

STUDIO DI SETTORE TM37U

ATTIVITÀ 51.44.4 COMMERCIO ALL'INGROSSO DI SAPONI,
DETERSIVI E ALTRI PRODOTTI PER LA
PULIZIA

ATTIVITÀ 51.45.0 COMMERCIO ALL'INGROSSO DI PROFUMI E
COSMETICI

Aprile 2005

PREMESSA

L'evoluzione dello Studio di Settore SM37U - Commercio all'ingrosso di saponi, detersivi, altri prodotti per la pulizia e commercio all'ingrosso di profumi e cosmetici - 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 3.200.

Sui 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 247 posizioni.

A seguito degli scarti effettuati, il numero dei contribuenti oggetto delle successive analisi è stato pari a 2.953

Distribuzione dei contribuenti per Forma Giuridica		
	Numero	% sugli elaborati
Persone fisiche	1.275	43,2%
Società di persone	773	26,2%
Società di capitali, enti commerciali e non	905	30,6%

INQUADRAMENTO GENERALE

L'analisi svolta per il settore in esame ha evidenziato una specializzazione delle attività sia per tipo di assortimento offerto che per modalità organizzativa dell'impresa.

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

- dimensione;
- tipologia di vendita;
- prodotti merceologici venduti;
- modalità d'acquisto.

Il fattore **dimensionale** ha permesso di identificare le aziende che presentano una struttura più articolata (cluster 2, 6, 11) rispetto alle altre.

La **tipologia di vendita** ha consentito di contraddistinguere gli ingrossi che presentano la vendita al banco e a libero servizio (cluster 5 e 8) da quelle che operano in tentata vendita (cluster 7 e 10) piuttosto che con vendita al dettaglio (cluster 3). E' stato, inoltre, possibile individuare, tra i grossisti che vendono prevalentemente sul territorio (cluster 1, 4, 6, 9 e 11), quelli che affiancano a questa modalità di vendita il commercio al dettaglio (cluster 2).

Il fattore **prodotti merceologici venduti** ha consentito di differenziare quelle realtà che offrono prevalentemente saponi, detersivi e altri prodotti per la pulizia (cluster 4, 6 e 10) piuttosto che profumi e cosmetici (cluster 1 e 9), dalle imprese che presentano un assortimento misto (cluster 2, 3, 5, 7, 8 e 11).

La **modalità d'acquisto** ha permesso di evidenziare quelle aziende che si approvvigionano prevalentemente da imprese industriali in Italia per prodotti esclusivi e/o personalizzati (cluster 1 e 5).

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 – Ingrossi operanti prevalentemente nel comparto della cosmesi con vendita sul territorio, che acquistano perlopiù prodotti esclusivi e/o personalizzati

Numerosità: 432

Le realtà appartenenti a questo modello presentano come attività prevalente il commercio all'ingrosso di profumi e cosmetici (76% dei soggetti) e si caratterizzano sia per la tipologia di vendita in larga parte sul territorio (93% dei ricavi) che per i canali di approvvigionamento rappresentati principalmente da imprese industriali in Italia per prodotti esclusivi e/o personalizzati (84% degli acquisti). L'offerta è focalizzata sul comparto profumi e cosmetici ed è rappresentata perlopiù da trattamenti per il viso e prodotti per il make-up (24% dei ricavi), toletteria (9%), articoli igienico sanitari (7%), profumi e colonie (4%) e accessori di toletteria e profumeria (3%). E' interessante notare che in questo cluster il 48% dei ricavi proviene da prodotti venduti con marchio commerciale proprio.

Coerentemente con la tipologia di vendita sul territorio le superfici destinate allo svolgimento dell'attività si articolano in locali destinati a deposito/magazzino (87 mq) e locali destinati ad uffici (28 mq).

Il cluster è costituito da aziende organizzate prevalentemente sotto forma di società sia di capitali (45% dei soggetti) che di persone (25%); il personale impiegato è rappresentato da 2 addetti, con 2 dipendenti nel 43% dei casi.

In questo cluster la clientela è rappresentata prevalentemente da utilizzatori professionali e imprese di servizi (47% dei ricavi), da commercianti al dettaglio (nel

26% dei casi il 61% dei ricavi) e da commercianti all'ingrosso (nel 16% dei casi il 59%). L'area di mercato si estende dal livello provinciale al nazionale.

Cluster 2 – Ingrossi di più grandi dimensioni che operano prevalentemente con vendita sul territorio e al dettaglio

Numerosità: 79

Questo cluster comprende i punti vendita che si caratterizzano per le più grandi dimensioni della struttura e per la modalità di vendita sul territorio a cui affiancano l'esercizio del commercio al dettaglio con apposita licenza.

La struttura organizzativa è composta da locali destinati a: deposito/magazzino (345 mq), vendita ed esposizione della merce (77 mq) ed uffici (35 mq). Si rileva altresì la presenza di locali adibiti alla vendita al dettaglio e all'esposizione interna della merce (141 mq) e 7 metri lineari di vetrine. La forma giuridica più diffusa è quella societaria (nel 41% dei casi società di persone, mentre nel 38% società di capitali) e il personale impiegato è pari a 6 addetti, di cui 4 dipendenti. Le logiche della gestione sono articolate in quanto si tratta di esercizi commerciali che presentano in prevalenza la vendita sul territorio (59% dei ricavi), per effettuare la quale ci si avvale dell'ausilio di 2 o 3 agenti nel 49% dei casi. A questa tipologia di vendita si affianca il commercio al dettaglio autorizzato da apposita licenza (22% dei ricavi).

I prodotti offerti appartengono sia al comparto della detergenza che della cosmesi e nella maggior parte dei casi si tratta di detersivi, additivi, candeggina (23% dei ricavi) e articoli igienico sanitari (7%), profumi e colonie (12%), toletteria (12%), trattamenti per il viso e prodotti per il make-up (7%) e accessori per toletteria e profumeria (5%).

Gli approvvigionamenti vengono effettuati principalmente presso imprese industriali in Italia per prodotti sia standard (58% degli acquisti) che esclusivi e/o personalizzati (48% degli acquisti nel 32% dei casi).

La tipologia di clientela è rappresentata in larga parte da utilizzatori professionali e

imprese di servizi (28% dei ricavi), da privati (21%) e da commercianti al dettaglio (47% dei ricavi nel 37% dei casi), su un'area di mercato che va prevalentemente dal livello provinciale al regionale.

La dotazione strumentale è costituita da 2 computer collegati in rete.

Cluster 3 – Ingrossi con vendita al dettaglio che presentano un assortimento despecializzato

Numerosità: 204

Si tratta di realtà che si contraddistinguono per l'affiancare all'esercizio del commercio all'ingrosso la vendita al dettaglio autorizzata da apposita licenza. A conferma di ciò la percentuale dei ricavi derivanti dalla vendita al dettaglio è particolarmente rilevante e presenta valori più elevati rispetto agli altri cluster (55% dei ricavi). L'assortimento è despecializzato in quanto è costituito sia da detersivi, additivi, candeggine (13% dei ricavi) e articoli igienico-sanitari (9%) che da trattamenti per il viso e prodotti per il make-up (17%), profumi e colonie (14%), toletteria (9%) e accessori di toletteria e profumeria (7%).

La struttura organizzativa per la vendita all'ingrosso è costituita da locali destinati a deposito/magazzino (65 mq) e locali per la vendita e l'esposizione della merce (52 mq), mentre per il dettaglio sono presenti 52 mq di spazi destinati alla vendita ed esposizione interna della merce e 3 metri lineari di vetrine.

Dal punto di vista organizzativo il 57% dei soggetti sono ditte individuali mentre per la restante parte società; il personale impiegato è pari a 2 addetti, con 1 o 2 dipendenti nel 39% dei casi.

Gli acquisti sono ripartiti prevalentemente tra imprese industriali italiane per prodotti standard (42% degli acquisti) e imprese industriali italiane per prodotti esclusivi e/o personalizzati (nel 34% dei casi il 62% degli acquisti).

La tipologia di clientela è rappresentata da consumatori privati (49% dei ricavi), da

utilizzatori professionali (nel 48% dei casi il 47% dei ricavi) e da commercianti al dettaglio (nel 23% dei casi il 38%).

L'area di mercato è ridotta (provinciale per il 66% dei soggetti).

Cluster 4 – Ingrossi operanti principalmente nel comparto della detergenza con vendita prevalente sul territorio

Numerosità: 552

Si tratta di esercizi commerciali il cui assortimento merceologico è costituito in larga parte da prodotti detergenti quali: detersivi, additivi, candeggine (53% dei ricavi) e articoli igienico sanitari (27%). La modalità di vendita principale è sul territorio (94% dei ricavi) e nel 23% dei casi ci si avvale di 2 agenti per effettuarla.

Le superfici dedicate all'esercizio dell'attività sono pari a 183 mq di locali destinati a deposito/magazzino e 20 mq di uffici. Il modello è formato prevalentemente da società (di persone nel 29% dei casi e di capitali nel 28%) che impiegano in media 2 addetti, con 2 dipendenti nel 44% dei casi.

Gli approvvigionamenti sono effettuati in larga parte presso ditte produttrici italiane (65% degli acquisti per prodotti standard e 13% per prodotti esclusivi e/o personalizzati).

Il mercato di riferimento è rappresentato principalmente da: utilizzatori professionali (27% dei ricavi), enti pubblici, privati e comunità (24%), commercianti al dettaglio (nel 26% dei casi il 50% dei ricavi) e strutture ricettive (nel 22% dei casi il 39%).

L'area di mercato va dal livello provinciale a quello regionale.

Cluster 5 – Ingrossi tradizionali e cash & carry che si approvvigionano prevalentemente di prodotti esclusivi e/o personalizzati

Numerosità: 203

Le imprese commerciali appartenenti a questo modello si caratterizzano sia per la tipologia di approvvigionamento, rappresentato in larga parte da prodotti esclusivi e/o personalizzati acquistati direttamente da imprese industriali in Italia (68% degli acquisti), che per la modalità di vendita, in quanto sono presenti sia ingrossi tradizionali con vendita al banco (86% dei ricavi nel 46% dei casi) che cash & carry, ossia ingrossi a libero servizio (88% dei ricavi nel 41%). L'assortimento è despecializzato infatti è costituito sia da detersivi, additivi, candeggine (22% dei ricavi) e articoli igienico-sanitari (9%) che da profumi e colonie (21%), trattamenti per il viso e prodotti per il make-up (11%), accessori di toletteria e profumeria (9%) e toletteria (7%).

La struttura organizzativa privilegia i locali destinati a deposito/magazzino (79 mq) e nel 32% dei casi si rileva la presenza di 86 mq di locali per la vendita e l'esposizione della merce. Le imprese del cluster sono in prevalenza società (58% dei soggetti) e si avvalgono dell'ausilio di 1 o 2 addetti.

La tipologia di clientela è rappresentata nella maggior parte dei casi da commercianti al dettaglio (24% dei ricavi), utilizzatori professionali e imprese di servizi (20%) e commercianti all'ingrosso (10%), su un'area di mercato principalmente provinciale e regionale.

Cluster 6 – Ingrossi di più grandi dimensioni operanti prevalentemente nel comparto della detergenza

Numerosità: 206

Questo cluster comprende quegli esercizi commerciali che si caratterizzano sia per l'assortimento, costituito in larga parte da prodotti detergenti, quali detersivi e

candeggine (38% dei ricavi) ed articoli igienico sanitari (16%), che per la struttura organizzativa piuttosto ampia ed articolata. Le superfici impiegate per l'esercizio dell'attività sono pari a: 674 mq di locali destinati a deposito/magazzino, 97 mq di uffici, 140 mq di locali per la vendita e l'esposizione della merce nel 32% dei casi, 167 mq di piazzali all'aperto adibiti alle operazioni di carico e scarico delle merci e 130 mq di locali adibiti allo stesso uso nel 29% dei casi. Si tratta in larga parte di società (65% di capitali e 30% di persone) e, coerentemente con la più grande dimensione della struttura, le imprese in questione occupano 6 o 7 addetti, di cui 4 o 5 dipendenti; tra questi ultimi si rileva inoltre la presenza di 1 o 2 magazzinieri.

La modalità di vendita utilizzata è principalmente sul territorio (83% dei ricavi).

Gli approvvigionamenti sono effettuati prevalentemente presso imprese industriali italiane sia per prodotti standard (47% degli acquisti) che per prodotti esclusivi e/o personalizzati (28%); inoltre il 28% dei soggetti si rivolge ad imprese industriali o commerciali all'estero (38% degli acquisti).

Le aziende appartenenti a questo gruppo riforniscono nella maggior parte dei casi utilizzatori professionali e imprese di servizi (34% dei ricavi), enti pubblici, privati e comunità (11%), commercianti al dettaglio (nel 37% dei casi il 53% dei ricavi) e strutture ricettive alberghiere (nel 17% dei casi il 23%). E' interessante notare inoltre che per il 40% delle realtà appartenenti a questo gruppo il 50% dei ricavi proviene dalla vendita di prodotti a marchio commerciale proprio.

L'area di mercato è piuttosto ampia e va dal livello provinciale al nazionale.

La dotazione di beni strumentali comprende 2 autocarri, 1 muletto e 3 computer collegati in rete.

Cluster 7 – Grossisti con vendita ambulante (tentata vendita)

Numerosità: 122

Le imprese del cluster operano con la modalità di vendita ambulante (98% dei ricavi).

La struttura organizzativa presenta dimensioni inferiori alla media di settore ed è rappresentata da locali destinati a deposito/ magazzino (42 mq); inoltre nel 30% dei casi sono presenti 19 mq di uffici. Si tratta di realtà che sono in prevalenza ditte individuali (80% dei soggetti) e si avvalgono di 1 addetto.

L'assortimento è despecializzato in quanto è costituito sia da detersivi, additivi, candeggine (nel 35% dei casi il 69% dei ricavi) e articoli igienico-sanitari (nel 21% dei casi il 24%) che da profumi e colonie (nel 26% dei casi il 37%), trattamenti per il viso e prodotti per il make-up (nel 25% dei casi il 37%), accessori di toletteria e profumeria (nel 25% dei casi il 29%) e toletteria (nel 28% dei casi il 40%). Nella maggior parte dei casi si tratta di prodotti esclusivi e/o personalizzati acquistati direttamente in Italia da imprese industriali (66% degli acquisti).

La tipologia di clientela è rappresentata nella maggior parte dei casi da utilizzatori professionali (50% dei ricavi) e da commercianti al dettaglio (20%).

L'area di mercato di riferimento è prevalentemente provinciale (nel 52% dei casi) e regionale (nel 33%).

Cluster 8 – Ingrossi tradizionali e cash & carry operanti nel comparto della cosmesi e della detergenza

Numerosità: 286

In questo cluster sono presenti sia gli ingrossi tradizionali con vendita al banco (89% dei ricavi nel 70% dei casi) che i cash & carry, ossia quelle realtà con vendita a libero servizio (89% dei ricavi nel 33% dei casi). L'assortimento è despecializzato in quanto è costituito sia da detersivi, additivi, candeggine (33% dei ricavi) e articoli igienico-sanitari (14%) che da profumi e colonie (nel 36% dei casi il 23% dei ricavi), trattamenti per il viso e prodotti per il make-up (nel 28% dei casi il 24%), toletteria (nel 36% dei casi il 17%) e accessori di toletteria e profumeria (nel 30% dei casi il 15%). Si tratta generalmente di prodotti standard acquistati direttamente in Italia (68% degli acquisti).

La struttura organizzativa presenta locali destinati a deposito/magazzino (153 mq) e ad uffici (14 mq); inoltre nel 43% dei casi si rilevano 105 mq di locali per la vendita e l'esposizione della merce e nel 20% dei casi 144 mq per i piazzali destinati alle operazioni di carico e scarico delle merci. Queste realtà sono nel 54% dei casi società e per la restante parte ditte individuali e si avvalgono di 2 addetti, di cui 1 dipendente.

La tipologia di clientela è piuttosto articolata, infatti è composta da commercianti al dettaglio (65% dei ricavi nel 40% dei casi), utilizzatori professionali e imprese di servizi (65% dei ricavi nel 43%) e commercianti all'ingrosso (35% dei ricavi nel 12%).

L'area di mercato è prevalentemente provinciale (61% dei soggetti).

Cluster 9 – Ingrossi operanti prevalentemente nel comparto della cosmesi che si rivolgono principalmente al canale professionale

Numerosità: 574

Le imprese commerciali appartenenti a questo modello presentano come attività prevalente il commercio all'ingrosso di profumi e cosmetici (88% dei soggetti) e si caratterizzano sia per la tipologia di clientela a cui si rivolgono rappresentata principalmente da utilizzatori professionali e imprese di servizi (68% dei ricavi) che per la modalità di vendita sul territorio (91% dei ricavi). Tra i molti prodotti in assortimento i più significativi sono i trattamenti per il viso e prodotti per il make-up (23% dei ricavi), i profumi e colonie (nel 19% dei casi il 22% dei ricavi), la toletteria (nel 26% dei casi il 40% dei ricavi), gli accessori di toletteria e profumeria (nel 25% dei casi il 25% dei ricavi) e gli articoli igienico sanitari (nel 20% dei casi il 20% dei ricavi).

Si tratta di piccoli operatori: infatti le superfici destinate allo svolgimento dell'attività sono piuttosto esigue e si articolano in locali destinati a deposito/ magazzino (71 mq) e locali destinati ad uffici (20 mq).

Le realtà che appartengono a questo cluster sono prevalentemente società (di persone nel 30% dei casi e di capitali nel 26%) che impiegano in media 2 addetti.

I canali di approvvigionamento sono rappresentati in larga parte da imprese industriali in Italia per prodotti standard (56% degli acquisti), da importatori/concessionari di marche estere (nel 24% dei casi il 51% degli acquisti) e da imprese industriali o commerciali all'estero (nel 17% dei casi il 62%).

L'area di mercato si estende prevalentemente dal livello provinciale al regionale.

Cluster 10 – Grossisti operanti con vendita ambulante (tentata vendita) prevalentemente nel comparto della detergenza

Numerosità: 224

Gli ingrossi che fanno parte di questo gruppo operano con vendita ambulante (98% dei ricavi) prevalentemente nel comparto della detergenza, infatti l'offerta è composta perlopiù da detersivi e candeggine (42% dei ricavi) e articoli igienico sanitari (34% dei ricavi nel 48% dei casi).

La struttura organizzativa, che è poco articolata, è rappresentata da locali destinati a deposito/ magazzino (85 mq) e nel 34% dei casi da 16 mq di uffici. A questo cluster appartengono prevalentemente aziende che presentano una gestione a carattere individuale (per l'82% ditte individuali).

Queste realtà si rivolgono principalmente a clienti quali gli utilizzatori professionali (40% dei ricavi), i commercianti al dettaglio (67% dei ricavi per il 28% dei soggetti) e gli enti pubblici, privati e comunità (30% dei ricavi per il 22% dei soggetti).

Gli acquisti avvengono nella maggior parte dei casi presso imprese industriali italiane per prodotti standard (67% degli acquisti).

L'area di mercato di riferimento è piuttosto ridotta (provinciale nel 61% dei casi).

La dotazione strumentale è alquanto esigua infatti è rappresentata da 1 autocarro.

Cluster 11 – Ingrossi di più grandi dimensioni con vendita prevalentemente sul territorio

Numerosità: 65

Si tratta di esercizi commerciali che si caratterizzano per la più grande dimensione della struttura e per la tipologia di vendita prevalentemente sul territorio (90% dei ricavi). La struttura organizzativa, che è particolarmente ampia ed articolata, è rappresentata da 1.287 mq di locali destinati a deposito/magazzino, 248 mq di uffici, 682 mq di piazzali all'aperto per le operazioni di carico e scarico delle merci; inoltre nel 42% dei casi sono presenti sia 203 mq di locali per la vendita e l'esposizione della merce che 248 mq di locali per le operazioni di carico e scarico delle merci.

La forma giuridica delle imprese appartenenti a questo gruppo è quella societaria, infatti si tratta sia di società di capitali (78% dei soggetti) che di persone (22%). Le aziende in questione hanno in media 13 addetti, di cui 10 dipendenti, tra le figure impiegate si ritrovano 8 agenti, 2 magazzinieri e nel 35% dei casi 3 venditori diretti.

L'assortimento è despecializzato in quanto è costituito da detersivi, additivi, candeggine (31% dei ricavi), articoli igienico-sanitari (10%), trattamenti per il viso e prodotti per il make-up (nel 26% dei casi il 27% dei ricavi), profumi e colonie (nel 31% dei casi il 14%) e toletteria (nel 42% dei casi il 21%).

Gli acquisti sono ripartiti tra imprese industriali italiane per prodotti standard (51% degli acquisti), imprese industriali o commerciali all'estero (nel 48% dei casi il 23% degli acquisti) e importatori/concessionari di marche estere (nel 26% dei casi il 21%).

La tipologia di clientela è rappresentata da utilizzatori professionali e imprese di servizi (35% dei ricavi), enti pubblici, privati e comunità (11%), commercianti al dettaglio (nel 48% dei casi il 42% dei ricavi) e commercianti all'ingrosso (nel 32% dei casi il 23%). L'area di mercato è piuttosto ampia e si estende dal livello provinciale al nazionale. Coerentemente con la più grande dimensione della struttura anche la dotazione strumentale è piuttosto articolata, infatti comprende 3 o 4

autocarri, 2 muletti, 1 bilancia e 8 computer collegati in rete; inoltre rispetto agli altri cluster sono piuttosto rilevanti le spese per servizi integrativi o sostitutivi di mezzi propri (22.800 euro).