

4.5 Studio di settore TM18A - Commercio all'ingrosso di fiori e piante.

L'attività interessata è quella relativa al codice attività:

51.22.0 - Commercio all'ingrosso di fiori e piante.

Lo studio di settore TM18A sostituisce, a decorrere dal periodo d'imposta 2005, lo studio di settore SM18A approvato con decreto ministeriale del 20 marzo 2001 e relativo alla medesima attività.

L'evoluzione dello studio di settore SM18A è stata condotta analizzando il modello per la comunicazione dei dati rilevanti ai fini dell'applicazione dello studio di settore allegato alla dichiarazione dei redditi UNICO 2004 per il periodo d'imposta 2003 unitamente alle informazioni contenute nel questionario ESM18A inviato ai contribuenti per l'evoluzione dello studio in oggetto.

La nuova versione dello studio, oltre a confermare alcuni modelli di business già individuati in precedenza, ne individua di nuovi al fine di cogliere i cambiamenti strutturali e le modifiche dei modelli organizzativi.

La maggiore focalizzazione sui servizi offerti, sulla tipologia di clientela e sulla modalità di vendita ha consentito di migliorare la ripartizione in gruppi omogenei che sono passati dai 6 dello studio SM18A agli 11 cluster della nuova versione dello studio. Inoltre, la definizione del questionario ESM18A con una nuova sezione relativa alla tipologia di attività, ha permesso di individuare nuovi cluster quali i grossisti di sementi, bulbi e piante da frutto che vendono prevalentemente ad agricoltori o giardinieri (cluster 4), i grossisti di fiori che vendono a commercianti al dettaglio tramite tentata vendita (cluster 6) e le imprese specializzate nella progettazione e manutenzione del verde pubblico e privato.

Conformemente a quanto previsto per gli altri studi di settore evoluti e al fine di semplificare gli adempimenti a carico dei contribuenti, il nuovo studio è applicabile anche ai soggetti che utilizzano più punti vendita (cosiddetti "multipunto"), indipendentemente dalla circostanza che questi risultino situati nell'ambito del medesimo comune.

Per quanto riguarda gli indicatori di coerenza, lo studio in esame utilizza le percentuali di lavoro prestato dal personale non dipendente, sia ai fini del calcolo del relativo indicatore di coerenza che della stima dei ricavi.

A tal proposito si evidenzia che nella fase di costruzione del nuovo studio di settore è emerso che l'analisi della coerenza delle attività considerate è stata svolta mediante l'elaborazione di diversi indicatori economico-contabili quali il valore aggiunto per addetto onde tener conto anche delle percentuali di lavoro prestato dal personale non dipendente, il margine operativo lordo sulle vendite e la durata media delle scorte.

In particolare, occorre far presente che, con l'individuazione del cluster 11, che raggruppa le imprese che commercializzano fiori freschi recisi e fiori secchi e artificiali, sono state superate le problematiche indicate nella circolare n. 54/E del 13/06/2001 relative alla presenza, nel settore in esame, di alcuni modelli organizzativi di difficile comparazione a causa di una ripartizione dei costi molto diversa. Infatti i fiori secchi e artificiali non necessitano, a differenza dei fiori freschi, di particolari attrezzature né di molto personale per la loro conservazione, ed anche il ricarico su tali prodotti differisce sostanzialmente in quanto, non operando su beni altamente deperibili, i prezzi non vengono influenzati dalla necessità di una vendita immediata e dai conseguenti scarti.

Pertanto, in relazione all'applicazione dello studio, si è ritenuto opportuno mantenere tale informazione nel quadro D del modello, relativo agli "Elementi specifici dell'attività", in quanto i due diversi tipi di prodotto comportano una struttura aziendale e una ripartizione dei costi molto diversa.

Restano ancora valide, invece, le cautele indicate nella suddetta circolare con riguardo alla necessità di tener conto della localizzazione geografica delle aziende che operano in aree a forte concentrazione di operatori, collegate in genere al luogo di produzione dei prodotti destinati ad essere successivamente commercializzati, dove la percentuale di ricarico media sui prezzi è più bassa a causa della forte concorrenza.