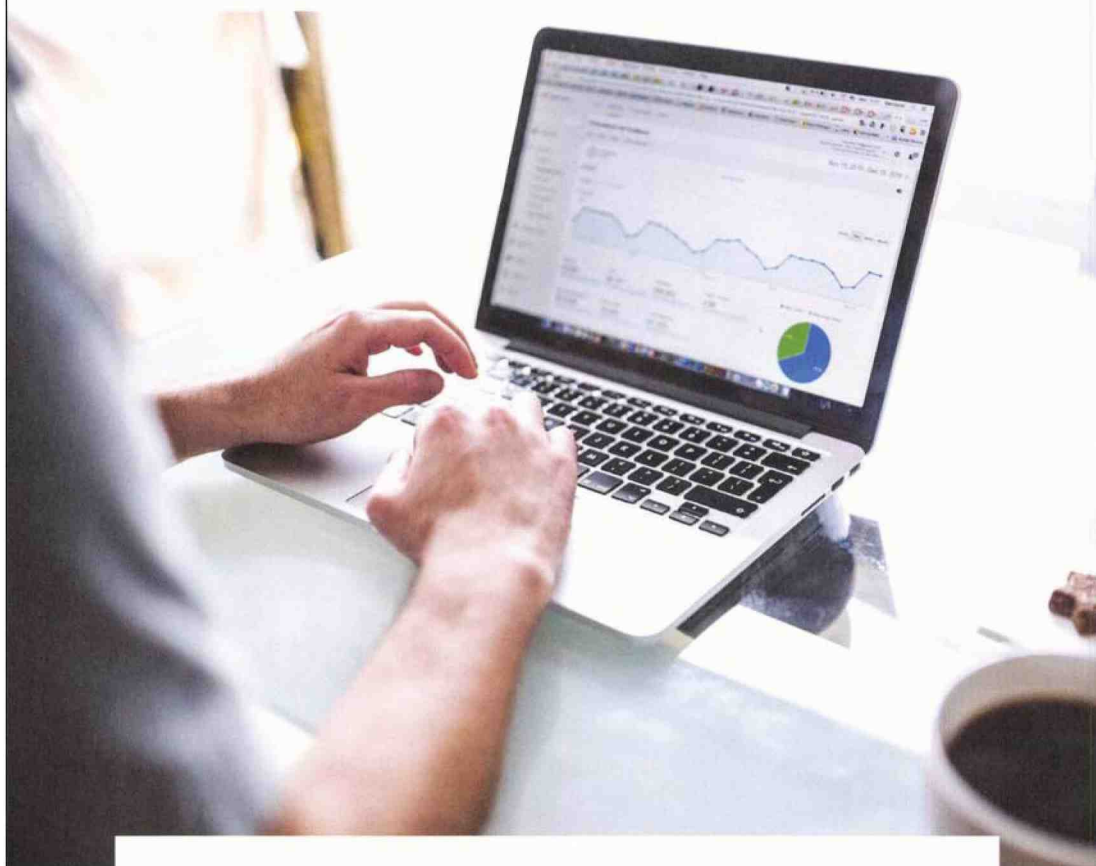


/ DOSSIER /



Abbigliamento, terziario e food & beverage: i nostri esperti dell'osservatorio AZ hanno realizzato una ricerca e vi presentiamo i risultati

DOVE **CONVIENE** INVESTIRE

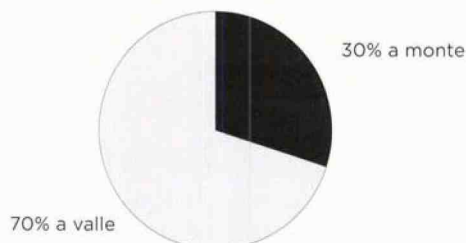
L'abbigliamento risulta più redditizio anche a livello di PMI, ma non bisogna sottovalutare le performance degli altri due settori

La nostra analisi si rivolge a potenziali imprenditori interessati ad aprire un'attività commerciale in uno dei tre settori toccati: abbigliamento, alimentari e terziario e l'obiettivo è aiutare chi intende compiere questo passo, dando una visione più chiara, portando anche alcuni numeri e dati riassuntivi a supporto delle nostre tesi.

Lo spirito dell'analisi è il seguente: osservare, per determinati valori chiave che descrivono l'andamento di un'azienda, alcuni indicatori numerici volti a valutare le performance delle stesse. Gli indicatori che abbiamo scelto sono: i quartili, che permettono di classificare la nostra distribuzione in parti uguali e di evidenziare il numero che non viene superato da una determinata percentuale di aziende (25% il primo, 50% il secondo, noto anche come mediana, e 75% il terzo); la loro media, la deviazione standard (per capire di quanto i valori oscillano attorno alla media e, contestualmente, avere delle conferme sul valore della media stessa per trarre conclusioni sul settore) e una media che consideri solo i valori contenuti entro un determinato range, eliminando cioè i numeri abnormi di poche grandi imprese, cosiddetti outlier, inadatti a far parte di un'analisi che si propone di comprendere lo stato di salute di un settore, seppur solo nel comparto del franchising (il range è stato calcolato, per i fini della statistica, come primo quartile + differenza tra terzo e primo quartile e terzo quartile + differenza tra terzo e primo quartile).

Tutti i seguenti dati sono in migliaia.

Composizione campione abbigliamento



ABBIGLIAMENTO: DATI DI SETTORE E ANALISI

Considerando un settore come quello dell'abbigliamento, formato complessivamente da 46.000 aziende, che nel 2017 ha registrato un fatturato complessivo di 54,12 miliardi (sui quali ha pesato per il 56% l'export.), con una crescita del 2,4% rispetto a quello realizzato nel 2016. Il numero di occupati del settore nel 2017 ha raggiunto le 400mila unità. L'abbigliamento è considerato un settore diviso in un "monte" costituito dalle aziende operanti nel campo tessile per lavorare materie prime tessili e tessuti, e in una valle, formata da imprese che vendono un prodotto finito con il proprio marchio. Tra le due, è la valle ad avere un potere contrattuale più elevato, e di conseguenza dei margini e fatturati maggiori.





Abbiamo svolto un'analisi su un campione di circa 100 aziende operanti nel settore, ovviamente in franchising, ed è principalmente focalizzato su aziende operanti nel B2C: infatti, delle 100 imprese che fanno parte del campione selezionato, quasi un terzo fa parte del "monte" di produzione mentre la restante parte si occupa di commercializzazione, ed è cioè ascrivibile alla "valle". Il nostro campione risulta pari al 76,92% delle aziende facenti parte di questo comparto secondo la rivista Assofranchising 2017.

Partendo dal fatturato, possiamo indicare che la media nel nostro campione è 98.011,03, con una deviazione standard pari a 232.587,10, ma tolti i valori che abbiamo in precedenza considerato estremamente fuori misura, la media scende a € 21.971,50, con una relativa deviazione standard di 29.433,75, decisamente minore del valore ottenuto in precedenza, ad indicare la notevole minore dispersione attorno la media di questi valori. Per i quartili, il primo quarto delle aziende non supera il valore di 4530,02. Il valore della mediana è di 13.455,56, mentre il terzo quartile arriva a 77579,07.

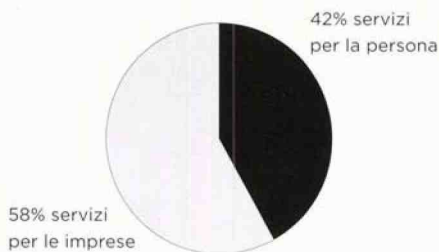
Passando all'EBITDA (Earning Before Interest Taxes Depreciation & Amortization, ossia la capacità dei ricavi di superare i costi legati al business dell'azienda) la media completa è pari a €7.986,90, con una relativa deviazione standard pari a 30.500,01. Sono dati caratterizzati da una elevata variabilità, ma spostandoci su una media che non tenga presente gli outlier la otteniamo di €963,12, comunque positiva e in grado di indicare una positività nella gestione caratteristica delle aziende operanti in questo settore. La deviazione standard è in questo caso notevolmente ridotta, fino a 1226,21. L'Ebitda ci permette di fare ancora un confronto, un rapporto tra il fatturato medio e l'EBITDA delle aziende considerate ci permette di valutare quanta parte di fatturato si riflette poi in valore per l'azienda: sulla media complessiva del fatturato, l'8,15% viene convertito in valore per l'azienda, mentre sulla media esclusi i valori outlier risulta essere il 4,38%. Il primo quartile è di -2,402, il valore della mediana è di 473,71, mentre il 75% delle aziende non supera il valore di 4083,73.

Consideriamo il Reddito operativo, che si diffe-

renza dall'Ebitda perché, a differenza di quest'ultimo, non comprende i valori dell'ammortamento e le eventuali rivalutazioni/svalutazioni. Le medie del reddito operativo sono 4.079,47 con una relativa deviazione standard di 25.854,91. Nel caso volessimo considerare invece una media che escluda gli outlier, abbiamo una media di 371,41 e con una deviazione standard di 594,56. Clusterizzando tramite i quartili, 5,74 è il valore del primo quartile 170,90 è il valore che comprende la prima metà delle osservazioni. I tre quarti sono compresi sotto il valore di 1257,58.

Passiamo alla parte finale di questa analisi, considerando le elaborazioni svolte sul valore dell'utile netto, la media complessiva del campione è di €1.065,77, mentre la deviazione standard è di 31.093,94. Considerando i valori senza gli outlier del campione, la media è pari a 140,58 (comunque positiva, a sottolineare la crescita che il settore ha avuto nel 2017) con uno scarto quadratico medio di 362,80. I quartili: abbiamo un primo 25% il cui valore soglia è di -1,09, mentre il 50% delle osservazioni ha un utile sotto 34,75. Il terzo quartile è invece pari a 761,96.

Composizione campione servizi



TERZIARIO: DATI DI SETTORE E ANALISI

Il settore terziario, di importanza sempre crescente nell'economia attuale, si occupa di prestazioni immateriali che possono o meno essere incorporate in un bene. Possiamo considerare come attività del settore il facility management, i servizi commerciali, quelli bancari, il turismo e così via. Nel 2017, il settore terziario ha raggiunto il 74% degli occupati in Italia, la sua importanza è as-



/ DOSSIER /

solitamente centrale nel panorama economico nazionale. Di questi, Confcommercio stima che il 46,9% faccia parte del "terziario di mercato", che esclude la PA, mentre il 26,3% comprende la PA ed altri tipi di servizi. Il settore dei servizi è strategico anche per la sua capacità di assorbire la disoccupazione generata, in questi anni di crisi, dagli altri settori. Il campione che abbiamo considerato è pari all'80,21% delle aziende in franchising nel settore considerato. Il nostro campione comprende circa 231 aziende di cui 98 operano nel campo dei servizi alle imprese e 133 hanno come core business i servizi alla persona. Passiamo all'analisi dei dati.

La media del fatturato è di 101.063,51, con una deviazione standard di 514.671,07. Escludendo gli outlier, la media che abbiamo è pari a 1.530. Già questo valore spiega che abbiamo alcuni pesanti outlier dal lato positivo e capaci di spostare molto in alto la media. Quanto detto è confermato anche dai quartili, di cui il primo (25% dei valori) raggiunge i 207,96, mentre possiamo assicurarci che il 50% delle aziende che fanno parte di questo campione non supera ricavi per 845,37.

Da qui, i valori salgono vertiginosamente (dimostrando la presenza di molti valori estremamente elevati) arrivando, con il terzo quartile, a 5817,59. Passiamo all'EBITDA. La media senza alcuna scrematura raggiunge valori simili a quelli ottenuti con la media "pulita" (14.886,34, con una deviazione standard pari a circa 10 volte la media contro 15.215 e deviazione di 147.522,97). Mettendo insieme questi valori con quelli del fatturato, sappiamo che nella totalità del campione analizzato, in media si trasforma in valore per l'azienda il 14,73% del fatturato usando la media complessiva. Osservando i vari cluster, il primo 25% dei valori si ferma sotto una soglia di 6,79, mentre la mediana raggiunge i 45,07 e il terzo quartile 252. Questo lascia intendere un ulteriore insight: la media viene spostata di molto da poche aziende che hanno un Ebitda, e quindi una redditività corrente, molto elevata.

Sul Reddito Operativo, la media è 4.041, non molto inferiore al doppio di quella che avremmo eliminando i valori outlier, ossia 2.477. In questo caso, le deviazioni standard sono pari a 50756,68 e 13924,59. Con una variabilità così alta, ricorria-





mo all'osservazione dei cluster. Anche qui, i primi 3 quartili sono caratterizzati da valori molto ridotti (il 75% delle osservazioni si tiene al di sotto di 138,87, con una media quasi 30 volte questo valore).

Spostandoci sul risultato finale delle aziende operanti nel settore, la media è pari a 1.728,53 con una deviazione standard prossima a 40.000. Il primo 25% delle aziende risulta in perdita, con un valore soglia pari a -0,1745. La mediana raggiunge un valore positivo (6,70), ed il 75% dei valori è al di sotto di un utile di 76,60.

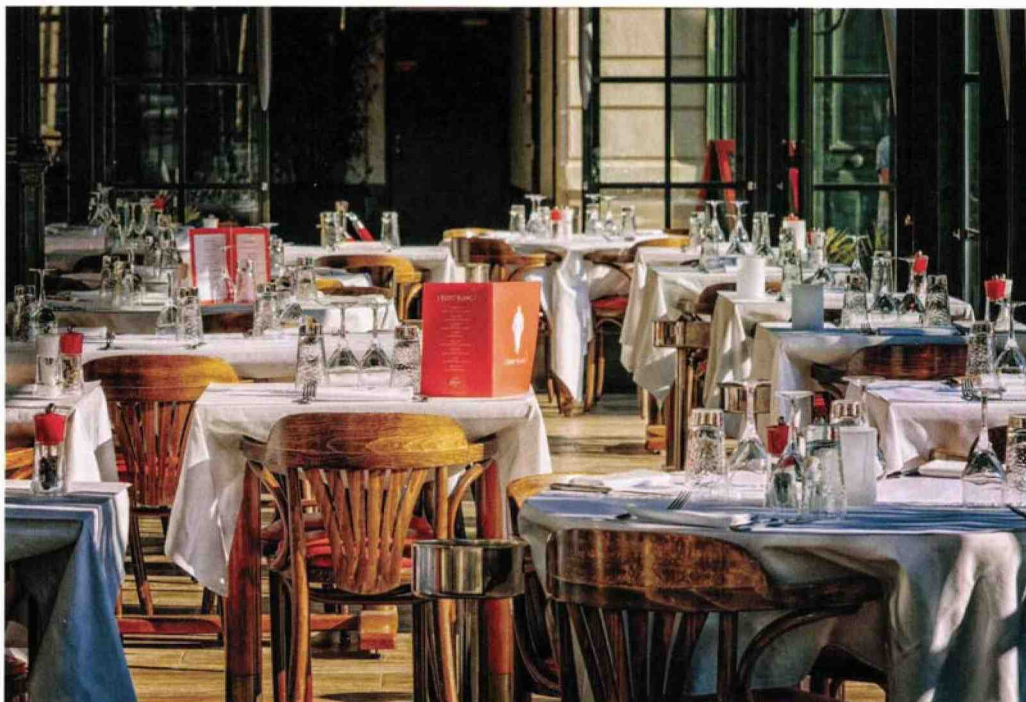
FOOD & BEVERAGE:

DATI DI SETTORE E ANALISI

Per quel che invece riguarda l'alimentazione, iniziamo con alcuni dati sul settore. Nel 2017, il fatturato dell'intera industria alimentare è stato di €137 miliardi, con una crescita del 3,8% rispetto al 2016. Il F&B, più di ogni altro business, viene investito in pieno dai cambiamenti negli stili di vita, sia quelli più repentini che quelli lenti ed inesorabili. Basta pensare alla crescita di movimenti come quello vegano, piuttosto che lo sviluppo della cucina biologica o anche semplicemente agli

stili di vita, sempre più frenetici e che richiedono di ridurre il tempo da dedicare a tutte le attività. Il nostro campione è, in questo ultimo caso, pari al 70,58% delle aziende operanti in franchising secondo la rivista Assofranchising. (dati 2017). Partiamo dal fatturato. La media considerando gli outlier è pari a 55.507,17 (deviazione standard 230.935,08), mentre quella che li esclude è 2.172,49. Osservando i quartili, possiamo definire come il 25% delle osservazioni è sotto i 436,51; il 50% delle osservazioni si avvicina ai 2 milioni (1916,09), mentre il 75% delle osservazioni si ferma al valore soglia di 15.838,88 (più di sette volte il valore della mediana).

Se prendiamo in considerazione l'EBITDA, la media complessiva è di 4.839 e quella depurata di valori estremi è di 242 (le deviazioni standard sono rispettivamente 15568,99 e 448,89). Mettendo insieme questi valori con quelli sul fatturato sappiamo che la percentuale di ricavi che si trasforma in 8,71% (per la prima media) e 11,13% nell'altra. Osservando i quartili, il primo cluster si ferma a 23,78, con una mediana pari a 108,98. I tre quarti dei valori rimangono sotto la soglia di 1046,12. Nel reddito operativo, osser-



viamo che tende ad essere minore dell'EBITDA, abbiamo una prima media di 1.985 (dev standard di 7966,18) e la seconda di 69 (con dev standard di 164). Cercando di clusterizzare le aziende, osserviamo i quartili. Il primo quartile è negativo (-1,7525), indica cioè che il primo quarto delle aziende considerate non riesce a raggiungere una positività di gestione (con le attenuanti di cui sopra, in cui differenziamo RO da EBITDA). La mediana è di 36,905, molto al di sotto del terzo quartile (pari a 323,74275). Passando al risultato residuale, le imprese di questo settore sono in media in attivo: la media è di 1.093 considerando i valori estremi, 14 nella media senza tali valori (le due deviazioni standard sono 4840,56 e 63,86). Almeno un quarto delle aziende considerate nel campione sono in perdita, considerando che il primo quartile non supera una soglia di -13,00 e la mediana raggiunge appena 4,0455. Il limite raggiunto dal 75% delle imprese è 116,80075.

CONCLUSIONI SETTORE ABBIGLIAMENTO

Purtroppo, la presenza di outlier particolarmente elevati rende di non enorme valore la media

complessiva praticamente in tutte le misure osservate. Tuttavia, la media senza questi outlier risulta avere una deviazione standard decisamente contenuta, e possiamo dunque usarla per trarre delle riflessioni. Anzitutto, la media senza valori estremi è spesso molto minore di quella comprendente tutti i valori osservati. La diretta implicazione è che la maggior parte degli outlier che vengono rimossi processando la suddetta analisi sono valori positivi, che superano in importanza quelli negativi. E questo a tutti i livelli dell'analisi. Secondariamente, è facile asserire che il settore, all'interno della segmentazione del franchising, gode di buona salute: la redditività operativa è in media molto al di sopra dello 0, e si può ragionevolmente supporre che poco più di un quarto dei valori è in perdita operativa, a sottolineare che ci sono almeno il 70% delle imprese operanti nel settore in grado di creare valore con la loro gestione operativa. Questi valori sono confermati (forse leggermente appiattiti nelle differenze) osservando i quartili del Reddito operativo, che indicano una positività operativa già da prima del primo quartile, sottolineando uno stato di salute della

gestione operativa per più del 75% delle imprese, anche se con valori soglia più bassi. L'utile netto è positivo nella media senza gli outlier (sopra i 140mila euro), che è indicativamente un buon segno. Purtroppo, a differenza degli altri casi, la media senza outlier supera l'indicativo limite di validità di 2*deviazione standard. Comunque, rimane un risultato confortante anche verificando sui quartili: solo un quarto delle aziende appare in perdita, mentre tutte le altre appaiono in utile. Nel complesso, il 4,38% del fatturato diventa Ebitda,

e di questo il 14,59% diventa utile netto (ossia lo 0,6% del fatturato in media diventa utile).

CONCLUSIONI SETTORE TERZIARIO

Dai dati che abbiamo a disposizione, non è possibile fare valutazioni sulle medie, sia comprendenti che non gli outlier. Si tratta di valori in cui la deviazione standard supera notevolmente il doppio della media (ad eccezione di un caso), rendendole non affidabili. La prima indicazione utile ci viene data dall'Ebitda, i cui quartili superano tutti

TABELLA RIEPILOGATIVA SETTORE ABBIGLIAMENTO

Dimensioni analizzate	Primo Quartile	Mediana	Terzo Quartile	Media	Deviazione standard	Media *	Deviazione standard*
Fatturato	4.530,02	13.455,56	77.579,07	98.011,03	232.587,10	21.971,50	29.433,75
Ebitda	-2,40	473,71	4.083,73	7.986,90	30.500,01	963,12	1.226,21
Reddito Operativo	5,74	170,90	1.257,58	4.079,47	25.854,91	371,41	594,56
Utile Netto	-1,09	34,75	761,96	1.065,77	31.093,94	140,58	362,80

TABELLA RIEPILOGATIVA SETTORE TERZIARIO

Dimensioni analizzate	Primo Quartile	Mediana	Terzo Quartile	Media	Deviazione standard	Media *	Deviazione standard*
Fatturato	207,96	845,37	5.817,59	101.063,51	514.671,07	1.530,05	2.349,05
Ebitda	6,80	45,07	252,32	14.886,34	146.943,29	15.215,24	147.522,97
Reddito Operativo	1,65	18,24	138,87	4.040,56	50.756,69	2.477,14	13.924,59
Utile Netto	-0,17	6,71	76,61	1.728,53	39.669,64	18,04	33,43

TABELLA RIEPILOGATIVA FOOD & BEVERAGES

Dimensioni analizzate	Primo Quartile	Mediana	Terzo Quartile	Media	Deviazione standard	Media *	Deviazione standard*
Fatturato	436,51	1.916,09	15.838,88	55.507,00	230.935,08	2.172,49	2.960,09
Ebitda	23,76	108,98	1.046,12	4.839,00	15.568,99	242,00	448,89
Reddito Operativo	-1,75	36,93	323,74	1.985,00	7.966,00	69,00	164,00
Utile Netto	-13,00	4,04	116,80	1.093,00	4.840,56	14,00	63,86



lo 0. Questo si verifica anche nel caso del Reddito Operativo, ad indicare una generale positività della gestione, indifferente dal metodo di calcolo del risultato intermedio (risultato operativo o ebitda). Anche il risultato finale di esercizio può essere considerato positivo, con numeri positivi fin dal primo 25%, e la media senza outlier (in questo unico caso attendibile) rimane superiore allo 0. Possiamo quindi giudicare in media profittevole il settore dei servizi nel franchising.

CONCLUSIONI SETTORE F&B

Partiamo osservando come, in tutti i risultati osservati, la media senza alcuna scrematura è molto più elevata di quella senza valori abnormi: la presenza di forti outlier positivi (superiori a quelli negativi). Purtroppo, la media senza scremature è, anche in questo caso, caratterizzata da una troppa elevata variabilità. Partendo dall'Ebitda, sappiamo

che almeno il 75% delle considerate ha la capacità di generare valore dalla gestione corrente che è decisamente un buon segno per la salute di questo settore nel comparto franchising. Dati simili ma meno lusinghieri emergono osservando il reddito operativo, con una media comunque positiva, anche se almeno un quarto delle imprese appaiono in perdita operativa. Considerando la differenza tra Ebitda e Reddito Operativo, è possibile che ciò sia determinato da un particolare peso degli ammortamenti in questo settore. Tuttavia, se osserviamo l'utile, osserviamo una mediana di solo 4000€, e che un primo quartile non si avvicina ad un valore positivo (siamo infatti fermi a soglia -13.000). Quindi circa la metà di queste aziende ha un risultato netto che non supera lo 0.

AZ © RIPRODUZIONE VIETATA

Fonti:

- <https://www.ilsole24ore.com/art/impresa-e-territori/2018-05-03/tessile-moda-sopra-stime-ricavi-2017-541-miliardi-171318.shtml?uuiid=AEJTkUIE>
- http://www.ansa.it/canale_terraagusto/notizie/fiere_eventi/2018/04/10/nel-2017-fatturato-alimentare-137-mld-17-cresce-export_326525ab-9fa3-4843-8e83-84d5e5a84157.html
- <https://www.ilsole24ore.com/art/notizie/2018-04-20/nel-2017-peso-terziario-italiano-ha-raggiunto-livelli-tedeschi-192254.shtml?uuiid=AECMlcE>
- <https://www.confcommercio.it/-/il-terziario-batte-la-crisi-rapporto-2018>
- Elaborazioni osservatorio Az Franchising
- Studio sul settore F&B di Andrea Menini*, Antonio Parbonetti*
- Strategie e performance nel food & beverage italiano
- Il settore tessile-moda italiano nel 2017-2018 di cura di Confindustria Moda