

## STUDIO DI SETTORE TM42U

ATTIVITÀ 52.32.0      COMMERCIO AL DETTAGLIO DI ARTICOLI  
MEDICALI ED ORTOPEDICI

Aprile 2006

## **PREMESSA**

L'evoluzione dello Studio di Settore SM42U – Commercio al dettaglio di articoli medicali ed ortopedici – 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 2004.

I contribuenti interessati sono risultati pari a 2.137.

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 51 posizioni.

A seguito degli scarti effettuati, il numero dei contribuenti oggetto delle successive analisi è stato pari a 2.086.

<b>Distribuzione dei contribuenti per Forma Giuridica</b>		
	Numero	% sugli elaborati
Persone fisiche	1.208	57,9%
Società di persone	603	28,9%
Società di capitali, enti commerciali e non	275	13,2%

## **INQUADRAMENTO GENERALE**

L'analisi ha permesso di classificare le imprese che operano nel settore del commercio al dettaglio di articoli medicali ed ortopedici in 8 gruppi omogenei. Gli elementi che hanno contribuito maggiormente alla determinazione dei modelli di business sono i seguenti:

- assortimento del punto vendita;
- tipologia di attività;
- tipologia della clientela.

L'**assortimento del punto vendita** ha consentito di individuare le imprese dei cluster 3 e 4 specializzate in articoli ortopedici (protesi, ortesi, corsetteria correttiva e prodotti per la riabilitazione, calzature e plantari, prodotti elastocompressivi) nonché le attività economiche appartenenti ai cluster 5, 7 e 8 che trattano in maniera specializzata e/o prevalente articoli medicali (strumenti, attrezzature medicali ed elettromedicali, articoli monouso, ausili per la mobilità personale). La composizione merceologica dell'offerta ha contribuito, inoltre, ad individuare i soggetti che offrono in larga prevalenza prodotti per l'infanzia (cluster 1), ausili uditivi (cluster 2) nonché le imprese contraddistinte da un assortimento eterogeneo costituito anche, in maniera rilevante, da prodotti di erboristeria, abbigliamento intimo/mare, prodotti per l'infanzia e/o attrezzature ed articoli sportivi (cluster 6).

La **tipologia di attività** ha permesso di differenziare le imprese appartenenti al cluster 3 da quelle del cluster 4: le prime sono orientate quasi esclusivamente all'attività di vendita di articoli ortopedici di serie (non lavorati né personalizzati dall'impresa), le seconde, invece, affiancano all'attività principale di vendita al dettaglio la fabbricazione e/o lavorazione/personalizzazione di articoli ortopedici su misura e/o di serie.

La **tipologia della clientela** ha consentito di far emergere i punti vendita che orientano la propria offerta verso una clientela costituita in larga prevalenza da soggetti riconosciuti con spesa a carico del Servizio Sanitario Nazionale (cluster 5) e da strutture

sanitarie pubbliche e private (cluster 7).

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 – Punti vendita con offerta orientata ai prodotti per l'infanzia**

**Numerosità: 285**

Al cluster appartengono le imprese che trattano un assortimento costituito in larga prevalenza da prodotti per l'infanzia (74% dei ricavi); completano l'offerta gli articoli medicali ed ortopedici con un peso rispettivamente dell'11% e del 7% sul totale dei ricavi.

Le strutture a supporto dell'attività commerciale si compongono generalmente di locali destinati alla vendita e all'esposizione interna della merce (56 mq) e di spazi adibiti a deposito/magazzino (24 mq); l'esposizione fronte strada (vetrine) si estende per 2-3 metri lineari.

La forma giuridica adottata con maggiore frequenza (80% dei casi) è la ditta individuale nella quale opera generalmente il solo titolare.

Coerentemente con la peculiarità dell'offerta, la clientela di riferimento pressoché esclusiva è rappresentata da privati (97% dei ricavi).

Per l'approvvigionamento delle merci, le imprese ricorrono principalmente a commercianti all'ingrosso (62% degli acquisti).

### **Cluster 2 – Punti vendita specializzati in ausili uditivi**

**Numerosità: 241**

Il cluster concentra le imprese specializzate nella vendita di ausili uditivi, ossia apparecchi acustici e ausili per la comunicazione e la trasmissione del suono (85% dei ricavi). Nella maggior parte dei casi l'offerta del punto vendita si estende alle batterie e

agli accessori per ausili uditivi (5% dei ricavi) mentre solamente nel 10% dei casi si riscontra l'attività di fabbricazione e/o lavorazione/personalizzazione di ausili uditivi (23% dei ricavi). Le imprese del cluster erogano di frequente un ampio ventaglio di servizi: prove di adattamento (81% dei casi), addestramento all'uso (80%), assistenza domiciliare (61%), installazione di prodotti (60%) nonché la consegna a domicilio (59%).

Le strutture si compongono di locali destinati alla vendita e all'esposizione interna della merce (33 mq), ad uffici (19 mq) e ad uso professionale, come sala prove e/o di applicazione (12 mq); gli spazi adibiti a magazzino/deposito nonché a laboratorio si riscontrano, invece, nel 43% e nel 37% dei casi e coprono rispettivamente una superficie di 17 mq e 16 mq. La metà circa dei punti vendita presenta un'esposizione fronte strada (vetrine) di 5 metri lineari.

Si tratta di imprese, organizzate nel 62% dei casi in società, che per lo svolgimento dell'attività si avvalgono di 3 addetti.

L'offerta dei punti vendita è rivolta principalmente a privati (56% dei ricavi) e a soggetti riconosciuti con spesa a carico dal Servizio Sanitario Nazionale (39%). Per agevolare quest'ultima categoria di clientela, risulta assai frequente (78% dei casi) stipulare convenzioni con ASL e INAIL dalle quali, in particolare, il 41% delle imprese realizza la metà circa dei ricavi complessivi.

Il canale diretto (produttori) rappresenta la principale fonte di approvvigionamento con un'incidenza del 66% sugli acquisti totali.

Oltre la metà dei soggetti affida a terzi le lavorazioni sugli ausili uditivi sostenendo un costo di circa 8.320 euro.

### **Cluster 3 – Punti vendita specializzati in articoli ortopedici di serie**

**Numerosità: 431**

Al cluster appartengono le imprese specializzate nella vendita di un'ampia gamma di articoli ortopedici di serie, ossia non lavorati né personalizzati dall'impresa. In

particolare, l'assortimento trattato si compone prevalentemente di: calzature e plantari (31% dei ricavi), protesi, ortesi, corsetteria correttiva e prodotti per la riabilitazione (16%), prodotti elastocompressivi (15%) nonché ausili per la mobilità personale, ad esempio stampelle, carrozzelle, articoli antidecubito (9%).

In merito alle dimensioni delle strutture, i locali per la vendita e l'esposizione interna della merce coprono una superficie di 48 mq mentre gli spazi adibiti a magazzino e/o deposito sono di 22 mq; l'esposizione fronte strada (vetrine) è di 4 metri lineari.

La natura giuridica adottata in larga prevalenza (66% dei casi) è la ditta individuale nella quale, oltre al titolare, talvolta si riscontra la presenza di un collaboratore.

L'offerta del punto vendita è rivolta ad una clientela costituita in maniera pressoché esclusiva da privati (91% dei ricavi).

Gli approvvigionamenti vengono solitamente effettuati da produttori (56% degli acquisti) e, in misura inferiore, da commercianti all'ingrosso (39%).

#### **Cluster 4 – Punti vendita specializzati in articoli ortopedici che effettuano anche l'attività di fabbricazione e/o lavorazione/personalizzazione di dispositivi su misura e/o di serie**

##### **Numerosità: 317**

Al cluster appartengono le imprese specializzate in articoli ortopedici che, oltre all'attività principale di vendita al dettaglio di dispositivi di serie, ossia non lavorati né personalizzati dall'impresa, effettuano anche la fabbricazione e/o lavorazione/personalizzazione di articoli ortopedici su misura e/o di serie (21% dei ricavi). L'assortimento trattato è ampio ma il maggiore apporto ai ricavi complessivi deriva dalla vendita di: calzature e plantari (17% dei ricavi), ausili per la mobilità personale, ad esempio stampelle, carrozzelle, articoli antidecubito (16%), nonché protesi, ortesi, corsetteria correttiva e prodotti per la riabilitazione (14%). L'offerta del punto vendita prevede, inoltre, l'erogazione di un ampio ventaglio di servizi: prove di

adattamento (69% dei casi), consegna a domicilio (62%), addestramento all'uso (59%), installazione dei prodotti (43%) e, in taluni casi, l'assistenza domiciliare (29%).

Le dimensioni delle strutture sono superiori alla media del settore: 72 mq di locali destinati alla vendita e all'esposizione interna della merce, 46 mq di spazi adibiti a deposito/magazzino, 26 mq di laboratorio nonché 10 mq di locali destinati ad uso professionale (sala prove, sala applicazione, sala gesso); inoltre, nella metà circa dei casi si riscontrano 17 mq di locali destinati ad uffici. Le vetrine dei punti vendita presentano un'esposizione fronte strada di 7 metri lineari.

Le imprese, organizzate nel 56% dei casi in società, si avvalgono di 3 addetti.

La clientela di riferimento si compone di privati (57% dei ricavi) e di soggetti riconosciuti con spesa a carico dal Servizio Sanitario Nazionale (35%); un quarto circa dei soggetti estende, inoltre, l'offerta a strutture sanitarie pubbliche (11% dei ricavi) e private (5%). Il cluster presenta la maggiore concentrazione del settore di imprese (87%) convenzionate con ASL e INAIL e, in linea con tale peculiarità, risulta elevata anche la numerosità di soggetti (53%) che ottengono parte dei ricavi (37%) da convenzioni.

Per l'approvvigionamento delle merci, le imprese del cluster fanno ampio ricorso a produttori (63% degli acquisti).

Infine, si rileva che il 21% dei soggetti affida a terzi alcune e/o tutte le lavorazioni sui dispositivi ortopedici; il costo da essi sostenuto è di circa 10.395 euro.

#### **Cluster 5 – Punti vendita con offerta rivolta in larga prevalenza a soggetti riconosciuti con spesa a carico del Servizio Sanitario Nazionale**

##### **Numerosità: 65**

L'elemento di caratterizzazione delle imprese del presente cluster è la tipologia di clientela rappresentata in larga prevalenza da soggetti riconosciuti con spesa a carico del Servizio Sanitario Nazionale (67% dei ricavi, incidenza più elevata del settore). In linea con tale peculiarità, risulta rilevante sia la presenza di soggetti (82%) in convenzione

con ASL e INAIL sia la percentuale di imprese (65%) che realizza la quota più consistente di ricavi (69%) da convenzioni.

L'assortimento è costituito in larga prevalenza da articoli medicali. In particolare, le tipologie di prodotto da cui le imprese realizzano le quote maggiori di ricavo sono gli articoli monouso (32% dei ricavi) e gli ausili per la mobilità personale, ossia stampelle, carrozzelle, articoli antidecubito, etc. (29%). Nel 60% dei casi l'offerta del punto vendita comprende la consegna a domicilio, nel 31% le prove di adattamento e nel 29% l'installazione dei prodotti.

Le strutture si articolano generalmente in 65 mq di locali destinati alla vendita e all'esposizione interna della merce e in 40 mq di spazi adibiti a deposito/magazzino. L'esposizione fronte strada (vetrine) è di 4 metri lineari.

In merito alla natura giuridica adottata, il 54% delle imprese del cluster è organizzato in ditta individuale e la restante quota (46%) in società; gli addetti coinvolti nell'attività sono pari a 2.

Gli approvvigionamenti vengono ripartiti principalmente tra produttori (52% degli acquisti) e commercianti all'ingrosso (45%).

### **Cluster 6 – Punti vendita con offerta estesa ad una ampia gamma di categorie merceologiche**

#### **Numerosità: 420**

Il cluster concentra le imprese che presentano in assortimento un'ampia gamma di merceologie afferenti diverse categorie di prodotto. In particolare, oltre gli articoli ortopedici e medicali, l'offerta dei punti vendita comprende: prodotti per l'infanzia (21% dei ricavi), abbigliamento intimo/mare (22% dei ricavi per il 41% dei soggetti), prodotti di erboristeria (25% per il 30%) nonché attrezzature ed articoli sportivi (11% per il 12%).

Le strutture si articolano generalmente in locali destinati alla vendita e all'esposizione interna della merce (56 mq) ed in spazi adibiti a deposito/magazzino (24 mq). L'esposizione fronte strada (vetrine) è di 4 metri lineari.

Si tratta di imprese, organizzate nel 68% dei casi in ditte individuali, nelle quali talvolta si riscontra la presenza di più di un addetto.

La clientela di riferimento è rappresentata in maniera pressoché esclusiva da privati (91% dei ricavi).

In merito alle fonti di approvvigionamento, il ricorso a commercianti all'ingrosso e a produttori assume rispettivamente un peso del 47% e del 44% sul totale degli acquisti.

### **Cluster 7 – Punti vendita con offerta rivolta in larga prevalenza a strutture sanitarie pubbliche e private**

#### **Numerosità: 90**

Il cluster concentra le imprese che orientano la propria offerta verso una clientela costituita in larga prevalenza da strutture sanitarie pubbliche (60% dei ricavi) e, nel 37% dei casi, da strutture sanitarie private (41% dei ricavi).

In merito alla tipologia di offerta, l'assortimento dei punti vendita si compone principalmente di articoli medicali e, in misura inferiore, di articoli ortopedici. In particolare, le imprese effettuano la vendita di strumenti, attrezzature medicali ed elettromedicali (19% dei ricavi), protesi, ortesi, corsetteria correttiva e prodotti per la riabilitazione (11%) nonché, oltre la metà dei soggetti, articoli monouso (25% dei ricavi), ausili per la mobilità personale, come stampelle, carrozzelle, articoli antidecubito, etc. (21%) e calzature e plantari (14%). Inoltre, nel 21% dei casi il 16% dei ricavi complessivi deriva dall'attività di fabbricazione e/o lavorazione/personalizzazione di dispositivi ortopedici.

Le strutture si compongono di locali destinati alla vendita e all'esposizione interna della merce (50 mq), di spazi adibiti a deposito/magazzino (34mq) e, nel 48% dei casi, di

locali destinati ad uffici (25 mq). Oltre la metà dei soggetti presenta un'esposizione fronte strada (vetrine) di 5 metri lineari.

Le imprese sono organizzate nel 64% dei casi sotto forma di società e per lo svolgimento dell'attività si avvalgono di 2-3 addetti.

Per gli approvvigionamenti, il canale diretto (produttori) soddisfa il 51% degli acquisti mentre l'ingrosso presenta un'incidenza del 39%.

Infine, si riscontra un ampio ricorso a convenzioni con ASL e INAIL (53% dei casi) nonché una significativa incidenza di soggetti (37%) che conseguono la parte più rilevante dei ricavi complessivi (61%) da convenzioni.

### **Cluster 8 – Punti vendita orientati alla vendita prevalente di articoli medicali**

#### **Numerosità: 232**

Le imprese appartenenti al cluster presentano un assortimento costituito in larga prevalenza da articoli medicali. In particolare, le tipologie di prodotto che apportano le maggiori quote dei ricavi sono rappresentate dagli strumenti, attrezzature medicali ed elettromedicali (35%) e dagli ausili per la mobilità personale, ad esempio stampelle, carrozzelle, articoli antidecubito (14%). In merito all'offerta si riscontra un'ulteriore peculiarità: il cluster presenta la più elevata concentrazione del settore di soggetti (55%) che risultano trattare arredi sanitari e/o ambulatoriali (7% dei ricavi).

Le imprese dispongono di strutture articolate in locali per la vendita e l'esposizione interna della merce (61 mq) e per il deposito/magazzino (44 mq); gli uffici sono presenti nel 38% dei casi e coprono una superficie di 23 mq. Le vetrine fronte strada sono di 4 metri lineari.

La natura giuridica adottata dalle imprese è la società nel 52% dei casi e la ditta individuale nel 48%; gli addetti coinvolti nell'attività sono pari a 2.

Il ventaglio di clientela è ampio e si compone di privati (69% dei ricavi), di strutture sanitarie private e pubbliche (17% e 15% nel 40% dei casi) e di soggetti riconosciuti con spesa a carico del Servizio Sanitario Nazionale (28% nel 35%).

Gli approvvigionamenti vengono effettuati in misura quasi equivalente da produttori (48% degli acquisti) e da commercianti all'ingrosso (46%).