramica e porcellana (13%) e coltelleria e posateria (10%). Inoltre, i tre quarti delle imprese affiancano alla vendita il servizio di consegna della merce a domicilio.

Le vendite vengono effettuate sul territorio per il 56% dei ricavi ed al banco per il 27% avvalendosi di 2 venditori diretti dipendenti e 3 agenti/rappresentanti (per i quali sostengono costi per provvigioni di vendita e rimborsi spese per 58.000 euro circa).

L'approvvigionamento delle merci avviene direttamente presso produttori o depositari del marchio per il 79% degli acquisti totali.