

Estratto della Circolare n. 58/E del 27/06/2002

12.5.1 Studi di settore SM11A e SM11B

Studio di settore SM11A

- 52.46.1 - Commercio al dettaglio di ferramenta (comprese casseforti), articoli per il "fai da te" e vetro piano;
- 52.46.2 - Commercio al dettaglio di pitture e vernici;
- 52.46.3 - Commercio al dettaglio di articoli igienico-sanitari;
- 52.46.4 - Commercio al dettaglio di materiali da costruzione;
- 52.46.5 - Commercio al dettaglio di materiali termoidraulici;
- 52.48.F - Commercio al dettaglio di carte da parati.

Studio di settore SM11B

- 51.44.3 - Commercio all'ingrosso di carte da parati, stucchi e cornici;
- 51.53.1 - Commercio all'ingrosso di legname, semilavorati in legno e legno artificiale;
- 51.53.2 - Commercio all'ingrosso di materiali da costruzione;
- 51.53.3 - Commercio all'ingrosso di vetro piano;
- 51.53.4 - Commercio all'ingrosso di vernici e colori;
- 51.53.5 - Commercio all'ingrosso despecializzato di legname e di materiali da costruzione, vetro piano, vernici e colori;
- 51.54.1 - Commercio all'ingrosso di articoli in ferro e in altri metalli (ferramenta);
- 51.54.2 - Commercio all'ingrosso di apparecchi e accessori per impianti idraulici e di riscaldamento;
- 51.54.4 - Commercio all'ingrosso despecializzato di articoli in ferro, di apparecchi e accessori per impianti idraulici e di riscaldamento, di coltelleria e posateria.

La fase di confronto con le Associazioni di categoria che ha preceduto l'approvazione degli studi di settore SM11A e SM11B, come già precisato nel paragrafo 5.1, ha portato ad individuare due nuovi indicatori: il "margine operativo lordo sulle vendite" e il "valore aggiunto per addetto" da utilizzare in applicazione dello studio SM11B relativo alle attività del commercio all'ingrosso. È stato, invece, confermato l'utilizzo dell'indicatore "rotazione del magazzino".

Gli studi in questione riguardano complessivamente 15 attività che presentano alcune caratteristiche peculiari a seconda della modalità organizzativa adottata e dei prodotti merceologici offerti. Pertanto, ai fini dell'applicazione dei predetti studi di settore, è necessario tener conto delle seguenti considerazioni.

A) Commercio all'ingrosso e al dettaglio di pitture, vernici e colori.

Nel settore del commercio all'ingrosso e al dettaglio di pitture, vernici e colori, in alcuni casi, le imprese hanno scorte di magazzino limitate e, di conseguenza, sono caratterizzate da un alto indice di rotazione del magazzino. In particolare, tale situazione si osserva:

- . in presenza di una considerevole quota delle vendite effettuate su catalogo o su ordinazione;
- . nel caso di associazione a gruppi di acquisto, poiché tale circostanza consente all'esercente un più rapido approvvigionamento delle merci.

È stato, inoltre, verificato che la vendita di colori per belle arti è caratterizzata da un ricarico mediamente più alto rispetto a quella di pitture e vernici.

B) Commercio di ferramenta.

Per quanto riguarda l'interpretazione dell'indice di rotazione del

magazzino, sono emerse le seguenti circostanze particolari:

- . alcuni esercizi commerciali effettuano una quota considerevole di acquisti entro il 31 dicembre per poter raggiungere determinati risultati di gestione o particolari budget "imposti" dalle ditte distributrici dei prodotti. Queste ultime, infatti, adottano frequentemente delle politiche commerciali particolari per favorire la diffusione sul mercato di alcuni articoli di ferramenta. A fronte di queste elevate quote di acquisti gli esercenti usufruiscono di varie forme di benefits. In questi casi si osserva spesso un indice di rotazione del magazzino mediamente piu' basso;
- . diversamente dal caso precedente, puo' verificarsi che, per taluni articoli vengano adottate speciali politiche commerciali tali da indurre gli esercenti ad effettuare una considerevole quota degli acquisti all'inizio dell'anno. In tali circostanze, ovviamente, l'indice di rotazione del magazzino risultera' piu' alto della norma;
- . il livello dell'indice di rotazione del magazzino puo' essere anche influenzato dalla tipologia di clientela: in via generale, in presenza di una clientela costituita prevalentemente da privati si osservera' un indice di rotazione mediamente piu' basso, viceversa, in presenza di clientela costituita prevalentemente da utilizzatori professionali e/o da commercianti al dettaglio e all'ingrosso, la rotazione del magazzino assumerà valori piu' alti;
- . la composizione della clientela influenza in maniera determinante anche i ricarichi conseguiti. In particolare, con una clientela costituita prevalentemente da privati, il ricarico medio e' considerevolmente piu' elevato rispetto a quello che si osserva in presenza di clientela costituita prevalentemente da commercianti all'ingrosso o al dettaglio;
- . nell'ambito delle attivita' interessate dallo studio di settore SM11A e SM11B sono commercializzati numerosissimi prodotti merceologici appartenenti a categorie anche molto diversificate, pertanto e' opportuno tenere in adeguata considerazione le diverse ricariche caratteristiche di ciascuna categoria di prodotti;
- . le imprese che effettuano attivita' di importazione presentano, in genere, margini di ricarico mediamente piu' alti;
- . un livello di ricarico mediamente piu' alto caratterizza anche gli operatori che provvedono direttamente al confezionamento di alcuni prodotti, ad esempio in blister, che poi commercializzano apponendo, talvolta, sugli stessi un proprio marchio.

C) Commercio di idrosanitari.

Le imprese che esercitano il commercio di idrosanitari, per mantenere competitività sul mercato, si trovano nella necessità di commercializzare moltissime tipologie di prodotti al fine di garantire alla clientela l'offerta di una gamma di articoli adeguatamente ampia. Tale circostanza, soprattutto nelle aziende di piccole e medie dimensioni (con un fatturato annuo fino a 2.582.284,50 euro, pari a 5 miliardi di lire), determina:

- . un basso indice di rotazione del magazzino;
- . un maggiore impiego di personale che si traduce in un valore aggiunto per addetto piu' basso.

D) Commercio all'ingrosso di legname, semilavorati in legno e legno artificiale

Indice di rotazione del magazzino

Il legname e' un prodotto soggetto a modifiche fisiche e strutturali anche in relazione alle variazioni atmosferiche, pertanto, le relative giacenze di magazzino non possono essere valutate allo stesso modo di quelle di altri materiali quali il vetro piano, le vernici, il ferro, gli impianti idraulici, ecc.

L'indice di rotazione del magazzino delle aziende che esercitano commercio all'ingrosso di legname, semilavorati in legno e legno

artificiale, puo' essere influenzato da una serie di circostanze che e' opportuno esplicitare:

- . alcune tipologie di legname richiedono un periodo di stagionatura che ha tempi variabili e che costituisce un importante elemento qualitativo per il prodotto perche' ne garantisce stabilita'. Tali tempi, naturalmente, incidono sull'indice di rotazione del magazzino;
- . i pannelli e i prodotti semilavorati e/o semifiniti non hanno bisogno di stagionatura, pertanto la relativa rotazione di magazzino puo' assumere valori mediamente piu' alti;
- . i segati e i tronchi sono materiali che possono necessitare di stoccaggio, selezione, stagionatura e/o parziale lavorazione (quest'ultima intesa solo come attivita' strettamente accessoria alla commercializzazione), pertanto la relativa rotazione del magazzino potra' essere bassa. Tale indice, inoltre, varia in maniera inversamente proporzionale ai tempi di stagionatura dei diversi legnami (a tempi lunghi di stagionatura si associa un piu' basso valore dell'indice di rotazione del magazzino), i quali possono dipendere sia dalla famiglia di appartenenza del legname (conifere, latifoglie temperate o tropicali) che dalle condizioni di conservazione e di trasporto della merce;
- . una clientela costituita prevalentemente da imprese edili, sia industriali che artigiane, e da commercianti all'ingrosso puo' consentire una rotazione di magazzino piuttosto veloce;
- . quando la clientela e' costituita da aziende della seconda lavorazione (ad esempio, falegnami, mobilifici, ecc.) la rotazione sara', mediamente, molto piu' bassa;
- . la quota di clientela costituita da privati puo' esercitare influenza sull'indice di rotazione del magazzino poiche' i privati acquistano prevalentemente prodotti semilavorati e pannelli che consentono una rotazione piu' veloce.

Nell'interpretare l'indice di rotazione di magazzino si terranno in adeguata considerazione le informazioni sopra elencate.

Margine operativo lordo sulle vendite (M.O.L.)

Per le imprese del settore vanno, inoltre, evidenziate alcune considerazioni relative al M.O.L. "margine operativo lordo sulle vendite". In particolare, ad un indice di rotazione del magazzino molto alto corrispondono, spesso, basso ricarico e bassi ricavi, di conseguenza un M.O.L. ridotto. Viceversa, quando l'indice di rotazione del magazzino assume valori bassi, i ricavi e il ricarico saranno mediamente piu' alti e il valore del M.O.L. aumenta. Le motivazioni economiche sono evidenti:

- . i prodotti per i quali non sono necessarie stagionatura e/o lavorazioni accessorie, che aumentano il valore della merce, non consentono all'azienda di applicare ricariche consistenti;
- . i prodotti che richiedono un lungo procedimento di essiccazione e/o stagionatura ed eventuali lavorazioni possono consentire all'azienda di applicare ricariche superiori.

Tuttavia, nell'interpretare gli indici di coerenza, e' necessario anche valutare l'andamento sul mercato dell'offerta di legname. Un rilevante aumento di tale offerta da parte dei produttori, infatti, rende possibile la commercializzazione del prodotto solo a seguito di una considerevole flessione dei prezzi. Analogamente, la "chiusura" del mercato di sbocco di un certo tipo di legname, determina consistenti riduzioni di prezzo, tali da ridurre al minimo la redditivita' operativa delle imprese del comparto.

Nell'analizzare l'andamento del ricarico e' necessario prendere anche in considerazione la provenienza del legname, vale a dire il tipo di fornitore. La domanda di legname da parte del mercato nazionale viene soddisfatta in grandissima parte mediante le importazioni, quindi, le aziende che si riforniscono direttamente dal produttore, molto spesso effettuano gli acquisti all'estero. Nel valutare il livello dei ricavi e i connessi margini di ricarico, pertanto, sara' necessario considerare opportunamente anche l'andamento del mercato globale.

Valore aggiunto per addetto

Il valore aggiunto per addetto e' anche influenzato dal tipo di prodotto che viene prevalentemente commercializzato: ad esempio, i legnami che non richiedono stagionatura e/o lavorazioni accessorie, per i quali si osservano un elevato indice di rotazione del magazzino e ridotti valori del M.O.L., possono dar luogo ad un alto valore aggiunto per addetto. Infatti, la vendita di legnami per i quali non c'e' necessita' di provvedere allo stoccaggio, all'essiccazione, ecc., puo' essere svolta con un limitato numero di addetti.

Servizi offerti

Nel settore del commercio all'ingrosso di legname spesso i servizi offerti alla clientela non apportano un valore aggiunto al prodotto, semmai rispondono alla necessita' di mantenere la competitivita' dell'azienda sul mercato. Frequentemente, infatti, le lavorazioni effettuate sui legnami sono semplicemente accessorie alla vendita, soprattutto se il prodotto e' costituito da materiale grezzo o semilavorato e/o semifinito.