

STUDIO DI SETTORE TM32U

ATTIVITÀ 52.48.6 COMMERCIO AL DETTAGLIO DI OGGETTI
D'ARTE, DI CULTO E DI DECORAZIONE,
CHINCAGLIERIA E BIGIOTTERIA

Ottobre 2005

PREMESSA

L'evoluzione dello Studio di Settore SM32U – Commercio al dettaglio di oggetti d'arte, di culto e di decorazione, chincaglieria e bigiotteria - 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 2003.

I contribuenti interessati sono risultati pari a 5.115.

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 77 posizioni.

A seguito degli scarti effettuati, il numero dei contribuenti oggetto delle successive analisi è stato pari a 5.040.

Distribuzione dei contribuenti per Forma Giuridica		
	Numero	% sugli elaborati
Persone fisiche	3.410	67,7
Società di persone	1.096	21,7
Società di capitali, enti commerciali e non	534	10,6

INQUADRAMENTO GENERALE

I principali aspetti strutturali delle imprese considerate nell'analisi sono:

- la tipologia di prodotto venduto;
- le dimensioni della struttura organizzativa;
- la tipologia di attività;
- la tipologia di punto vendita.

Il primo elemento ha consentito di contraddistinguere le aziende specializzate nella commercializzazione di particolari prodotti dalle imprese che presentano un'offerta diversificata (cluster 6 e 9). In particolare sono state individuate le imprese che vendono prevalentemente: mobili di antiquariato (cluster 4 e 12), sculture e quadri di antiquariato (cluster 1), oggetti di culto e souvenir (cluster 2) piuttosto che arredi sacri (cluster 5).

Il secondo elemento, la dimensione della struttura organizzativa, ha concesso di distinguere, per alcune specifiche realtà, quelle maggiormente strutturate (cluster 4, 6 e 8) da quelle meno strutturate (cluster 9, 10 e 12).

La tipologia di attività ha permesso di distinguere quelle imprese specializzate nella vendita di oggetti di antiquariato (cluster 1, 4 e 12) piuttosto che di oggetti di culto (cluster 2 e 5) oppure di oggetti d'arte non di antiquariato (cluster 7) da quelle che si occupano prevalentemente della realizzazione artigianale di oggetti (cluster 3).

La tipologia del punto vendita ha fatto emergere all'interno di questa realtà le gallerie d'arte (cluster 8 e 10).

DESCRIZIONE ECONOMICA DEI CLUSTER

Cluster 1 - Commercio al dettaglio specializzato nella vendita di sculture e quadri d'antiquariato

Numerosità: 199

Questo gruppo evidenzia un profilo dell'attività di media dimensione orientata principalmente alla vendita di oggetti d'antiquariato (93% dei ricavi). La gamma di prodotti offerti si concentra prevalentemente sul segmento delle opere d'arte, quali sculture e quadri (73% dei ricavi) e marginalmente sui mobili e arredi di antiquariato (17%).

Si tratta di imprese, in prevalenza ditte individuali (55%) che, nella maggior parte dei casi, non dispongono di personale dipendente, infatti è presente solo un addetto.

La dimensione dei locali destinati alla vendita è relativamente contenuta (59 mq) e il punto vendita risulta nel complesso di entità ridotta nei locali adibiti a magazzino e laboratorio (strutture queste che sono presenti in modo marginale).

Si rileva inoltre, per una parte ridotta di soggetti di questo gruppo (11%), una peculiare modalità di vendita rappresentata dalle elevate provvigioni per la vendita di oggetti di terzi (circa 15.000 euro).

L'approvvigionamento presso i privati si rivela il canale di maggior peso impegnando il 59% della spesa totale, questa modalità di acquisto generalmente riguarda i beni di antiquariato che spesso provengono da collezioni private. Il canale dei grossisti assorbe il 26% della spesa, mentre l'acquisto tramite aste si rivela un canale abbastanza frequente al quale si rivolgono il 41% dei soggetti (32% della spesa).

Cluster 2 - Commercio al dettaglio specializzato nella vendita di oggetti di culto e souvenir

Numerosità: 511

Appartengono a questo gruppo i punti vendita di piccola dimensione la cui offerta è orientata prevalentemente su prodotti che hanno come tema predominante quello dell'oggettistica ricordo e quello religioso. I prodotti commercializzati, infatti, vedono una composizione piuttosto varia in cui si rilevano: i gadget e gli oggetti ricordo (55% dei ricavi) e le immagini e oggetti di culto in materiale non prezioso (26%).

Il modello organizzativo di riferimento evidenzia una prevalenza di ditte individuali (il 73% dei soggetti) che, nella maggior parte dei casi, non dispongono di personale dipendente. Gli spazi dedicati alla vendita confermano una dimensione ridotta, sono infatti pari a 39 mq.

La localizzazione presso luoghi di culto (37% dei rispondenti) e/o nei centri storici (39%) caratterizza questi punti vendita nei quali, inoltre, si osserva nella maggior parte dei casi l'apertura domenicale (21 domeniche all'anno).

L'attività di vendita si articola nel 23% dei casi, con un orario giornaliero di apertura fino a 12 ore. Questi elementi indicano come il turismo, religioso e non, possa rappresentare il mercato di riferimento di maggior rilievo.

Il canale di approvvigionamento principale è rappresentato dai grossisti, che assorbono il 75% della spesa media per acquisti, cui segue il canale dei produttori (19%).

Cluster 3 – Punti vendita che affiancano alla vendita la realizzazione artigianale di oggetti

Numerosità: 302

La maggior parte dei soggetti appartenenti a questo cluster è caratterizzata dall'affiancare all'attività di vendita la realizzazione artigianale di oggetti (50% dei ricavi).

Le aziende del cluster sono dotate di una struttura di vendita di piccola dimensione con spazi destinati all'attività di 42 mq, un magazzino, nei casi in cui è presente (49% dei soggetti), pari a 26 mq ed un laboratorio pari a 19 mq nel 25% dei casi.

Il modello è formato prevalentemente da ditte individuali (76%) che, nella maggior parte dei casi, non dispongono di personale dipendente.

I punti vendita si distinguono per il mercato di riferimento che oltre ad essere composto dai privati, che da soli definiscono mediamente l'87% degli introiti, è formato dalle società e imprese (36% dei ricavi per il 28% dei soggetti).

I canali presso cui sono effettuati gli approvvigionamenti sono quelli più usuali: grossisti (59% degli acquisti) e produttori (28%).

Cluster 4 – Commercio al dettaglio di grande dimensione specializzato nella vendita di mobili di antiquariato

Numerosità: 199

I soggetti appartenenti al cluster si caratterizzano sia per la tipologia di prodotti venduti costituita in prevalenza da oggetti d'antiquariato (81% dei ricavi) che per la struttura dell'attività di più grandi dimensioni. L'offerta si articola principalmente nella vendita di mobili e arredi d'antiquariato da cui deriva in 73% dei ricavi, cui si aggiungono le sculture e i quadri (15%).

Le aziende del cluster sono per il 46% ditte individuali e per il 35% società di persone

ed occupano in media 1 o 2 addetti.

Indicativi di una struttura di dimensioni significative sono gli spazi dedicati all'attività (123 mq di vendita ed esposizione e 63 mq di magazzino). L'ampiezza dei locali adibiti alla vendita è rilevante anche in relazione al fatto che i beni commercializzati richiedono per le loro dimensioni una certa estensione del punto vendita.

All'attività di vendita si può affiancare talvolta l'offerta del servizio di restauro, presente nel 16% dei casi da cui deriva il 22% dei ricavi. Tale attività è eseguita probabilmente nello stesso luogo di vendita in quanto nel 13% dei casi sono presenti spazi dedicati a laboratorio (52 mq).

Il servizio di consegna a domicilio completa la gamma dell'offerta ed è effettuato dal 49% degli appartenenti al cluster; nel 28% dei casi il trasporto è effettuato mediante l'uso di mezzi propri come evidenza infatti la presenza di un autocarro.

Oltre al tradizionale canale di approvvigionamento rappresentato dai grossisti (38% degli acquisti), questi operatori si rivolgono anche agli importatori (nel 16% dei casi il 35% degli acquisti), modalità questa spesso tipica nell'ambito dei beni di antiquariato di alto livello. Si evidenzia un'altra via di approvvigionamento peculiare sia per i beni d'antiquariato sia per le opere d'arte, che è rappresentata dai privati; essa costituisce in media il 48% della spesa per acquisti. Questa categoria individua gli acquisti di beni che fanno parte di collezioni private. Un altro canale tipico dei beni d'antiquariato per il 31% dei soggetti è l'acquisto tramite asta (22% degli acquisti).

Cluster 5 - Commercio al dettaglio specializzato nella vendita di oggetti di culto e arredi sacri

Numerosità: 134

Ciò che caratterizza il cluster è la vendita prevalente di oggetti di culto che originano

il 61% dei ricavi. La gamma prodotti offerta si articola in diverse tipologie: prevalenza di vendita di arredi liturgici (40% dei ricavi), a cui si affiancano immagini e oggetti di culto in materiale non prezioso (20%) piuttosto che abiti talari e paramenti (10%). Rilevante anche il segmento costituito da sculture e quadri commercializzati dal 39% degli appartenenti al cluster (15% dei ricavi).

Le aziende del cluster sono dotate di una struttura di vendita di piccola dimensione con spazi destinati all'attività di vendita di 48 mq ed un magazzino, nei casi in cui è presente (46% dei soggetti), pari a 33 mq.

Il modello è formato prevalentemente da ditte individuali (59%) che, nella maggior parte dei casi, dispongono di uno o due addetti.

I punti vendita si distinguono per il mercato di riferimento che oltre ad essere composto dai privati, che da soli definiscono il 65% degli introiti, è formato dagli enti ecclesiastici e istituti religiosi (27% dei ricavi), un segmento questo di nicchia, che delinea una tipologia di offerta tendente a livelli qualitativi mediamente alti. La dislocazione dei punti vendita nella vicinanza di luoghi di culto (32% dei soggetti appartenenti al gruppo) sottolinea come in questo cluster la clientela sia individuata anche dai flussi turistici.

I canali presso cui sono effettuati gli approvvigionamenti sono quelli più usuali: grossisti (52% degli acquisti) e produttori (42%).

Cluster 6 - Commercio al dettaglio di più grandi dimensioni con offerta diversificata

Numerosità: 623

Questo cluster è costituito in prevalenza da ditte individuali (60%), nella maggior parte dei casi, sono presenti 2 addetti.

Gli spazi dei locali destinati all'attività di vendita confermano le più grandi dimensioni della struttura (68 mq), il magazzino ha una superficie pari a 23 mq.

L'offerta è diversificata e si rivolge ad un tipo di clientela costituita quasi esclusivamente dai privati (90% dei ricavi).

L'offerta presenta un segmento di beni di oggetti d'arte non di antiquariato, (per il 22% dei soggetti il 27% dei ricavi).

Il canale di approvvigionamento più comune è rappresentato dai grossisti che impegna mediamente il 52% della spesa, rilevante è l'acquisto diretto da produttori (nel 49% dei casi il 54%) e nel 24% dei casi l'acquisto da privati (nel 24% dei casi il 52%).

Cluster 7 - Commercio al dettaglio di oggetti artistici

Numerosità: 421

Ciò che caratterizza il cluster è la vendita prevalente di oggetti d'arte non di antiquariato che originano l'80% dei ricavi.

Le aziende del cluster sono dotate di una struttura di vendita con spazi destinati all'attività pari a 50 mq ed un magazzino, nei casi in cui è presente (42% dei soggetti), pari a 28 mq.

Il modello è formato prevalentemente da ditte individuali (69%) che, nella maggior parte dei casi, non dispongono di personale dipendente.

La gamma prodotti offerta si articola in diverse tipologie: sculture e quadri (nel 38% dei casi il 18% dei ricavi), gadget e oggetti ricordo (nel 25% il 47% dei ricavi) e mobili e arredi di antiquariato (17% dei ricavi).

Il mercato di riferimento è composto soprattutto dai privati, che da soli definiscono mediamente l'86% degli introiti.

I canali presso cui sono effettuati gli approvvigionamenti sono quelli più usuali: da grossisti (42% degli acquisti), da produttori (nel 35% dei casi il 61% degli acquisti) e da privati (nel 49% dei casi il 57%).

Cluster 8 - Gallerie d'arte di grande dimensione

Numerosità: 195

Il modello organizzativo prevalente descritto dalle imprese appartenenti al cluster fa riferimento alle gallerie d'arte, caratterizzate da dimensioni elevate e da una tipologia di attività che comprende prevalentemente la vendita di oggetti d'arte non di antiquariato (72% dei ricavi). La gamma prodotti offerta si distingue per la prevalenza di vendita di quadri e sculture da cui deriva il 76% dei ricavi. All'offerta tradizionale si unisce anche il servizio di consegna a domicilio effettuato dal 45% degli appartenenti al cluster.

Si tratta di imprese, in prevalenza società (69%), che occupano mediamente 2 addetti, di cui un dipendente.

La struttura dell'attività si sviluppa su superfici di ampiezza rilevante (138 mq), sono presenti, inoltre, magazzini (56 mq) e uffici (24 mq).

Le gallerie d'arte del cluster si rivolgono ad un'area d'affari dai connotati ampi soddisfacendo prevalentemente le esigenze sia della clientela privata (72% dei ricavi) che delle società (24%).

Si rileva inoltre, per il 12% dei soggetti di questo gruppo, una peculiare modalità di vendita rappresentata dalle elevate provvigioni per la vendita di oggetti di terzi (circa 24.000 euro).

Si evidenzia, inoltre, la presenza di alcune spese peculiari quali i costi di assicurazione della merce sostenuti dal 28% dei soggetti (pari a oltre 4.300 euro) e le spese di pubblicità, rilevate nella maggioranza del gruppo, queste ultime superiori alla media del settore (circa 8.000 euro).

Diversificati appaiono i canali di approvvigionamento, coerentemente con l'elevata differenziazione dei beni commercializzati, che evidenziano acquisti da privati (37% degli acquisti), direttamente da produttori (33%) e tramite asta (nel 21% dei casi il

23% degli acquisti).

Cluster 9 - Commercio al dettaglio con offerta diversificata

Numerosità: 1.485

Questo cluster è costituito in prevalenza da ditte individuali (80% dei soggetti) che, nella maggior parte dei casi, non dispongono di personale dipendente.

Gli spazi dei locali destinati all'attività di vendita mostrano quanto siano ridotte le dimensioni della struttura (31 mq).

La tipologia di offerta è alquanto diversificata a differenza degli altri cluster che risultano piuttosto specializzati. La clientela è costituita quasi esclusivamente dai privati (94% dei ricavi).

Il canale di approvvigionamento più comune è rappresentato dai grossisti da cui deriva il 65% della spesa complessiva, rilevante è anche l'acquisto diretto da produttori (nel 32% dei casi il 52% degli acquisti) e da privati (nel 20% dei casi il 63%).

Cluster 10 - Gallerie d'arte di piccola dimensione

Numerosità: 381

Le gallerie d'arte di questo cluster si distinguono da quelle precedentemente evidenziate per le dimensioni relativamente ridotte e per una forte specializzazione della gamma prodotti formata principalmente da quadri e sculture.

Si tratta di imprese, in prevalenza ditte individuali (57% dei soggetti), che nella maggior parte dei casi non dispongono di personale dipendente.

La struttura dei punti vendita presenta una dimensione pari a 54 mq, il magazzino lì dove presente (44% dei soggetti) ha un'estensione di 18 mq.

La forte specializzazione di prodotto è evidenziata dalla quota dei ricavi provenienti dalla vendita di quadri e sculture pari al 96%, la segmentazione della clientela si

presenta a favore dei privati verso cui è destinato il 78% delle vendite.

I canali di approvvigionamento vedono una tendenza all'acquisto da privati che assorbe il 44% della spesa media, tale scelta spiega come le collezioni d'arte appartenenti a privati rappresentino un canale preferenziale d'acquisto, che attesta la fascia qualitativa dell'offerta verso un livello medio alto. Segue poi l'approvvigionamento direttamente dal produttore (28% degli acquisti) e nel 39% dei casi da commercianti all'ingrosso (51% degli acquisti).

Cluster 11 – Commercio al dettaglio con vendita prevalente di gioielli

Numerosità: 103

I soggetti appartenenti al cluster si caratterizzano per la tipologia di prodotti venduti costituita in prevalenza da gioielli (76% dei ricavi).

Le aziende del cluster sono per il 61% ditte individuali e per la restante parte società ed occupano 1 o 2 addetti.

Gli spazi dedicati all'attività sono rappresentati da 37 mq di vendita ed esposizione e 21 mq di magazzino per il 42% dei soggetti.

Oltre al tradizionale canale di approvvigionamento rappresentato dai grossisti (56% degli acquisti) questi operatori si rivolgono anche agli importatori (il 30% degli acquisti per il 20% dei casi). Altre vie di approvvigionamento sono costituite dai privati (il 51% degli acquisti per il 29% dei soggetti) e dai produttori (il 56% degli acquisti per il 36% dei soggetti).

Cluster 12 - Commercio al dettaglio di piccola dimensione specializzato nella vendita di mobili d'antiquariato

Numerosità: 460

Questo gruppo, evidenzia un profilo dell'attività di piccola dimensione orientata principalmente alla vendita di beni d'antiquariato (89% dei ricavi) ed in misura

minore di opere d'arte.

Si tratta di imprese, in prevalenza ditte individuali (70%) che, nella maggior parte dei casi, non dispongono di personale dipendente.

La dimensione degli spazi destinati all'attività di vendita è relativamente contenuta (46 mq), inoltre solo nel 31% dei casi sono presenti 23 mq di locali adibiti a magazzino.

Si tratta di un commercio la cui gamma di prodotti offerti si concentra sul segmento dei mobili e arredi d'antiquariato che determina l'84% dei ricavi, mentre la commercializzazione di opere d'arte, quali sculture e quadri, origina nel 49% dei casi il 16% dei ricavi.

L'approvvigionamento presso i privati si rivela il canale di maggior peso impegnando il 53% della spesa totale, questa modalità di acquisto riguarda principalmente i beni di antiquariato. Il canale dei grossisti assorbe il 37% della spesa, mentre l'acquisto tramite aste si rivela un canale al quale si rivolgono il 18% dei soggetti (31% della spesa).