

# INDICE SINTETICO DI AFFIDABILITÀ 2022

---

#ISAdays



*Dati provvisori*

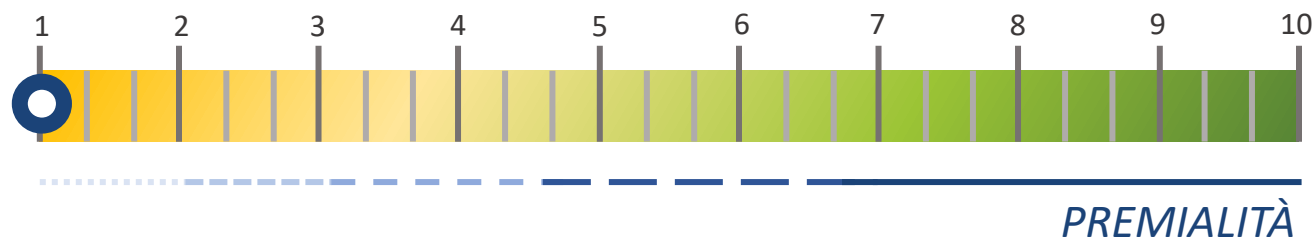
# COS'È L'INDICE SINTETICO DI AFFIDABILITÀ?



L'Indice Sintetico di Affidabilità è la **media semplice di un insieme di indicatori elementari**



Il valore dell'indice sintetico assegnato al contribuente **è compreso tra 1 e 10.**



**COME MIGLIORARE**

**IL PUNTEGGIO DI AFFIDABILITÀ?**





### **Verificando la validità dei dati esterni**

relativi alle banche dati in possesso dell'Agenzia delle Entrate, che vengono forniti al contribuente per l'applicazione degli ISA



### **Modificando i dati contabili e/o strutturali della dichiarazione ISA,**

segnalati come atipici dagli indicatori elementari di anomalia, ove ritenuti non correttamente compilati



### **Dichiarando «Ulteriori componenti positivi per migliorare il profilo di affidabilità»,**

al fine di raggiungere il livello di affidabilità (premialità) desiderato

**È possibile utilizzare il campo delle Note aggiuntive per segnalare ulteriori elementi informativi.**

# LE PAROLE CHIAVE DEGLI ISA

---



**CONFRONTO CON  
ALTRE BANCHE DATI**



**MODELLI DI BUSINESS  
(MoB)**



**DATI PANEL**



**STIMA DI PIÙ  
BASI IMPONIBILI**



**MODELLO DI STIMA**





# MODELLI DI BUSINESS (MOB)

- ✓ rappresentano la struttura della **Catena del Valore** di ogni operatore economico alla base del processo di produzione del bene o del servizio
- ✓ sono espressione delle differenze fondamentali che derivano dalle **diverse combinazioni delle funzioni operative** (produzione, logistica, commerciale) di un operatore economico

Le determinanti fondamentali del Valore sono analizzate in base a una “griglia” omogenea utilizzata per tutti i macrosettori economici e articolata in **4 aree**:

VALUE PROPOSITION	VALUE NETWORK	VALUE FINANCE	VALUE ARCHITECTURE
Il Valore generato dalla Proposta di Mercato	Il Valore generato dalle Relazioni di Rete	Il Valore associato alle specificità della struttura di Costi e Ricavi	Il Valore generato dalle specificità organizzative

## PERCHÉ?

- ✓ Maggiore stabilità nel tempo
- ✓ Assegnazione più robusta del contribuente al gruppo





# STIMA DI PIÙ BASI IMPONIBILI

## **RICAVI PER ADDETTO**

Misura l'affidabilità dell'ammontare dei ricavi che gli operatori economici conseguono attraverso il processo produttivo con riferimento al contributo di ciascun addetto

## **VALORE AGGIUNTO PER ADDETTO**

Misura l'affidabilità del valore aggiunto creato con riferimento al contributo di ciascun addetto

## **REDDITO PER ADDETTO**

Misura l'affidabilità del reddito che gli operatori economici realizzano in un determinato periodo di tempo con riferimento al contributo di ciascun addetto

### **PERCHÉ?**

- ✓ L'analisi di diverse basi imponibili permette una valutazione più completa del conto economico



# MODELLO DI STIMA

Si stimano i ricavi e il valore aggiunto attraverso una funzione di produzione di tipo Cobb-Douglas in forma logaritmica su valori pro-capite.

La probabilità di appartenenza ai singoli Modelli di Business rappresenta una delle variabili esplicative.

## PERCHÉ?

- ✓ Interpretazione economica dei coefficienti stimati in termini di elasticità
- ✓ Maggiore stabilità e robustezza delle stime econometriche
- ✓ Il fattore lavoro è l'input fondamentale utilizzato per la creazione del valore (modello pro-capite)



# DATI PANEL

La stima è effettuata su un panel non bilanciato di operatori economici presenti nella banca dati ISA nei periodi d'imposta dal 2013 al 2020.

## PERCHÉ?

Permette di:

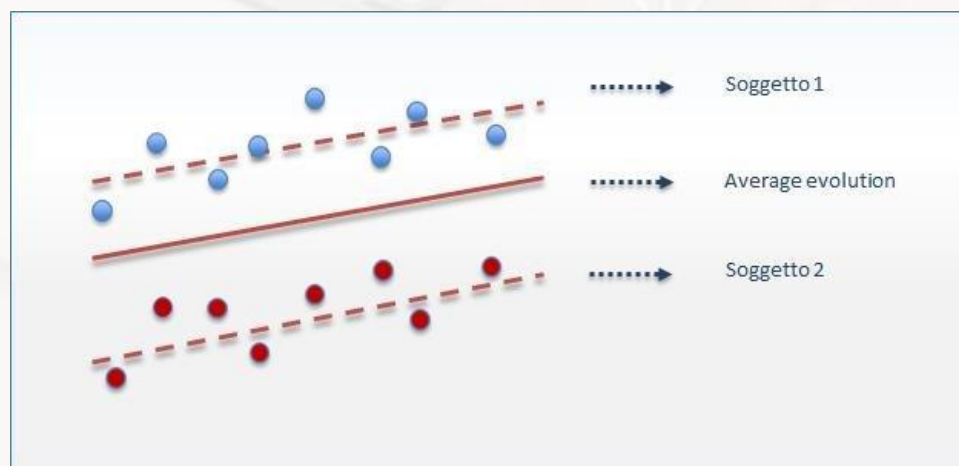
- ✓ utilizzare più informazioni per stime più efficienti
- ✓ analizzare la dinamica delle relazioni nel tempo
- ✓ misurare l'eterogeneità non osservabile degli operatori economici



# DATI PANEL

## EFFETTO INDIVIDUALE

Il coefficiente individuale, calcolato sui dati delle precedenti otto annualità dichiarative, consente di evidenziare situazioni di produttività maggiore (coefficiente positivo) oppure situazioni di minore marginalità (coefficiente negativo) dell'operatore economico rispetto alla media del settore di appartenenza.





# DATI PANEL

## ANDAMENTO CONGIUNTURALE

Il modello di stima (Mundlak, 1978) analizza gli andamenti economici sia del **settore** e del **territorio** che degli **operatori economici**.

### PERCHÉ?

- ✓ Ingloba il ciclo economico di settore e individuale



# CONFRONTO CON BANCHE DATI ESTERNE

La comparazione dei dati dichiarati con le informazioni richieste in altri modelli di dichiarazione e con altre banche dati esterne consente di definire eventuali indicatori di anomalia nonché di analizzare e di selezionare la platea di contribuenti oggetto di analisi.

## PERCHÉ?

- ✓ Migliorare la qualità dei patrimoni informativi



# ISA CM21U

Commercio all'ingrosso alimentare

---

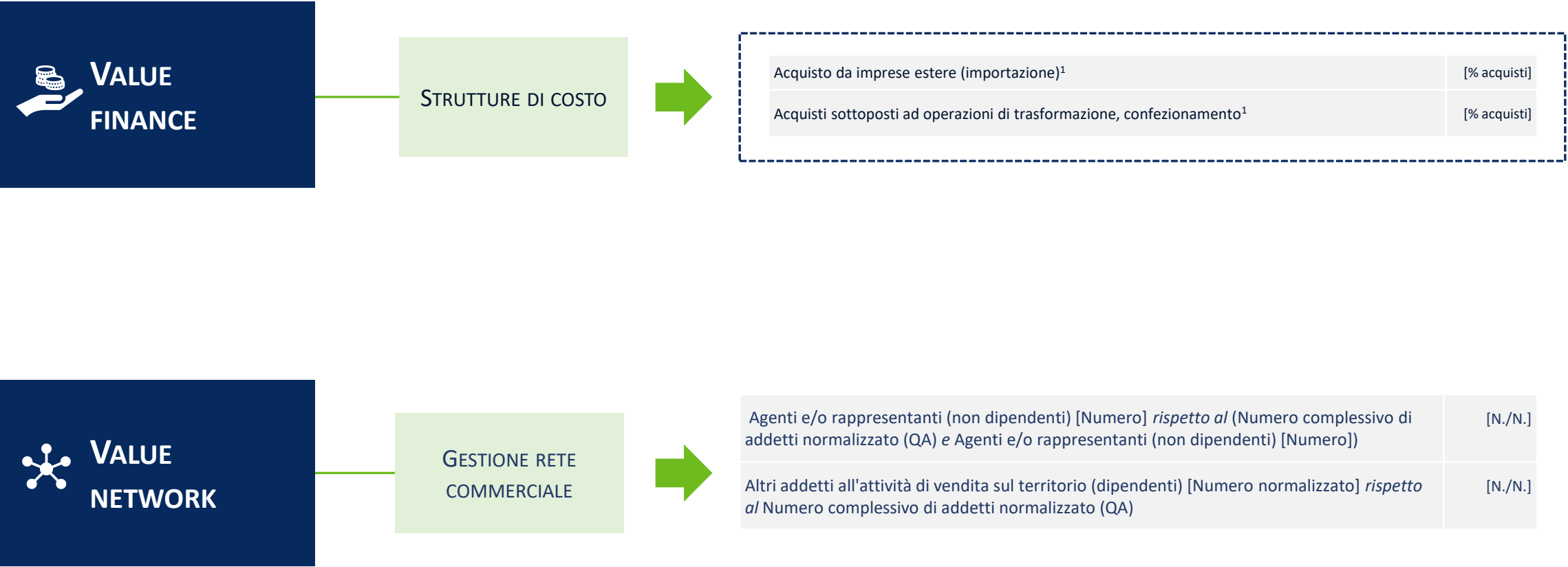
# I MODELLI DI BUSINESS

# Il metamodello del settore – *La struttura informativa*



1. La categoria «**Latte, uova e formaggi freschi**» comprende: Latte fresco e derivati freschi del latte (panna, burro, yogurt, ecc.), uova; Formaggi fusi, freschi e molli.

# Il metamodello del settore – *La struttura informativa*



1. Elementi valutati nelle successive fasi di analisi.

# I modelli di business individuati

<b>MoB 1 -</b>	<b>Imprese all'ingrosso che effettuano in prevalenza vendita sul territorio utilizzando una rete commerciale di agenti e/o la propria forza vendita, con assortimento generalmente diversificato (Numerosità: 1.266)</b>  Le imprese appartenenti a questo modello di business presentano in genere un'articolazione della struttura di vendita sul territorio composta da agenti e/o rappresentanti (non dipendenti) e/o altri addetti all'attività di vendita sul territorio (dipendenti). Questo modello di business presenta un'ampia gamma dell'offerta commerciale. L'assortimento è composto in genere da vini, mosti, birre e altre bevande alcoliche e superalcoliche; acqua e/o bevande analcoliche; cioccolato e dolci (caramelle, confetti, ecc.) e snack dolci e salati; prodotti congelati e surgelati (carne, pesce, frutta, ortaggi, gelati, ecc.); frutta, ortaggi e legumi freschi, patate, olive, funghi; alimentari di base (pasta, farine, cereali, sale, zucchero, miele, ecc.); pane e prodotti da forno (biscotteria, fette biscottate, crackers, ecc.); prosciutti e altri prodotti di salumeria; latte fresco e derivati freschi del latte (panna, burro, yogurt, ecc.), uova; formaggi duri e semiduri; conserve, prodotti alimentari in scatola (carne, pesce, ortaggi, ecc.), aceti; oli di oliva ed altri oli e grassi vegetali e formaggi fusi, freschi e molli
<b>MoB 2 -</b>	<b>Imprese all'ingrosso che effettuano in prevalenza tentata vendita e/o vendita porta a porta, con assortimento generalmente diversificato (Numerosità: 791)</b>  Tali imprese talvolta effettuano vendita sul territorio senza agenti o altri addetti alla vendita. Questo modello di business presenta un'ampia gamma dell'offerta commerciale. L'assortimento è composto in genere da pane e prodotti da forno (biscotteria, fette biscottate, crackers, ecc.); prodotti congelati e surgelati (carne, pesce, frutta, ortaggi, gelati, ecc.); cioccolato e dolci (caramelle, confetti, ecc.) e snack dolci e salati; vini, mosti, birre e altre bevande alcoliche e superalcoliche; acqua e/o bevande analcoliche e alimentari di base (pasta, farine, cereali, sale, zucchero, miele, ecc.)
<b>MoB 3 -</b>	<b>Imprese all'ingrosso con offerta prevalente di prodotti ittici freschi, che effettuano per lo più vendita sul territorio senza ricorrere a una rete commerciale, talvolta integrata da vendita in sede (Numerosità: 905)</b>  Tali imprese talvolta effettuano tentata vendita e/o vendita porta a porta. L'assortimento in alcuni casi comprende anche prodotti congelati e surgelati (carne, pesce, frutta, ortaggi, gelati, ecc.)

# I modelli di business individuati

<b>MoB 4 -</b>	<b>Imprese all'ingrosso che effettuano in prevalenza vendita sul territorio senza ricorrere a una rete commerciale, con assortimento generalmente diversificato (Numerosità: 5.408)</b>  Questo modello di business presenta un'ampia gamma dell'offerta commerciale. L'assortimento è composto in genere da vini, mosti, birre e altre bevande alcoliche e superalcoliche; acqua e/o bevande analcoliche; alimentari di base (pasta, farine, cereali, sale, zucchero, miele, ecc.); oli di oliva ed altri oli e grassi vegetali; pane e prodotti da forno (biscotteria, fette biscottate, crackers, ecc.); cioccolato e dolci (caramelle, confetti, ecc.) e snack dolci e salati; conserve, prodotti alimentari in scatola (carne, pesce, ortaggi, ecc.), aceti; prodotti congelati e surgelati (carne, pesce, frutta, ortaggi, gelati, ecc.); prosciutti e altri prodotti di salumeria e tè, cacao, infusi e spezie
<b>MoB 5 -</b>	<b>Imprese all'ingrosso che effettuano in prevalenza vendita sul territorio senza ricorrere a una rete commerciale, con offerta focalizzata su latte, uova e formaggi freschi (Numerosità: 1.397)</b>  La gamma di prodotti offerti è rappresentata in genere da latte, uova e formaggi freschi: latte fresco e derivati freschi del latte (panna, burro, yogurt, ecc.), uova e formaggi fusi, freschi e molli. L'offerta è talvolta integrata da formaggi duri e semiduri; prosciutti e altri prodotti di salumeria; alimentari di base (pasta, farine, cereali, sale, zucchero, miele, ecc.); vini, mosti, birre e altre bevande alcoliche e superalcoliche e acqua e/o bevande analcoliche
<b>MoB 6 -</b>	<b>Imprese all'ingrosso che effettuano per lo più vendita sul territorio senza ricorrere a una rete commerciale, talvolta integrata da vendita in sede, con offerta focalizzata su carne fresca (compresa confezionata) (Numerosità: 514)</b>  L'offerta è talvolta integrata da prosciutti e altri prodotti di salumeria e prodotti congelati e surgelati (carne, pesce, frutta, ortaggi, gelati, ecc.)
<b>MoB 7 -</b>	<b>Imprese all'ingrosso che effettuano in prevalenza vendita sul territorio senza ricorrere a una rete commerciale, per lo più di frutta, ortaggi e legumi freschi, patate, olive, funghi (Numerosità: 2.083)</b>



# I modelli di business individuati

<b>MoB 8 -</b>	<b>Imprese all'ingrosso che effettuano in prevalenza vendita sul territorio senza ricorrere a una rete commerciale, in genere integrata da vendita in sede, con assortimento generalmente diversificato (Numerosità: 1.894)</b>  Questo modello di business presenta un'ampia gamma dell'offerta commerciale. L'assortimento è composto in genere da vini, mosti, birre e altre bevande alcoliche e superalcoliche; acqua e/o bevande analcoliche; alimentari di base (pasta, farine, cereali, sale, zucchero, miele, ecc.); frutta, ortaggi e legumi freschi, patate, olive, funghi; oli di oliva ed altri oli e grassi vegetali; conserve, prodotti alimentari in scatola (carne, pesce, ortaggi, ecc.), aceti; cioccolato e dolciumi (caramelle, confetti, ecc.) e snack dolci e salati; prosciutti e altri prodotti di salumeria; pane e prodotti da forno (biscotteria, fette biscottate, crackers, ecc.); formaggi duri e semiduri; formaggi fusi, freschi e molli; latte fresco e derivati freschi del latte (panna, burro, yogurt, ecc.), uova; prodotti congelati e surgelati (carne, pesce, frutta, ortaggi, gelati, ecc.) e frutta e ortaggi secchi
<b>MoB 9 -</b>	<b>Imprese all'ingrosso che effettuano per lo più vendita in sede al banco e/o a libero servizio (cash &amp; carry), con offerta prevalente di frutta, ortaggi e legumi freschi, patate, olive, funghi (Numerosità: 1.268)</b>  Tali imprese talvolta effettuano vendita sul territorio senza ricorrere a una rete commerciale
<b>MoB 10 -</b>	<b>Imprese all'ingrosso che effettuano in prevalenza tentata vendita e/o vendita porta a porta, per lo più di latte, uova e formaggi freschi (Numerosità: 661)</b>  La gamma di prodotti offerti è rappresentata in genere da latte, uova e formaggi freschi: latte fresco e derivati freschi del latte (panna, burro, yogurt, ecc.), uova e formaggi fusi, freschi e molli. L'offerta è talvolta integrata da formaggi duri e semiduri e prosciutti e altri prodotti di salumeria
<b>MoB 11 -</b>	<b>Imprese all'ingrosso che effettuano per lo più tentata vendita e/o vendita porta a porta e offrono in genere frutta, ortaggi e legumi freschi, patate, olive, funghi (Numerosità: 498)</b>  Tali imprese talvolta effettuano vendita sul territorio senza ricorrere a una rete commerciale. L'assortimento in alcuni casi comprende anche formaggi fusi, freschi e molli; prosciutti e altri prodotti di salumeria; latte fresco e derivati freschi del latte (panna, burro, yogurt, ecc.); carne fresca (compresa confezionata) e prodotti ittici freschi
<b>MoB 12 -</b>	<b>Imprese all'ingrosso che effettuano in prevalenza vendita sul territorio senza ricorrere a una rete commerciale, per lo più di carne fresca (compresa confezionata) (Numerosità: 503)</b>

# STIMA DI PIÙ BASI IMPONIBILI

# STIMA DI PIÙ «BASI IMPONIBILI»

CONTO ECONOMICO RICLASSIFICATO p.i. 2022

Ricavi dichiarati
Ulteriori componenti positivi per migliorare il profilo di affidabilità
<b>RICAVI da gestione caratteristica</b>
Esistenze iniziali relative a merci, prodotti finiti, materie prime e sussidiarie, semilavorati e ai servizi non di durata ultrannuale
Rimanenze finali relative a merci, prodotti finiti, materie prime e sussidiarie, semilavorati e ai servizi non di durata ultrannuale
Costi per l'acquisto di materie prime, sussidiarie, semilavorati e merci e per la produzione di servizi
<b>COSTO DEL VENDUTO E PER LA PRODUZIONE DI SERVIZI</b>
Altri costi per servizi
Costo per godimento di beni di terzi
Costi residuali di gestione
<b>VALORE AGGIUNTO</b>
Spese per lavoro dipendente
Spese per collaboratori coordinati e continuativi
<b>MARGINE OPERATIVO LORDO</b>
Ammortamenti
Accantonamenti
<b>REDDITO OPERATIVO</b>
Risultato della gestione finanziaria
Interessi e altri oneri finanziari
Incrementi di immobilizzazioni per lavori interni
<b>RISULTATO ORDINARIO</b>
Altri componenti positivi
Ulteriori componenti negativi
<b>REDDITO</b>
Ulteriori elementi contabili
<b>REDDITO D'IMPRESA (O PERDITA)</b>

Si stimano i **ricavi**, il **valore aggiunto** e il **reddito**.

Indicatori basati su stime econometriche e dati panel.

1. RICAVI PER ADDETTO - stima



2. V.A. PER ADDETTO - stima

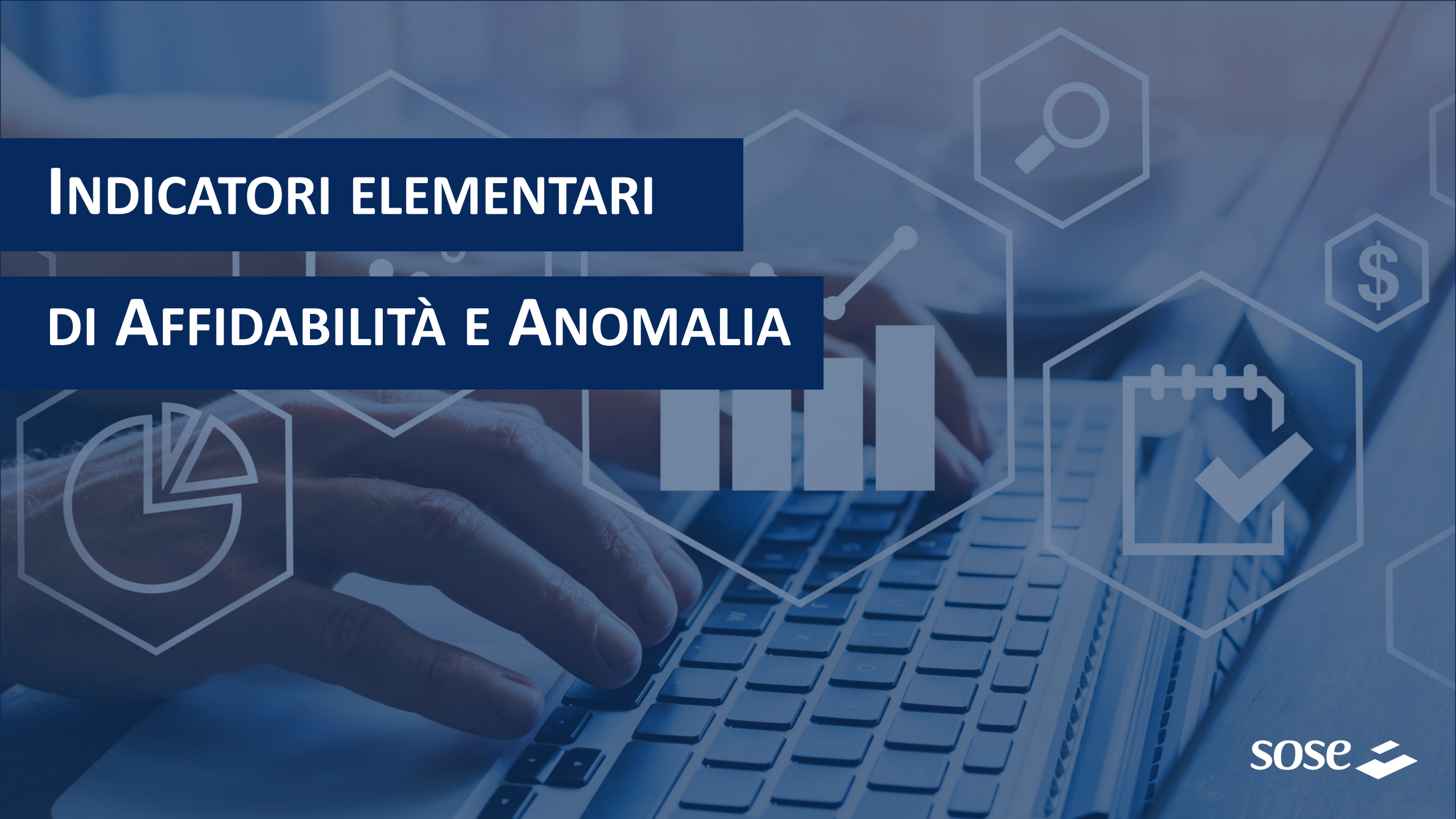


3. REDDITO PER ADDETTO - stima



**INDICATORI ELEMENTARI**

**DI AFFIDABILITÀ E ANOMALIA**





# INDICATORI ELEMENTARI DI AFFIDABILITÀ

Gli indicatori elementari di affidabilità sono:

- ✓ Ricavi per addetto
- ✓ Valore aggiunto per addetto
- ✓ Reddito per addetto
- ✓ Durata e Decumulo delle scorte



# INDICATORI ELEMENTARI DI ANOMALIA

## GESTIONE CARATTERISTICA

- Costo del venduto e per la produzione di servizi negativo o nullo
- Corrispondenza delle esistenze di prodotti finiti, materie prime e merci con le relative rimanenze
- Corrispondenza delle esistenze di opere e servizi di durata ultrannuale con le relative rimanenze
- Copertura delle spese per dipendente
- Analisi dell'apporto di lavoro delle figure non dipendenti
- Assenza del numero di associati in partecipazione in presenza dei relativi utili
- Incidenza dei costi residuali di gestione
- Margine operativo lordo negativo

## GESTIONE DEI BENI STRUMENTALI

- Incidenza degli ammortamenti
- Incidenza dei costi per beni mobili acquisiti in dipendenza di contratti per locazione finanziaria



# INDICATORI ELEMENTARI DI ANOMALIA

## REDDITIVITÀ

- Reddito operativo negativo
- Risultato ordinario negativo

## GESTIONE EXTRA-CARATTERISTICA

- Incidenza degli accantonamenti
- Incidenza degli oneri finanziari netti sul reddito operativo lordo

## ATTIVITÀ NON INERENTI

- Tipologia di vendita: Provvigioni per intermediazione di vendita in conto terzi e/o conto deposito > 50% dei ricavi

**GRAZIE**  
PER L'ATTENZIONE

sose 

