

POLITECNICO DI TORINO

Corso di Laurea Magistrale
In Ingegneria Gestionale

Tesi di Laurea Magistrale
Analisi economico-finanziaria delle aziende di prodotti sportivi e
palestre in Italia



Relatore
Prof. Federico Caviggioli

Candidato
Fabio Fiorito

Anno Accademico 2019/2020

INDICE

1 INTRODUZIONE	3
1.1 PANORAMICA EUROPEA	3
1.1.1 ATTIVITÀ SPORTIVE	3
1.1.2 ARTICOLI SPORTIVI	5
1.2 PANORAMICA ITALIANA	6
1.2.1 ATTIVITÀ SPORTIVE	6
1.2.2 ARTICOLI SPORTIVI	8
2 ANALISI ECONOMICO-FINANZIARIA	9
2.1 STATISTICHE INIZIALI	9
2.2 ANALISI DEI RICAVI	13
2.3 ANALISI DELL'ATTIVO	19
2.4 ANALISI DELLA REDDITIVITÀ	21
2.5 ANALISI DELLA PRODUTTIVITÀ	23
2.6 STRUTTURA FINANZIARIA	24
2.7 CONCLUSIONE	27
SITOGRAFIA	28

1 INTRODUZIONE

Il seguente elaborato ha lo scopo di analizzare il settore del Fitness in Italia, inteso come articoli sportivi e attività sportive, i dettagli saranno esposti più avanti. Un'analisi economico-finanziaria sarà fatta considerando un insieme di 8128 imprese estratte dal database Aida secondo alcuni criteri che verranno spiegati in seguito, e dunque mostrando come questo settore sia rilevante già da tempo e come stia continuando a crescere, solo per avere un quadro generale nel 2017 il giro d'affari mondiale è stato di 83,1 miliardi di dollari con 162 milioni di tesserati in 201 mila fitness club.

1.1 PANORAMICA EUROPEA

Da alcuni anni esiste una collaborazione tra EuropeActive e Deloitte, la prima è la principale organizzazione no profit che rappresenta l'intero settore europeo della salute e del fitness con sede a Bruxelles invece la seconda è un'azienda di servizi di consulenza e revisione (prima nel mondo in termini di ricavi e numero di professionisti), che ha dato vita all'*European Health & Fitness Market Report*, cioè un approfondito resoconto annuale sul mercato europeo del fitness, del benessere e della salute.

1.1.1 ATTIVITÀ SPORTIVE

Dal *EHFMR 2019*, che si riferisce a dati del 2018, è emerso che in Europa il numero degli iscritti ad un fitness club è di 62,2 milioni con una crescita del 3,5% rispetto al 2017; il tasso di penetrazione del mercato è del 7,8% sulla popolazione totale e del 9,4% sulle persone con almeno 15 anni; il numero dei club è di 61984 (+4,6%), il fatturato netto delle imprese di produzione di attrezzature sportive è di circa 2,8 miliardi di euro e i ricavi totali del settore ammontano a 27,2 miliardi di euro (+1,2%), più degli Stati Uniti (26,6 miliardi di euro). In termini di numero di tesserati le palestre che hanno il dominio sono le low-cost, in testa c'è McFIT GLOBAL GROUP con 1,95 milioni di iscritti (+220k). Considerando invece il fatturato si trova in vetta il club price premium David Lloyd Leisure con 545 milioni di euro di ricavi (+13%). Come mostrato in Figura 1.1 la Germania e il Regno Unito hanno la maggior quota di mercato (20% e 19%) e quindi i ricavi più alti (5,33 B€ e 5,252 B€), l'Italia si piazza al quarto posto con circa 2,3 B€ di fatturato e una quota dell'8%.

Anche considerando il numero di tesserati la Germania predomina in Europa con 11,1 milioni (+4,5%) e 9343 club; l'Italia, di nuovo al quarto posto, ha 5,5 milioni di iscritti. In Figura 1.2 si possono vedere anche crescita e tasso di penetrazione. Dalla figura appena citata si può notare che la Svezia ha il tasso di penetrazione più alto (21,6%) e la Turchia ha avuto la crescita più alta rispetto al 2017 (quasi l'8%) ma il peggior tasso di penetrazione.

Risulta importante capire anche chi sono le persone che praticano sport, lo studio Eurostat del 2016, rappresentato in Tabella 1.1, mostra che in Europa la percentuale maschile è un po' più alta di quella femminile, che la pratica sportiva diminuisce con l'aumentare dell'età e invece aumenta con l'aumentare del livello di istruzione.

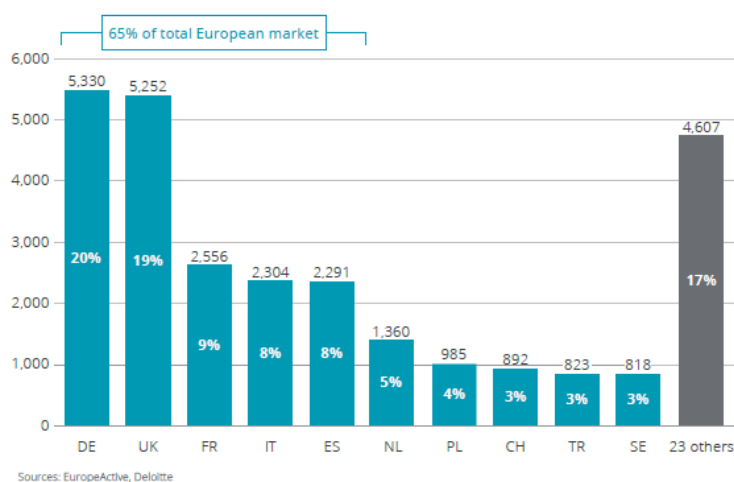


Figura 1.1 Top 10 mercati europei con ricavi (in miliardi di €) e quota di mercato nel 2018.

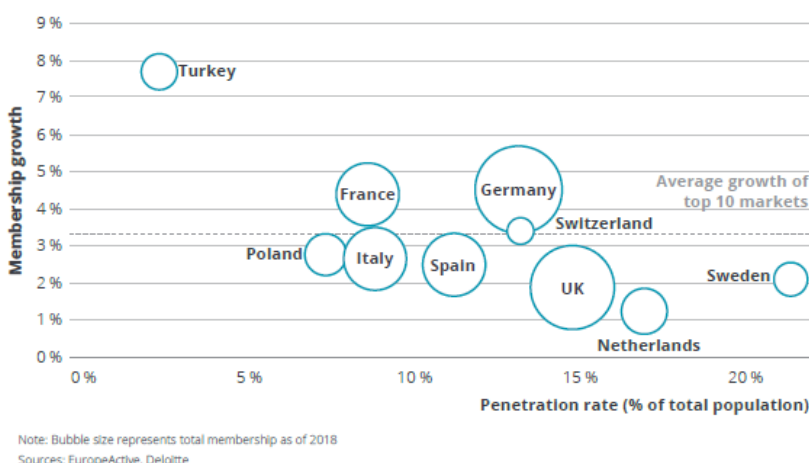


Figura 1.2 Iscritti, crescita degli iscritti rispetto al 2017 e tasso di penetrazione.

Tabella 1.1 Caratteristiche socio-demografiche degli sportivi europei nel 2016.

Socio-demographic characteristics		Number of persons employed in sport (thousands)	Distribution of persons employed...	
			... In the field of sport	... In overall employment
			(%)	
Gender	Women	762.6	45.0	45.9
	Men	931.5	55.0	54.1
Age group	Aged 15–29	638.6	37.7	18.6
	Aged 30–64	1 002.9	59.2	79.1
	Aged 65+	52.7	3.1	2.3
Educational attainment level	Low (ISCED 0–2)	258.6	15.3	17.9
	Medium (ISCED 3–4)	830.9	49.2	48.1
	High (ISCED 5–8)	600.0	35.5	34.0

Source: Eurostat

1.1.2 ARTICOLI SPORTIVI

I dati Eurostat dicono che il valore del commercio totale di articoli sportivi dell'UE con il resto del mondo nel 2017 è stato di 21,3 miliardi di euro, nello specifico 9,3 B€ per l'export e 12 B€ per l'import, entrambe sono aumentate notevolmente rispetto al 2007 e cioè +53% e +59% rispettivamente, come è possibile vedere dalla Tabella 1.2 il disavanzo commerciale è aumentato dal 2007 al 2017.

Tabella 1.2 Traffico internazionale di articoli sportivi, 2007 e 2017.

	2007				2017				Average annual growth rate 2007–17 (%)	
	Exports	Imports	Balance	Ratio Exports/Imports	Exports	Imports	Balance	Ratio Exports/Imports	Exports	Imports
	(million EUR)				(million EUR)					
EU-28 (*)	6 081	7 558	-1 477	0.8	9 333	12 034	-2 700	0.8	4.4	4.8
Belgium	1 251	1 079	182	1.2	3 629	2 261	1 368	1.5	11.1	7.7
Bulgaria	73	60	13	1.2	232	70	161	3.3	12.3	1.5
Czech Republic	329	254	75	1.3	714	562	152	1.3	8.0	8.3
Denmark	241	415	-174	0.6	265	524	-259	0.5	0.9	2.4
Germany	2 495	2 154	341	1.2	5 292	4 737	555	1.1	7.8	8.2
Estonia	79	57	21	1.4	62	54	7	1.1	-2.4	-0.5
Ireland	28	209	-181	0.1	22	266	-244	0.1	-2.5	2.4
Greece	83	416	-332	0.2	95	317	-222	0.3	1.3	-2.7
Spain	722	1 361	-639	0.5	1 034	1 972	-938	0.5	3.7	3.6
France	2 456	2 073	383	0.9	2 523	3 595	-1 071	0.7	0.3	3.0
Croatia	57	213	-157	0.3	126	238	-112	0.5	8.3	1.1
Italy	3 806	2 018	1 787	1.9	3 939	2 105	1 834	1.9	0.3	0.4
Cyprus	7	39	-32	0.2	52	299	-247	0.2	22.1	22.7
Latvia	20	63	-43	0.3	46	60	-14	0.8	8.5	-0.5
Lithuania	64	38	26	1.7	113	81	32	1.4	5.9	7.7
Luxembourg	15	58	-44	0.3	38	60	-21	0.6	10.2	0.3
Hungary	112	119	-7	0.9	403	202	201	2.0	13.6	5.5
Malta	1	68	-67	0.0	2	623	-621	0.0	13.4	24.8
Netherlands	1 617	1 135	482	1.4	3 963	3 044	919	1.3	9.4	10.4
Austria	649	585	64	1.1	925	1 121	-196	0.8	3.6	6.7
Poland	424	238	186	1.8	1 140	843	297	1.4	10.4	13.5
Portugal	259	262	-3	1.0	400	313	87	1.3	4.4	1.8
Romania	208	106	102	2.5	377	188	189	2.0	3.5	5.9
Slovenia	172	129	43	1.3	157	161	-4	1.0	-0.9	2.2
Slovakia	82	80	2	1.0	195	194	1	1.0	9.1	9.3
Finland	388	280	107	1.4	378	333	46	1.1	-0.2	1.7
Sweden	374	638	-264	0.6	369	915	-546	0.4	-0.1	3.7
United Kingdom	1 543	2 426	-883	0.6	1 910	3 565	-1 655	0.5	2.2	3.9
Iceland	0	27	-27	0.01	1	39	-38	0.03	22.0	3.9
Norway (*)	97	666	-569	0.1	54	667	-603	0.1	-5.7	0.0
Switzerland	89	527	-438	0.2	175	977	-803	0.2	6.9	6.4
Montenegro	1	11	-11	0.1	1	13	-13	0.0	-1.6	1.5
North Macedonia	2	5	-4	0.3	1	13	-13	0.0	-10.3	9.2
Serbia	13	39	-26	0.3	26	52	-26	0.5	7.1	2.9
Turkey	195	129	66	1.5	320	1 776	-1 456	0.2	5.1	30.0

(*) Excluding intra-EU trade.

(*) 2014 instead of 2017, AAGR: 2007–14 instead of 2007–17.

Source: Eurostat (online data code: spf_tld_prd)

Per quanto riguarda le esportazioni nel 2017 la maggior parte degli scambi di articoli sportivi dell'UE è stata intra-UE (67%). Solo Cipro e Malta avevano più esportazioni extra-UE che intra-UE (Figura 1.3).

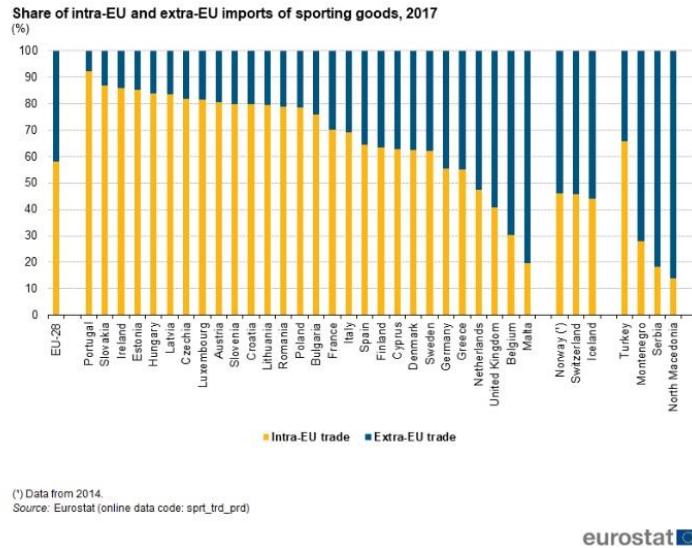


Figura 1.3. Percentuale delle esportazioni intra-UE ed extra-UE di articoli sportivi nel 2017.

1.2 PANORAMICA ITALIANA

1.2.1 ATTIVITÀ SPORTIVE

Le persone che praticano attività sportiva in Italia hanno avuto una crescita negli ultimi anni, nel 2017 il 33,9% della popolazione praticava sport come si può vedere dalla Figura 1.4 (fonte ISTAT) pubblicata dal XVII Forum Comitato Leonardo su sport e imprese.

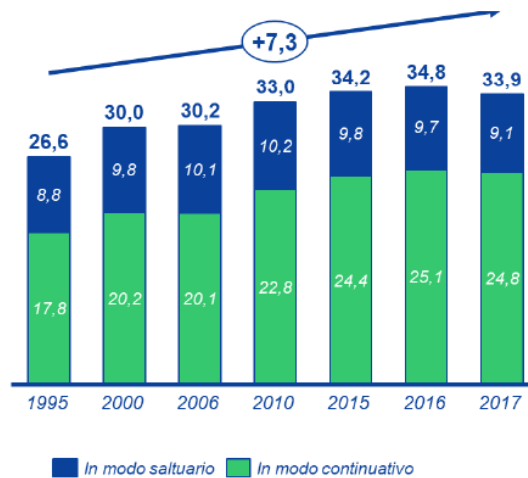


Figura 1.4 Percentuale di persone che praticano sport in Italia in modo saltuario, continuativo e aggregato.

Il numero dei praticanti è aumentato dal 2013 al 2016 indistintamente dall'età. Nelle fasce più giovani si registrano incrementi superiori al 5%, specialmente nella fascia 18-19 si nota un aumento del 7,1% (Figura 1.5).

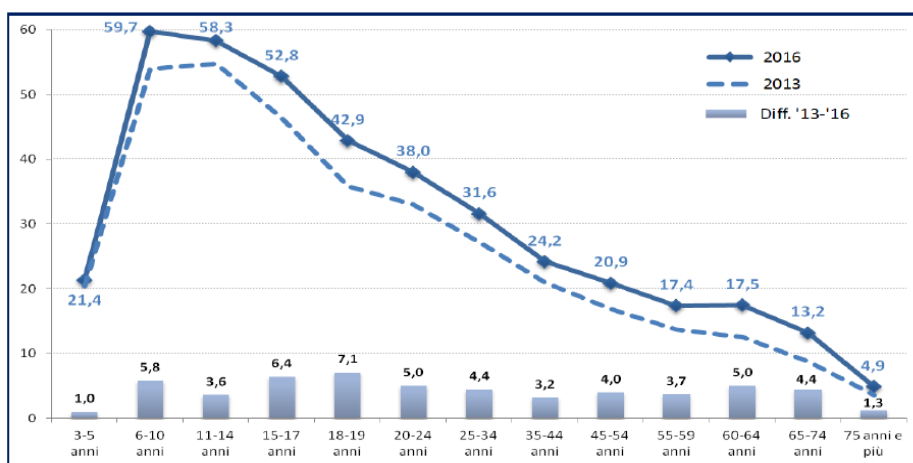


Figura 1.5 Percentuale di persone che praticano sport per fasce d'età, 2013 e 2016 (elaborazioni del Centro Studi del CONI su dati Istat).

In media le percentuali di donne e uomini che praticano sport sono 20,8% e 29,7%, nella Figura 1.6 sono mostrate anche le percentuali tenendo conto dell'età, il divario di genere continua ad esserci, il suo massimo è raggiunto nella fascia 18-19 con 22,9 punti percentuali.

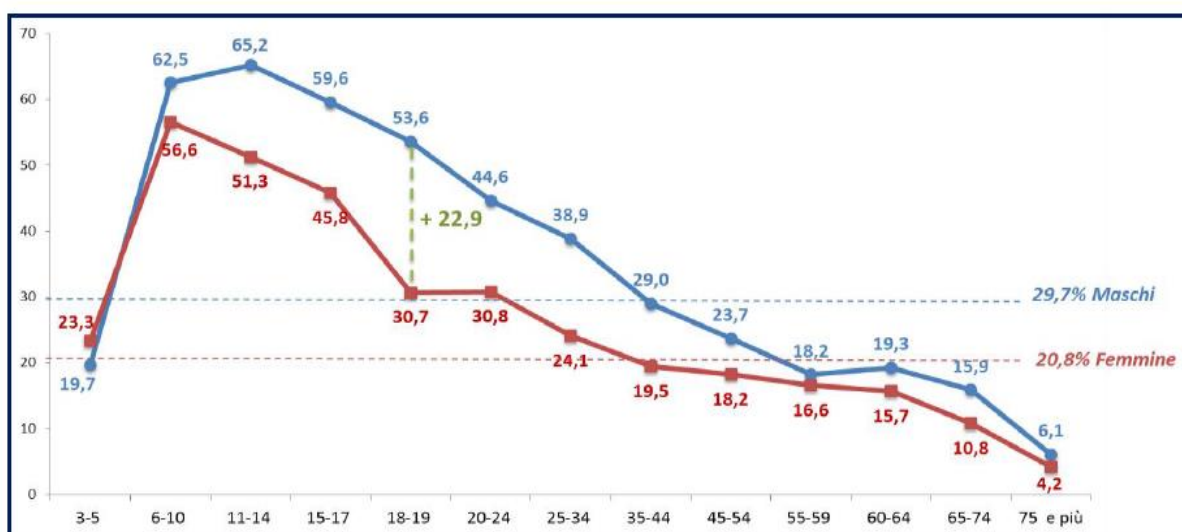


Figura 1.6 Percentuale di persone che praticano sport per genere nel 2016 (elaborazioni del Centro Studi del CONI su dati Istat).

Da studi Istat 2015 si evince che la pratica sportiva anche in Italia come in EU cresce al crescere del livello di istruzione infatti praticano sport il 51,4% dei laureati, il 36,8% dei

diplomati, il 21,2% di chi ha un diploma di scuola media inferiore e solo il 7,3% dei rimanenti. Fra gli sport più praticati ci sono ginnastica, aerobica, fitness e cultura fisica (25,2% degli sportivi, pari a 5,097 milioni di persone), il calcio (23%, 4,642 milioni di persone) e gli sport acquatici (21,1%, 4,265 milioni di persone).

A livello territoriale la pratica sportiva è più diffusa nel Nord-Est (30,5%) e nel Nord-Ovest (29%) rispetto al resto del Paese. Nelle regioni del Centro Italia la quota di popolazione che pratica attività sportiva è pari a 27,3% mentre al Sud e nelle Isole è, rispettivamente, di 17,5% e 18,9%.

1.2.2 ARTICOLI SPORTIVI

La Figura 1.7 (anche questa proveniente dal Comitato Leonardo) mostra la visione più dall'alto mettendo insieme sia imprese che si occupano di servizi in ambito sportivo e sia quelle che producono e vendono articoli sportivi, in totale in Italia operano 39 mila imprese che hanno generato una produzione di 17,5 miliardi di euro nel 2018 e danno lavoro a 118 mila addetti. Il settore del commercio (18414 imprese) prende quasi la metà del mercato e il 47,2% degli occupati. Il settore manifatturiero, con sole 2342 imprese, detiene la seconda fetta più grossa (30,1% della produzione) e il 16 % degli addetti; e in fine ci sono 18542 fornitori di servizi che hanno una quota di mercato di poco superiore al 21% ma posseggono quasi il 37% degli occupati.



Fonte: elaborazioni su dati ISTAT, associazioni di categoria, archivio imprese Prometeia

Figura 1.7 I numeri economici del settore in Italia nel 2018.

2 ANALISI ECONOMICO-FINANZIARIA

2.1 STATISTICHE INIZIALI

I dati su cui si baseranno tutte le analisi di questo capitolo sono stati estratti dal database Aida il 23 marzo 2020 con le seguenti impostazioni di ricerca:

- 1) ATECO: 46494 - Commercio all'ingrosso di articoli sportivi (incluse le biciclette), 47641 - Commercio al dettaglio di articoli sportivi, biciclette e articoli per il tempo libero.
- 2) ATECO: 46693 - Commercio all'ingrosso di apparecchiature per parrucchieri, palestre, solarium e centri estetici, 8551 - Corsi sportivi e ricreativi, 9312 - Attività di club sportivi, 9313 - Palestre, 9319 - Altre attività sportive.
- 3) Classificazione attività (ATECO 2007), Descrizione settore, Oggetto sociale, Overview (English text) (tutte le sezioni): AnyWords ("wellness", "fitness", "palestra", "palestre").
- 4) TOT. VAL. DELLA PRODUZIONE (migl EUR): 2018, 2017, 2016, 2015, 2014, 2013, 2012, 2011, 2010, 2009, per almeno uno degli anni selezionati, min=10.

Il risultato è stato una lista di 8128 imprese con bilanci presenti almeno una volta nell'intervallo temporale che va dal 2009 al 2018. In questo intervallo alcune potrebbero essere nate, morte o in liquidazione, quindi la prima cosa fatta è stata quella di capire quante imprese veramente ci sono in ogni anno e questo lo si è fatto considerando solo quelle che avevano il valore del Totale Attivo disponibile e maggiore di mille euro. In realtà è opportuno effettuare un'ulteriore restrizione cioè tra quelle con Attivo rilevante scegliere solo quelle con Valore della Produzione, Patrimonio netto e Capitale sociale maggiori di zero; solo in questo modo si potranno calcolare i principali indici di bilancio in modo ragionevole.

Una scrematura sarà fatta anche sugli anni, la finestra temporale più affidabile è quella costituita dagli ultimi cinque anni disponibili in quanto, come mostrato in Figura 2.1, il numero delle imprese considerando i vincoli è maggiore negli ultimi anni in termini assoluti e relativi; si arriva nell'ultimo anno ad una percentuale di imprese considerate del 83,82%.

Da questo punto in poi il campione utilizzato sarà quello di imprese con dati che rispettano i vincoli precedenti e vanno dal 2014 al 2018 (Tabella 2.1).

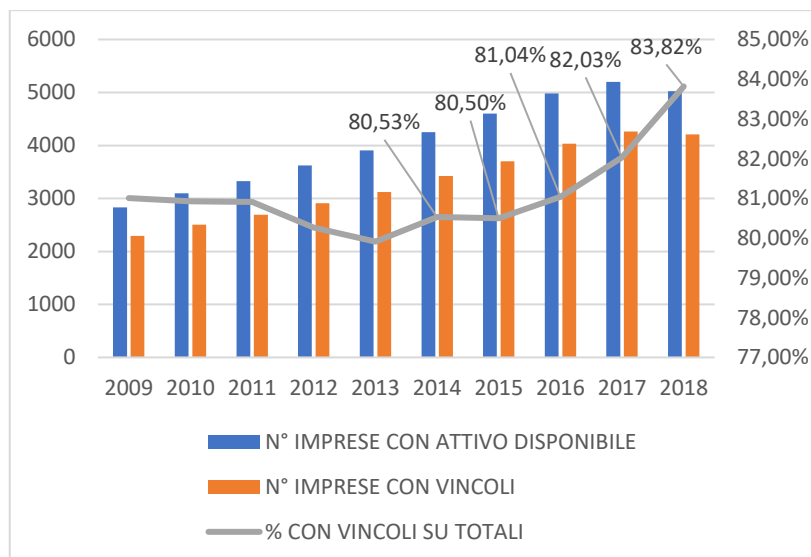


Figura 2.1 Numero imprese totali, con vincoli e rapporto nel tempo.

Tabella 2.1 Numero imprese considerate per anno dal 2014 al 2018.

ANNO	N° IMPRESE
2014	3425
2015	3703
2016	4035
2017	4263
2018	4211

Le informazioni disponibili sul database di partenza permettono di sapere per ogni impresa a quale ATECO appartiene (ATtività ECONomica: è un codice numerico che indica il settore economico in cui lavora l'azienda), in quale regione si trova la sede legale e che forma giuridica ha. Per quanto riguarda il settore (ATECO) le imprese saranno raggruppate in quattro macro settori considerando solo le prime due cifre del rispettivo ATECO (commercio all'ingrosso di articoli sportivi=46, commercio al dettaglio di articoli sportivi=47, corsi sportivi=85, attività di club sportivi=93); le regioni saranno raggruppate in aree geografiche: Nord-Ovest (Valle d'Aosta, Piemonte, Lombardia e Liguria), Nord-Est (Emilia-Romagna, Trentino Alto Adige, Veneto, Friuli Venezia Giulia), Centro (Toscana, Marche, Lazio, Umbria), Sud (Campania, Abruzzo, Basilicata, Molise, Puglia, Calabria) e Isole; le forme giuridiche saranno raggruppate in società di persona, S.R.L., S.P.A., società cooperative e altre forme.

In questa parte iniziale l'elaborato si limita ad un semplice conteggio delle imprese operanti per settore, area e forma giuridica nel tempo. Come si può vedere nelle Figure 2.2a, 2.3a e 2.4 da tutti i punti di vista analizzati il trend è crescente negli anni, nello specifico: il settore più popolato e con una crescita maggiore è quello delle attività di club sportivi (93), con 1803 imprese nel 2014 fino a 2425 nel 2018; il Nord-Ovest è l'area con più imprese (1405 nel 2018); il dato più netto che emerge subito è che oltre il 96% delle imprese in tutti gli anni presenta una forma giuridica del tipo S.R.L. Nelle figure 2.2b e 2.3b ci sono gli stessi dati visti però con un'ottica diversa cioè in ogni anno è possibile vedere in percentuale quante imprese ci sono per ogni settore (oltre il 50% sono attività di club sportivi) e per ogni area (oltre il 30% sono del Nord-Ovest).

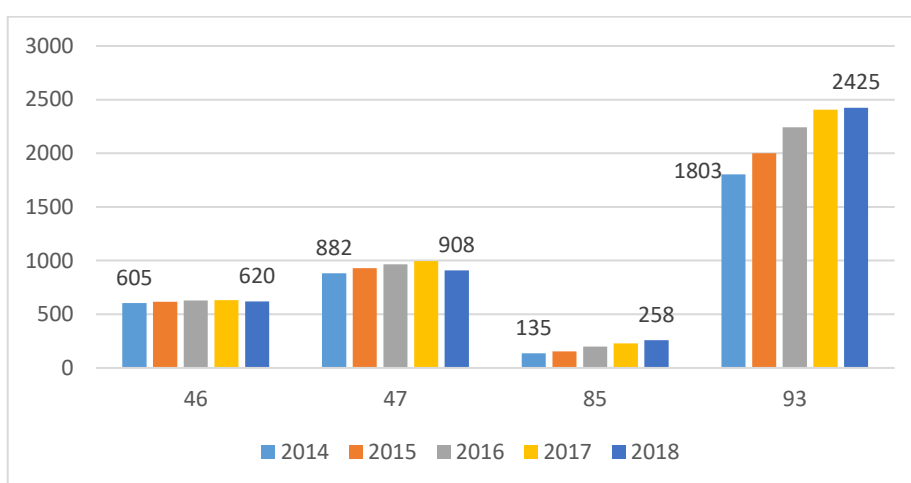


Figura 2.2a Numero imprese per ATECO nel tempo.

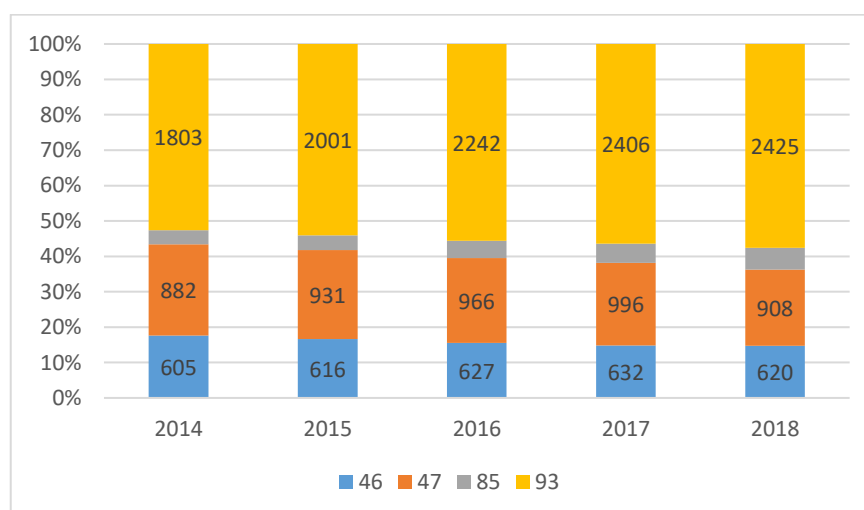


Figura 2.2b Quantità di imprese per settore in valori assoluti su scala percentuale nel tempo.

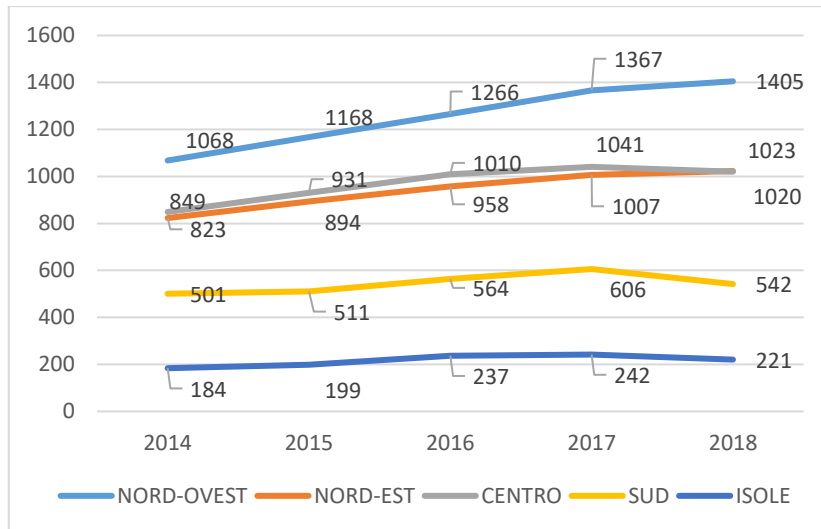


Figura 2.3a Numero imprese per area geografica nel tempo.

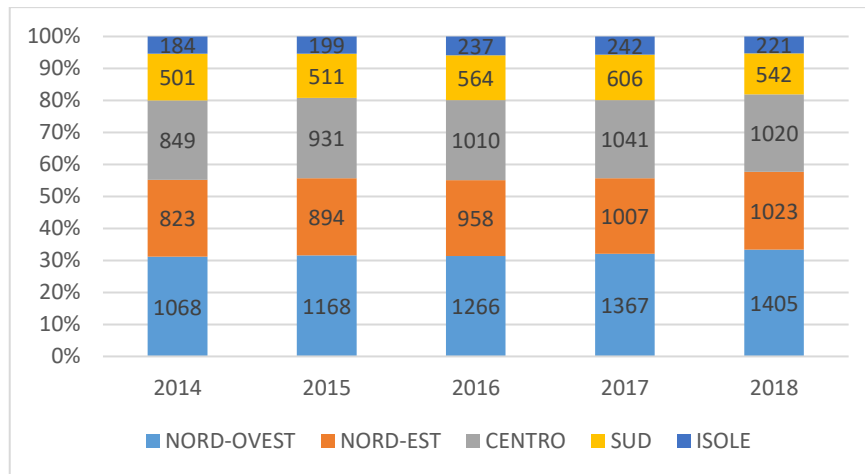


Figura 2.3b Quantità di imprese per area su scala percentuale.

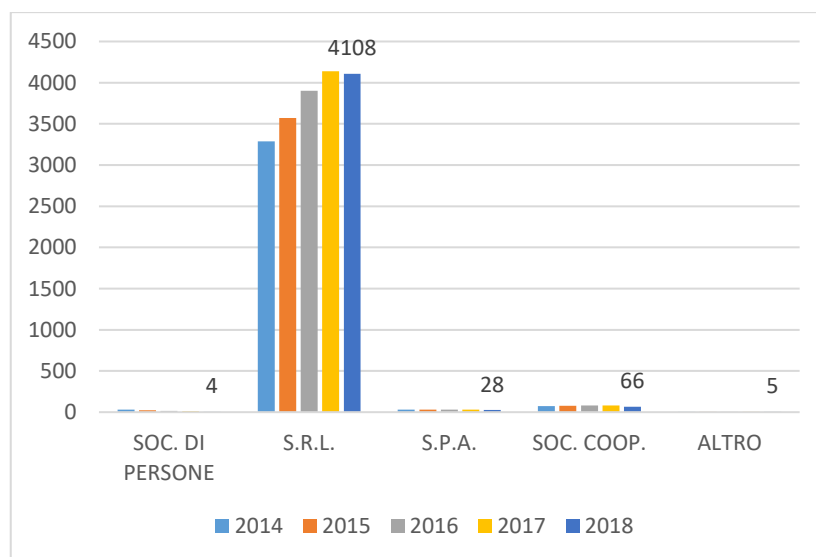


Figura 2.4 Numero imprese per forma giuridica nel tempo.

2.2 ANALISI DEI RICAVI

La prima analisi economica è sui ricavi delle imprese, per ricavi si intendono ricavi lordi cioè fatturato netto più un eventuale variazione di magazzino, quindi da questo punto in poi i termini come fatturato, ricavi o produzione lorda vorranno significare tutti la stessa cosa e cioè il Valore totale della produzione.

La produzione lorda totale ha una crescita modesta negli anni considerati, vale circa 6,19 miliardi di euro nel 2018 (+19% rispetto al 2014) con un picco di 6,44 miliardi nel 2017. Anche il numero delle imprese è cresciuto in questo intervallo di tempo ma è cresciuto quasi del 23%, questo fa dedurre che il fatturato medio (fatturato totale/N° imprese) sia invece sceso, infatti ha mostrato una riduzione di circa il 3% dal 2014 al 2018. Gli andamenti appena spiegati sono visibili nella Figura 2.5.

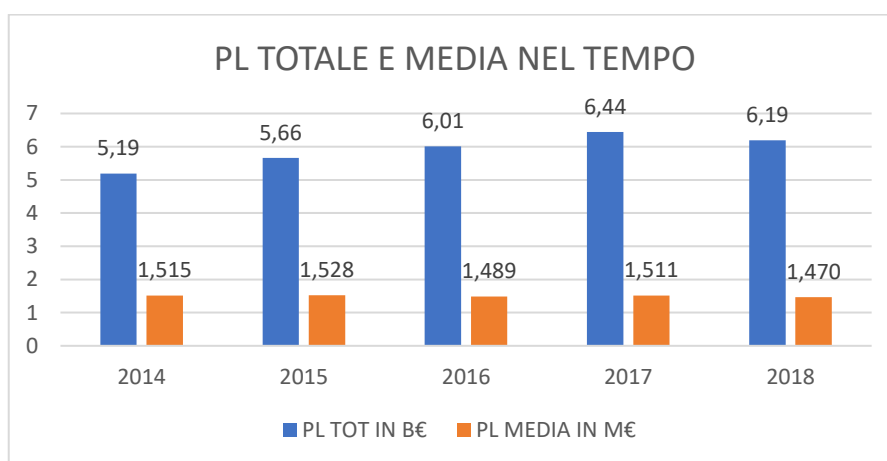


Figura 2.5 PL totale in miliardi di euro e PL media in milioni di euro.

Questi dati essendo aggregati nascondono altre informazioni che si possono estrapolare tenendo conto anche di altre dimensioni già viste in precedenza: settore di appartenenza, area geografica e tipo giuridico delle imprese.

La distinzione più importante da fare è quella tra settori in quanto potrebbe essere un errore tenere insieme imprese che provengono da settori diversi, che si basano su dei modi diversi di creare valore. Gli andamenti in linea generale seguono comunque i dati aggregati, ma si può notare che il volume d'affari del commercio di articoli sportivi all'ingrosso e al dettaglio è maggiore rispetto a quello delle attività sportive, hanno avuto rispettivamente circa il 45% e il 40% del mercato totale, le relazioni tra questi settori sono mostrati in Figura 2.6. I dati assoluti espressi in miliardi di euro sono presenti nella Figura 2.7, nel 2018 il settore della

vendita di articoli sportivi all'ingrosso ha avuto una produzione lorda di quasi 2,7 miliardi di euro dopo una crescita costante nel tempo.

La Figura 2.8, che tiene conto anche della numerosità dei settori, conferma ulteriormente che le imprese che si occupano di articoli sportivi fatturano di più rispetto alle attività sportive. La Figura 2.9 mette in risalto la crescita percentuale che hanno avuto rispetto al 2014 e si vede che tutti crescono in modo costante a parte il commercio al dettaglio che nell'ultimo anno scende, il settore dei corsi sportivi e ricreativi è quello che è cresciuto di più con un +62,2% nel 2018 rispetto al 2014, rilevante anche la crescita dei club sportivi che segnano un +51,2%.

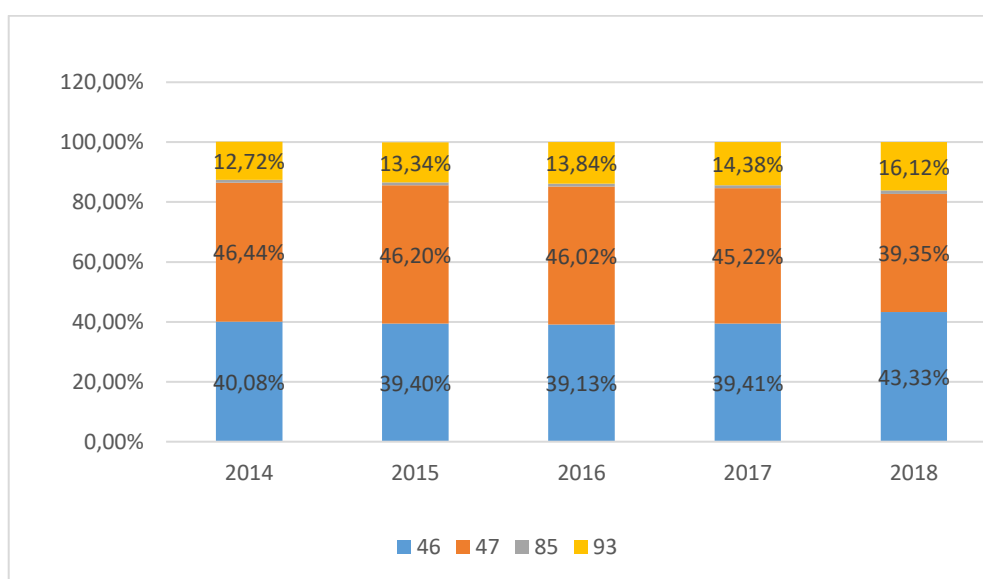


Figura 2.6 Quote di mercato dei settori analizzati dal 2014 al 2018.

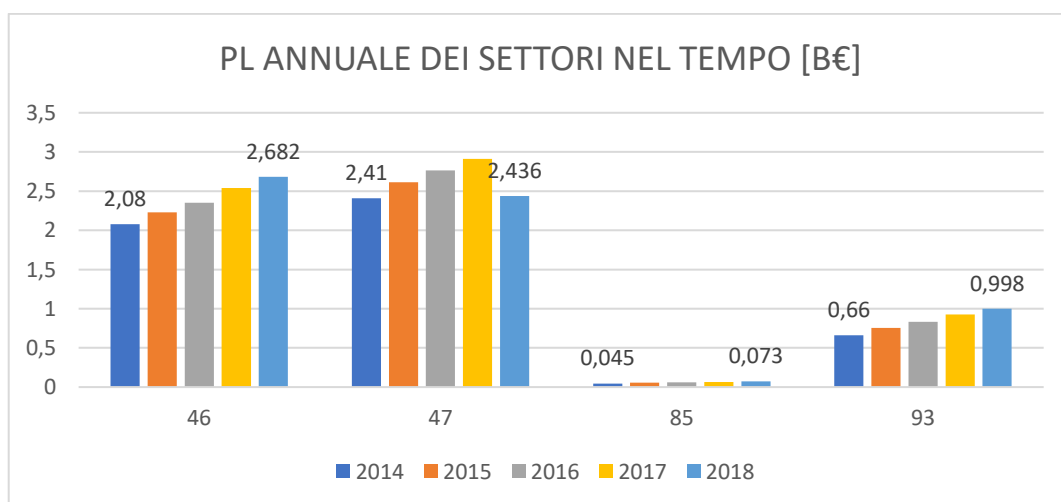


Figura 2.7 Fatturato lordo in miliardi di euro per settore negli anni.

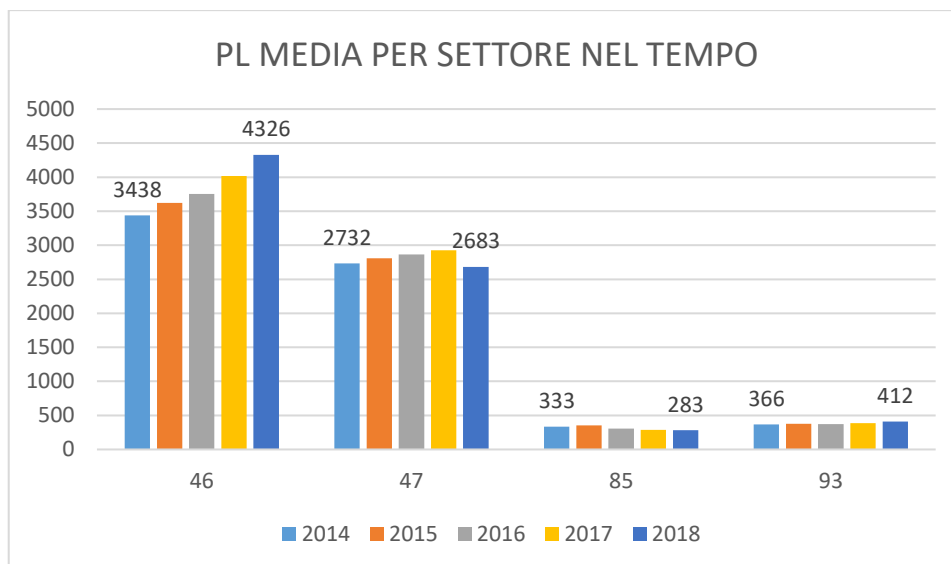


Figura 2.8 Fatturato medio per settore nel tempo [K€].

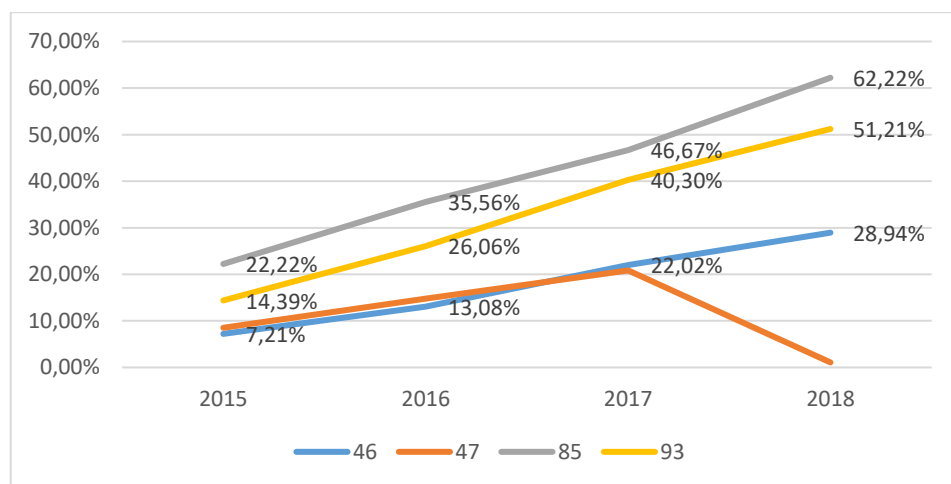


Figura 2.9 Variazioni percentuali del fatturato dei settori rispetto al 2014 nel tempo.

Guardando i dati dal punto di vista geografico la fetta di mercato più grande (61,45% nel 2018) è di proprietà del Nord-ovest (Figura 2.10) che inoltre è l'unica area ad aver visto una crescita notevole del fatturato dal 2014 al 2018 (32,6%), come è possibile notare dalla Figura 2.11 le altre aree sono nettamente al di sotto e non crescono nel tempo.

Come si può vedere nella Figura 2.12 in tutti gli anni le S.R.L. ed S.P.A sono le forme giuridiche che fatturano di più, soprattutto le prime che hanno una produzione lorda circa il doppio delle seconde e sono le uniche ad essere cresciute (+29,3%), da notare però che questo è dovuto all'aumento del numero delle società a responsabilità limitata. La situazione nel 2018 mostra che il 72,84% delle vendite sono delle S.R.L. e il 26,83% delle S.P.A., le altre forme giuridiche hanno una quota di mercato praticamente trascurabile.

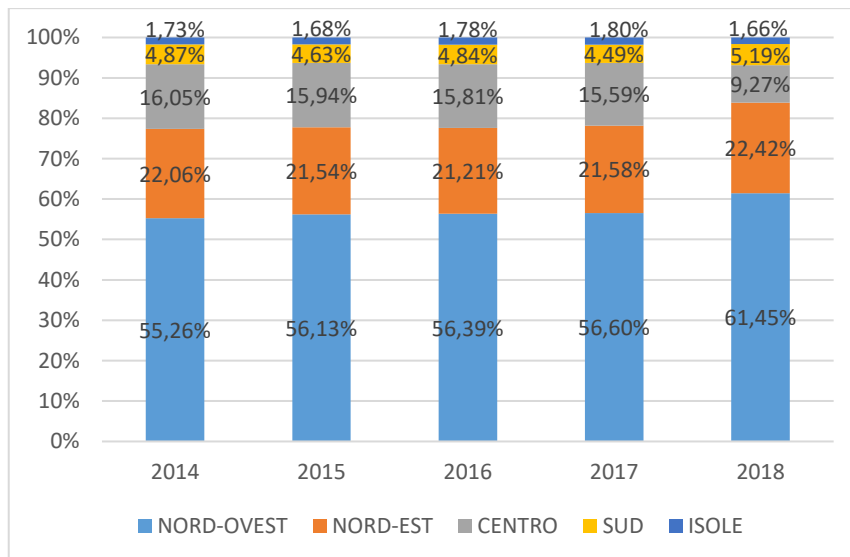


Figura 2.10 Quote di mercato delle aree geografiche dal 2014 al 2018.

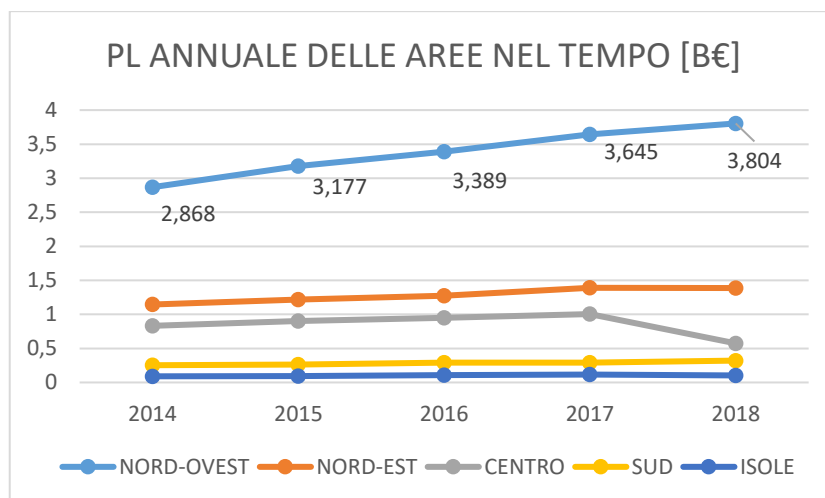


Figura 2.11 Fatturato delle aree nel tempo in miliardi di euro.

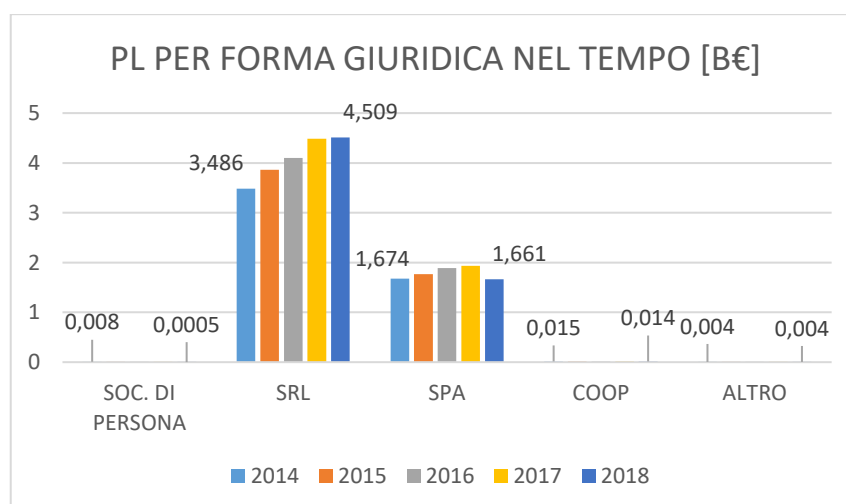


Figura 2.12 Andamento del volume d'affari per forma giuridica in miliardi di euro.

La Tabella 2.2 mostra per ogni settore (codice ATECO e breve descrizione) le cinque imprese con fatturato maggiore nel 2018 e rispettiva regione, fatturato e quota di mercato calcolata come rapporto tra il proprio fatturato e il fatturato totale del settore (anch'esso riportato); sommando le quote di mercato di queste imprese si ottiene anche la quota cumulata. Il settore più concentrato è quello del commercio di articoli sportivi al dettaglio in cui le prime cinque imprese hanno quasi il 66% delle quote di mercato, poi viene il settore del commercio di articoli sportivi all'ingrosso che è mediamente concentrato con una quota di mercato di quasi il 40% appartenente alle prime cinque, i settori che si occupano di servizi sono meno concentrati infatti le imprese più grandi hanno poco più del 20%. Si nota inoltre che le imprese considerate in tabella sono tutte società di capitali di cui gran parte a socio unico; tutte tranne una hanno sede legale nel Nord Italia, in particolare nella Lombardia.

Tabella 2.2 Imprese con fatturato maggiore per ogni settore nel 2018.

ATECO	DESCRIZIONE SETTORE	NOME IMPRESA	REGIONE	FATTURATO IN K€	QUOTA
46	COMMERCIO ALL'INGROSSO DI ARTICOLI SPORTIVI	ADIDAS ITALY S.P.A.	Lombardia	522948	19,50%
		INTERSPORT ITALIA S.P.A.	Emilia-Romagna	206961	7,72%
		BASICITALIA S.P.A.	Piemonte	152654	5,69%
		PUMA ITALIA S.R.L.	Lombardia	94839	3,54%
		MACRON S.P.A.	Emilia-Romagna	91603	3,42%
		TOTALE PRIME 5		1069004	39,86%
		TOTALE SETTORE		2682000	
47	COMMERCIO AL DETTAGLIO DI ARTICOLI SPORTIVI	DECATHLON ITALIA S.R.L.	Lombardia	1328717	54,55%
		AUTOARONA S.P.A.	Piemonte	90656	3,72%
		DF SPORT SPECIALIST S.P.A.	Lombardia	81925	3,36%
		GAME 7 ATHLETICS S.R.L.	Emilia-Romagna	56098	2,30%
		MAXI SPORT MERATE S.R.L.	Lombardia	47654	1,96%
		TOTALE PRIME 5		1605050	65,89%
		TOTALE SETTORE		2436000	
85	CORSI SPORTIVI E RICREATIVI	EQUIPE SPORTIVA-SRL	Emilia-Romagna	4091	5,60%
		RARI NANTES TORINO S.R.L.	Piemonte	3485	4,77%
		MAGE S.R.L.	Lombardia	2614	3,58%
		CSRGRANDA SOCIETA' S.R.L.	Piemonte	2349	3,22%
		PLANET FITNESS ITALIA S.R.L.	Lombardia	2335	3,20%
		TOTALE PRIME 5		14874	20,38%
		TOTALE SETTORE		73000	
93	CLUB SPORTIVI	VIRGIN ACTIVE ITALIA S.P.A.	Lombardia	128029	12,83%
		MCFIT ITALIA S.R.L.	Trentino-Alto Adige	27087	2,71%
		DELFINO PESCARA 1936 S.P.A.	Abruzzo	24501	2,46%
		SPORTITALIA S.R.L.	Lombardia	22670	2,27%
		CLUB MILANO CITY S.R.L.	Lombardia	13878	1,39%
		TOTALE PRIME 5		216165	21,66%
		TOTALE SETTORE		998000	

Come si può vedere dalla Figura 2.13 questa situazione era invariata anche negli anni precedenti: le leader del commercio all'ingrosso hanno sempre avuto il 40%, per quanto riguarda il commercio al dettaglio i valori sono intorno al 67% circa, i fornitori di servizi sportivi hanno iniziato con il 25% per poi scendere vicino al 21%.

L'ultimo modo di analizzare i ricavi è quello di rapportarli al valore totale dell'attivo e quindi calcolare un indice di rotazione del capitale investito totale, in Figura 2.14 ci sono i trend dei turnover medi di ogni settore, questi dati mostrano in primis che le imprese che si occupano di servizi sono superiori a quelle che vendono prodotti; comunque tutte le curve sono abbastanza costanti, solo la curva del settore 85 presenta un lieve rumore ma rimane vicino al valore 2,5; in media il settore 93 ha un fatturato doppio rispetto al suo attivo; invece i settori 46 e 47 hanno in media il fatturato di dimensione 1,3 volte rispetto all'attivo.

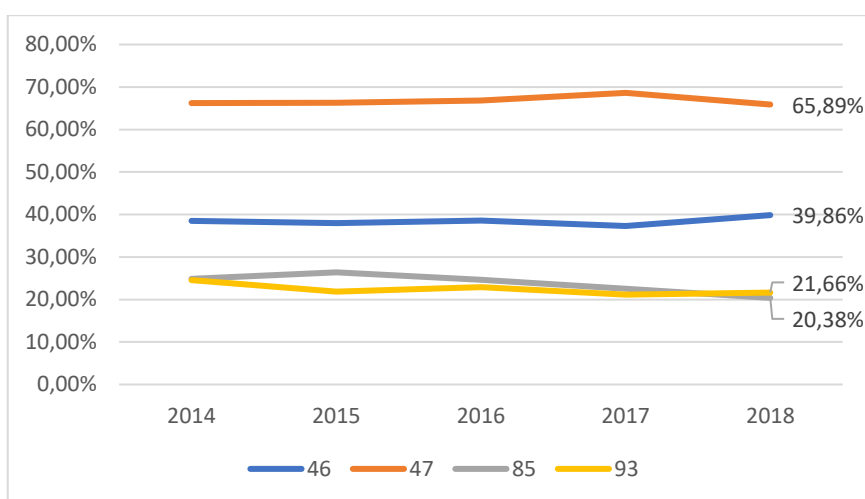


Figura 2.13 Trend della quota di mercato delle prime cinque imprese leader in ogni settore.

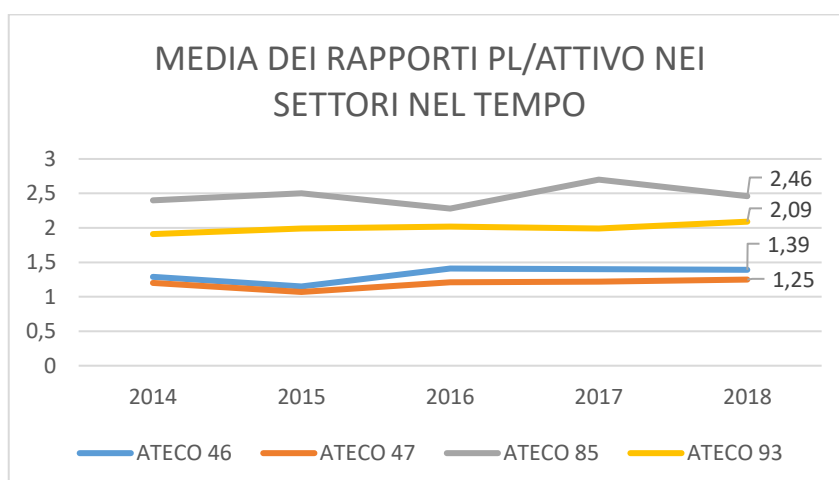


Figura 2.14 Turnover medi dei settori nel tempo.

2.3 ANALISI DELL'ATTIVO

Nel 2018 il valore degli asset in media è stato 948 K€, questo dato è “pompato” dalla presenza di pochissime imprese che hanno un attivo molto superiore rispetto a quelle più piccole infatti la mediana risulta essere solo 142 K€. Guardando ancora solo i dati dell'ultimo anno e in aggregato le imprese con attivo maggiore sono sempre le “solite”: Decathlon Italia S.R.L. con 412640 K€, Adidas Italy S.P.A. con 133208 K€ e Virgin Active Italia S.P.A. con 126431 K€.

Dopo questa breve introduzione è utile scomporre i dati per settore, negli anni e capire di quanto è composto l'attivo tra immobilizzazioni immateriali e materiali. Nella Figura 2.15 si può vedere come la frazione di immobilizzazioni intangibili rimane costante per tutti i settori che si assestano intorno al 15% per quanto riguarda 85 e 93 e poco al di sotto del 5% si trovano i venditori di articoli sportivi. Le immobilizzazioni intangibili sono sinonimo di innovazione, quindi è utile tenere traccia di quanta parte degli asset è investita in questo modo per capire quanto sono innovativi questi settori.

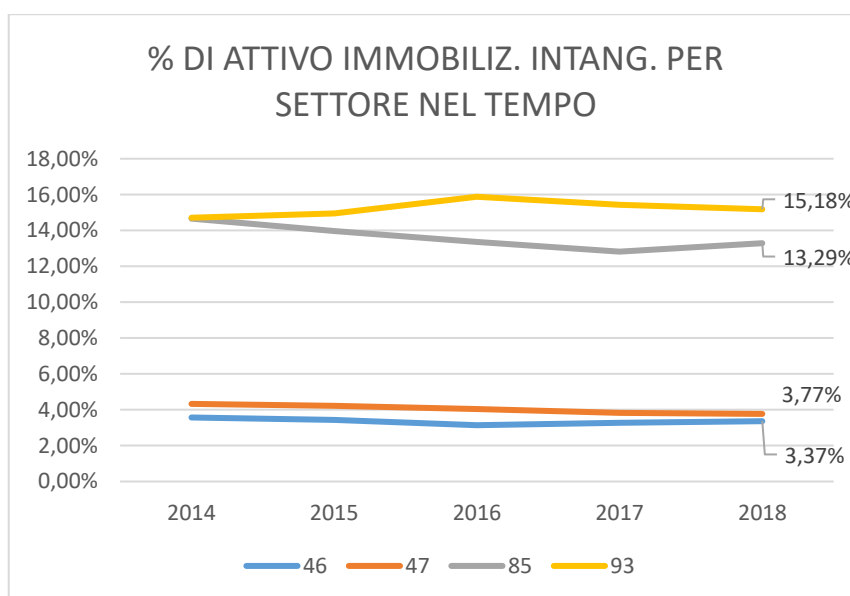


Figura 2.15 Valori medi delle frazioni di intangibles su attivo per settore nel tempo.

Nella Figura 2.16 invece sono rappresentate le frazioni di asset immateriali delle imprese più grandi per ogni settore. Hanno tutte un andamento piatto tranne Virgin che parte da 45% scende in modo costante al 22%, ma comunque rimane sempre sopra le altre e sopra la media del suo settore; Decathlon si mantiene a circa 5 punti percentuali sopra la media del suo settore e chiude il 2018 con le immobilizzazioni immateriali che sono il 9% dell'asset totale; Equipe e Adidas sono invece nettamente sotto le rispettive medie.

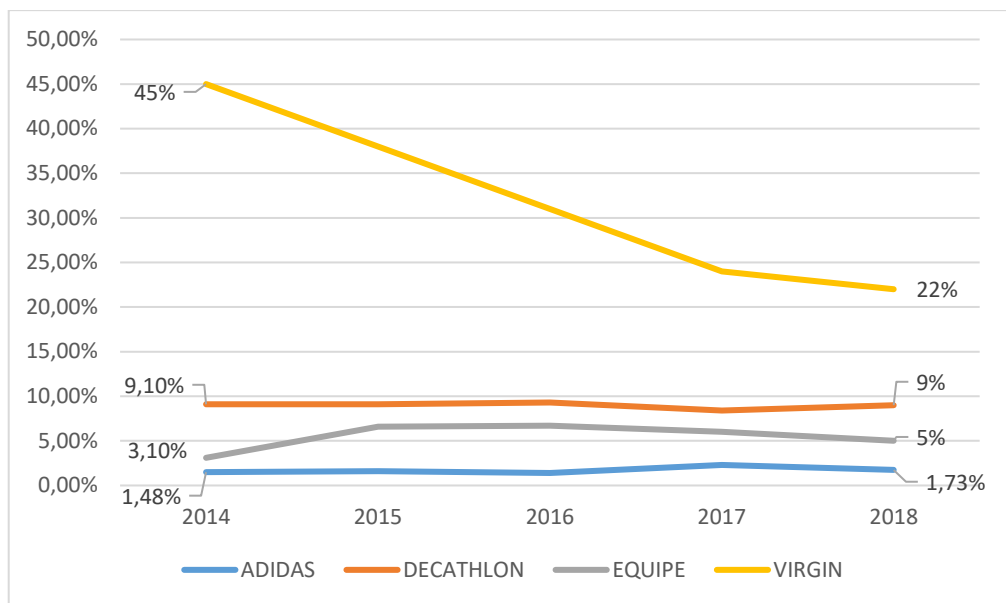


Figura 2.16 Trend delle frazioni di intangibles delle leader per settore nel tempo.

La Figura 2.17, che indica invece le frazioni di immobilizzazioni materiali, presenta alcune differenze: le percentuali sono raddoppiate rispetto alle intangibili, il settore 85 presenta un lieve rumore intorno alla media del 23% e i valori del settore 93 seppur rimanendo sopra gli altri sono soggetti ad una piccolissima discesa dal 30% nel 2014 al 28% nel 2018.

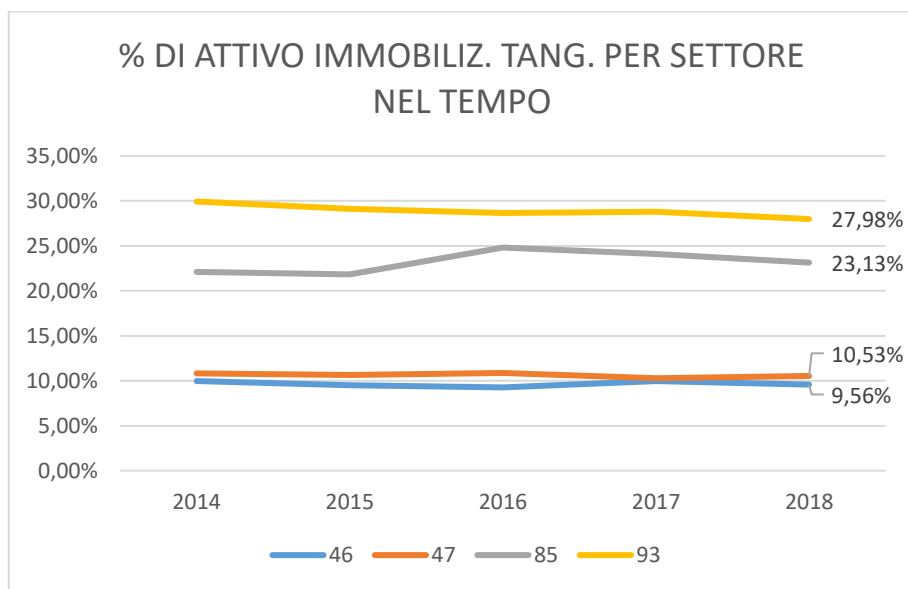


Figura 2.17 Valori medi delle frazioni di tangibles su attivo per settore nel tempo.

2.4 ANALISI DELLA REDDITIVITÀ

Gli indici di redditività studiati inizialmente sono il Return on Sales (ROS) e il Return on Asset (ROA). Il primo è calcolato come rapporto tra EBITDA e produzione lorda, quindi indica quanto è redditiva la produzione a livello operativo lordo; il ROA, calcolato come EBIT su totale attivo, spiega quanto reddito operativo netto genera il totale attivo.

Anche in questo caso è necessario distinguere i vari settori considerati. Nella Figura 2.18 è possibile vedere l'andamento delle medie dei ROS, la situazione è abbastanza caotica, il settore 46 si trova quasi sempre sotto tutti gli altri ed è l'unico negativo nel 2018 (-5,07%), il settore 47 è quello più stabile e chiude con 1,12%, gli altri due settori si intrecciano e finiscono con un rialzo a 7,27% per il settore 93 e 9,62% per l'85.

I ROA presentano una situazione diversa in quanto sono tutti maggiori di zero: il settore al di sotto di tutti è il 47; il 93 è quello più stabile e si muove intorno al 4%; il settore 46 ha avuto la crescita maggiore dal 2014 al 2018 (+2,22%); l'85 è oltre l'8% negli estremi e ha visto una caduta negli anni centrali in cui in media gira intorno al 5% (Figura 2.19).

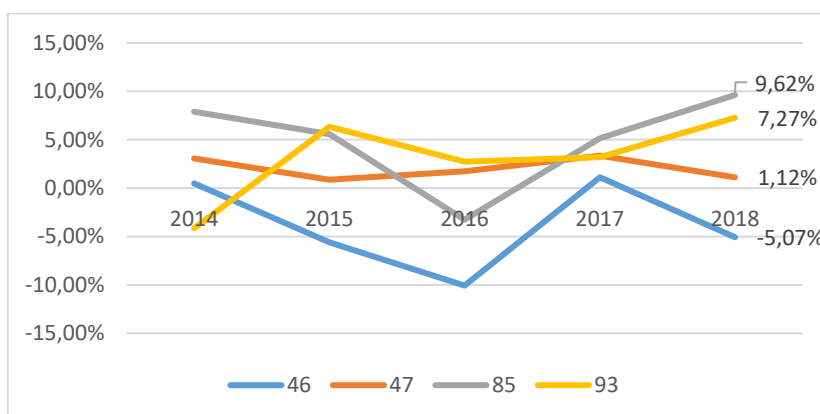


Figura 2.18 Trend dei ROS medi per settore.

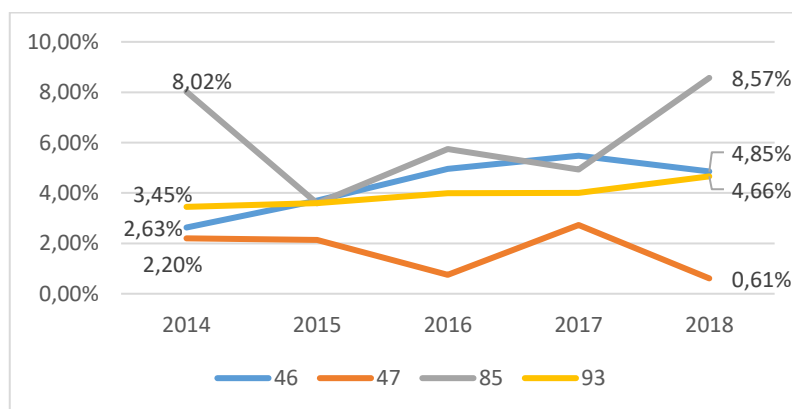


Figura 2.19 Trend dei ROA medi per settore.

Si è notato che in linea generale i settori che si occupano di servizi hanno una redditività più alta rispetto alle industrie che vendono prodotti sportivi.

La Tabella 2.3 mostra le redditività delle imprese con fatturato più alto nel 2018 (già viste in precedenza). Si evince che la maggior parte degli indici sono sopra la media, ma Equipe è al di sotto per entrambi gli indici e Virgin è sopra la media per quanto riguarda il ROS invece il suo ROA è addirittura negativo.

Tabella 2.3 Indici di redditività dei leader di settore nel 2018.

SOCIETÀ	SETTORE	ROS	ROS MEDIO	ROA	ROA MEDIO
ADIDAS	46	4,23%	-5,07%	11,47%	4,85%
DECATHLON	47	4,56%	1,12%	9,39%	0,61%
EQUIPE	85	2,87%	9,62%	5,91%	8,57%
VIRGIN	93	8,51%	7,27%	-4,78%	4,66%

Un altro indice di redditività è il ROE (Return on Equity), calcolato come il rapporto tra utile e patrimonio netto, misura la redditività del capitale proprio. Per questo indice sono state fatte alcune importanti considerazioni: dato che un numero elevato di imprese aveva un utile negativo e anche le medie dei settori erano molto negative è stato considerato ragionevole calcolare la media per ogni anno e per ogni settore escludendo il primo e il novantanovesimo percentile. Il risultato è esposto in Figura 2.20: anche se la maggior parte dei valori risulta negativo a causa delle molte imprese con utile in perdita l'andamento generale è crescente negli anni considerati, i settori di vendita all'ingrosso (46) e corsi sportivi (85) si posizionano al di sopra degli altri due e chiudono rispettivamente con un ROE di 6,8% e 8,6% nel 2018; anche i settori 47 e 93 crescono ma comunque rimangono sotto lo zero anche nel loro punto più alto con -6,7% e -2,7%.

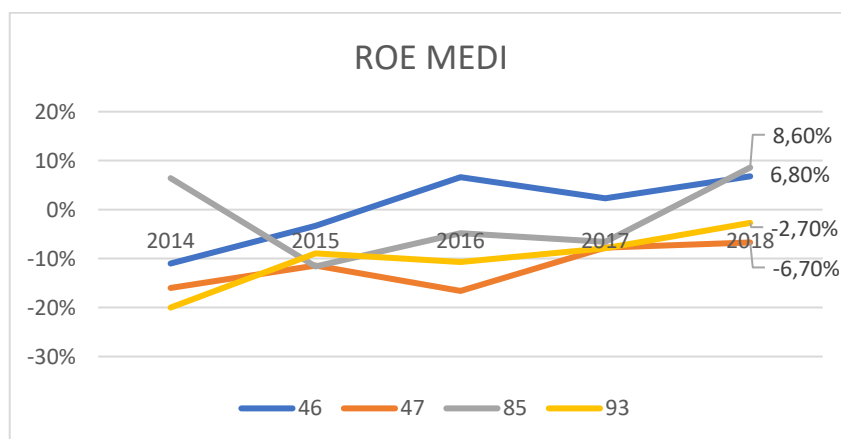


Figura 2.20 ROE medi dei settori nel tempo (esclusi primo e 99-esimo percentile).

In una seconda analisi sul ROE si è scelto di esaminare Adidas, Decathlon ed Equipe sportiva e quindi eliminare Virgin perché anche questa aveva dei valori troppo negativi che avrebbero offuscato nel grafico i trend delle altre. Quindi nella Figura 2.21 sono raffigurati i ROE di Adidas, Decathlon e Equipe dal 2014 al 2018: Adidas è l'unica ad avere un valore negativo (solo nel primo anno) poi rimane costante vicino al 20%; Decathlon rimane per i primi due anni intorno al 45 % poi scende in modo costante fino al 19% circa; Equipe, che è quella più variabile, in media è al di sopra delle altre, dopo un minimo al 35% e un massimo al 60% chiude al 40%.

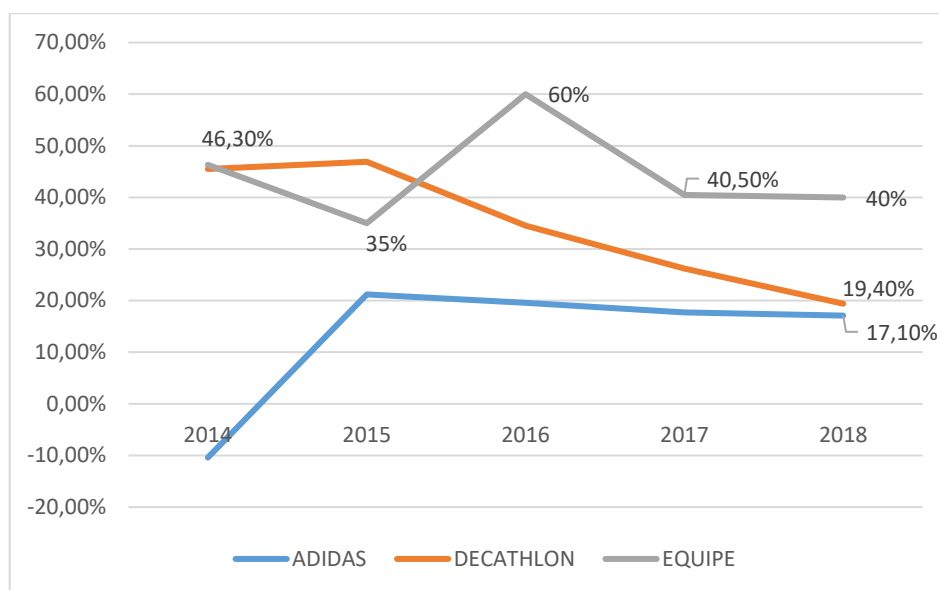


Figura 2.21 Trend dei ROE di Adidas, Decathlon ed Equipe nel tempo.

2.5 ANALISI DELLA PRODUTTIVITÀ

Per valutare la produttività di un'impresa si utilizzano due indici: il Valore Aggiunto pro-capite e il costo del lavoro pro-capite. Anche per questi indici nel caso in esame si hanno delle limitazioni, dei dati mancanti non hanno permesso di lavorare su valori medi quindi anche qui il problema è stato risolto calcolando solo gli indici delle imprese leader di ogni settore.

Il primo indice che calcolato come il valore aggiunto sul numero di dipendenti mostra appunto quanto valore aggiunto è creato da ogni lavoratore, nella Figura 2.22 è possibile vedere come Decathlon e Virgin abbiano un andamento costante vicine circa a 40 mila euro/addetto; Adidas oscilla intorno ai 100 mila euro/addetto di VA pro-capite; Equipe parte bassa, salta a circa 182 mila euro/addetto e poi riscende per rimanere intorno ai 30 mila euro/addetto.

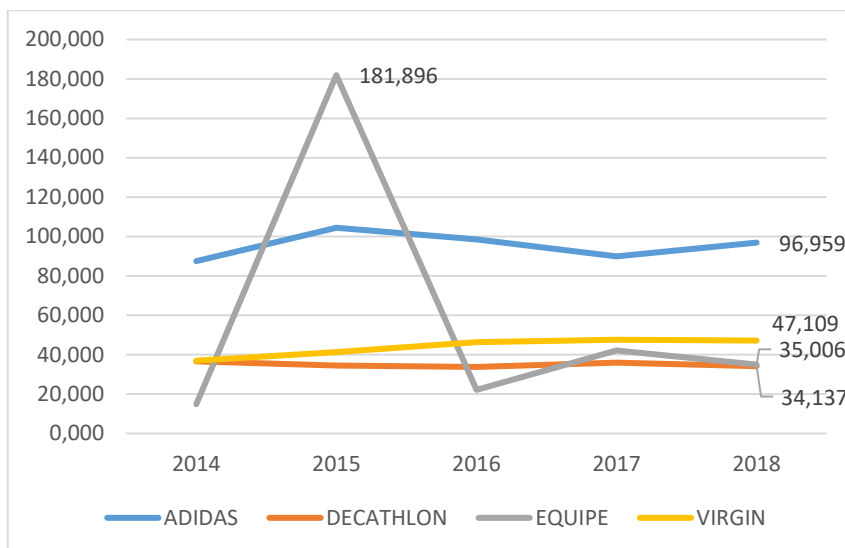


Figura 2.22 Trend del VA pro-capite delle leader (K€/addetto).

Segue un andamento molto simile anche l'altro indice, infatti il costo del lavoro pro-capite (mostrato in Figura 2.23) si assesta per Decathlon intorno ai 25 mila euro/addetto e Virgin 33 mila euro/addetto; quello di Adidas si muove sulla linea dei 60 mila ed Equipe, come per la produttività, parte bassa, salta a circa 169 mila euro/addetto e ritorna intorno ai 30 mila.

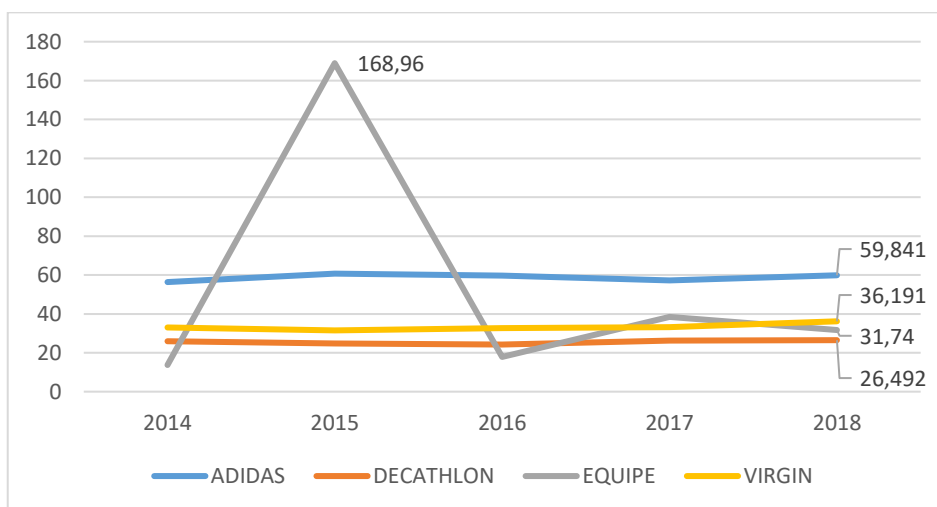


Figura 2.23 Trend del costo del lavoro pro-capite delle leader (K€/addetto).

2.6 STRUTTURA FINANZIARIA

L'indice principale per studiare la struttura finanziaria, cioè in che proporzione le imprese sono finanziate da fonti interne e fonti esterne, è la leva finanziaria. Di solito è calcolata come rapporto tra i debiti finanziari e l'equity, ma nel caso in questione sono stati considerati il totale dei debiti, anche quelli non finanziari, quindi i valori piuttosto elevati rispetto alla normalità sono dovuti a questa premessa.

In Figura 2.24 sono raffigurati i trend delle leve finanziarie medie nel tempo dei vari settori, il settore 85 è quello al di sotto di tutti tranne nell'ultimo anno in cui si posiziona in cima invece con una leva di 13,46; il settori 47 e 93 viaggiano quasi con la stessa inclinazione verso il basso (partono nel 2014 rispettivamente da 18,1 e 15,2 e arrivano a 12 e 7,3 nel 2018); la leva media del settore 46 è quella più volatile in quanto inizia in linea rispetto agli altri poi nei due anni successivi prima crolla e dopo raggiunge il massimo assoluto, negli ultimi due anni ritorna in controllo terminando nel 2018 con i debiti che sono 10,43 volte il patrimonio netto.

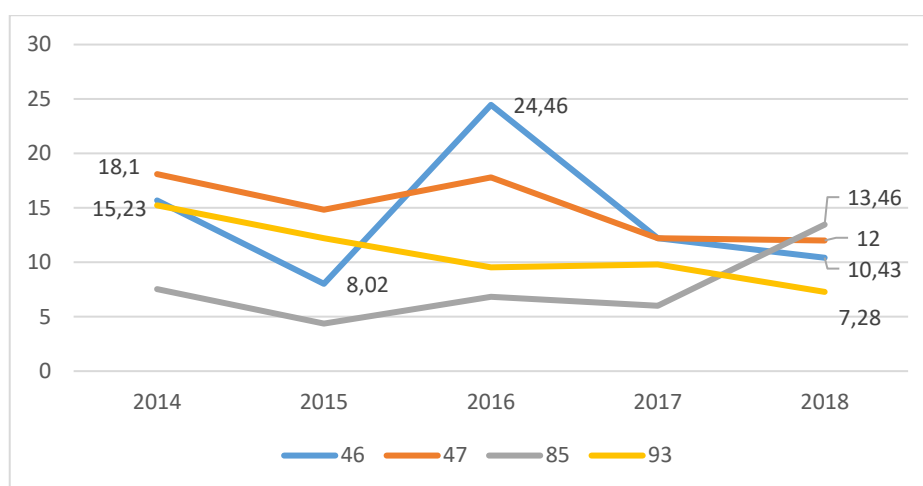


Figura 2.24 Trend delle leve finanziarie medie per settore.

Un'attenzione particolare è dovuta alle imprese maggiori di ogni settore, delle quali si possono vedere in Tabella 2.4 i valori numerici negli anni e quelli del 2018 affiancati dai valori medi, essi si mostrano nettamente superiori alle imprese considerate.

Tabella 2.4 Leve finanziarie delle leader dal 2014 al 2018 e valori medi per settore nel 2018.

	2014	2015	2016	2017	2018	MEDIA SETTORE 2018	ATECO
ADIDAS	1,32	0,97	1,13	1,13	1,21	10,43	46
DECATHLON	2,72	2,75	1,84	1,56	1,7	12	47
EQUIPE	27,9	24,65	12,49	6,96	4,08	13,46	85
VIRGIN	3,95	3,34	3,72	3,3	5,82	7,28	93

In Figura 2.25 sono raffigurati i valori delle leve ma, avendo l'impresa Equipe il valore nel 2014 di quasi 28 avrebbe offuscato gli altri dati, è stato ritenuto ragionevole escluderla per questa raffigurazione. In linea generale le società considerate sono in tutti gli anni sotto la media del proprio settore. La leva di Adidas è quella più bassa delle tre, la più costante e si aggira intorno all'unità; Decathlon parte, in modo costante, poco sotto al valore 3 poi decresce e rimane abbastanza costante chiudendo con 1,7; il valore di Virgin, sempre al di sopra degli altri, ha un rumore intorno al 3,5 poi nel 2018 salta a 5,82.

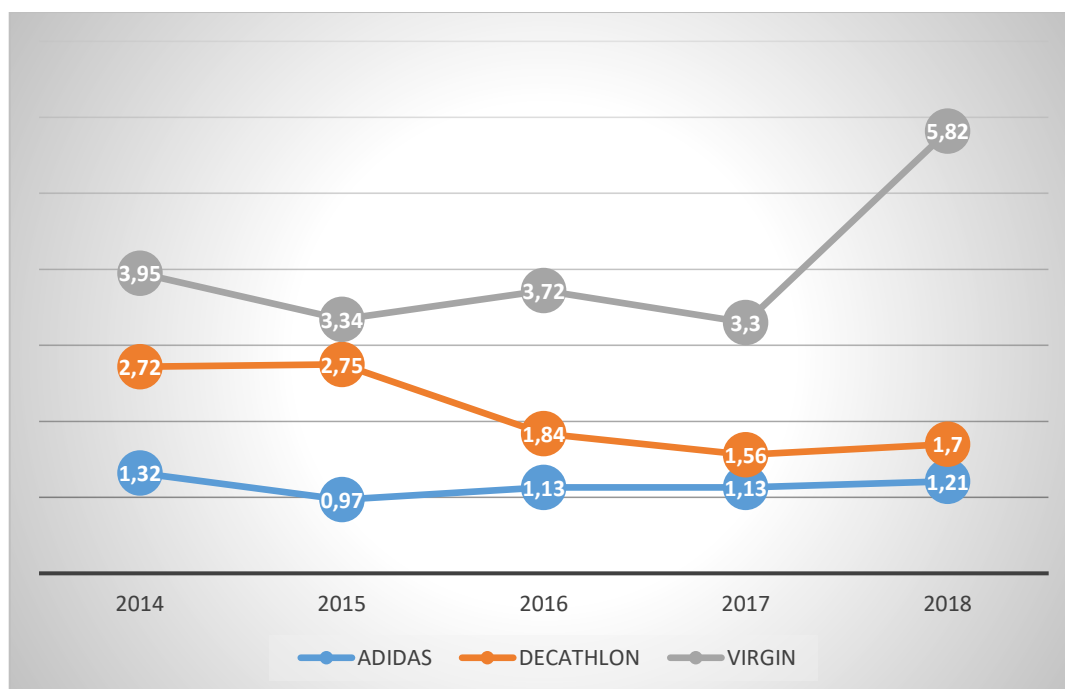


Figura 2.25 Trend delle leve finanziarie di Adidas, Decathlon e Virgin dal 2014 al 2018.

2.6 CONCLUSIONE

Le conclusioni che emergono da questa analisi sono che il settore del Fitness si sta espandendo sia dal lato della domanda (come mostrato nel primo capitolo) e sia dal lato dell'offerta come si è potuto vedere analizzando il campione di imprese. Nello specifico la maggior parte delle imprese sono club sportivi (93), il Nord-Ovest è la zona più popolata di imprese facenti parte del campione in esame, la forma giuridica più gettonata è la società a responsabilità limitata.

Il valore della produzione, che risulta crescente in tutti i settori considerati, vede il suo massimo nelle vendite all'ingrosso di articoli sportivi (46), il cui leader è Adidas; la vendita al dettaglio (47) è il settore più concentrato, le prime cinque imprese hanno avuto quasi il 66% delle quote di mercato nel 2018, e la prima di esse ha avuto il fatturato più alto di tutte le imprese del campione, cioè Decathlon.

In linea generale, analizzando ROS, ROA, le imprese che creano valore con i servizi sportivi (85 e 93) hanno una redditività superiore rispetto alle imprese che si occupano di articoli sportivi. I risultati sul ROE invece mostrano una crescita per tutti i settori, ma il commercio all'ingrosso di articoli sportivi (46) e i corsi sportivi (85) hanno avuto una redditività del capitale proprio superiore agli altri.

Per quanto riguarda la produttività tra le quattro società prese in considerazione Adidas è la migliore, genera mediamente centomila euro di Valore aggiunto per ogni lavoratore ma ha anche il costo del lavoro pro-capite più alto.

Le leve finanziarie medie sono decrescenti, tranne quelle del settore 85. Le aziende leader sono tutte al di sotto delle rispettive medie di settore in tutti gli anni considerati.

SITOGRAFIA

<https://blog.anytimefitness.it/fitness-economy-in-crescita-il-mercato-delle-palestre/>

<https://www.scienzemotorie.com/i-numeri-del-fitness-in-europa/>

<https://www.istat.it/it/archivio/204663>

<https://www.coni.it/images/1-Primo-piano-2017/CONIok2017.pdf>

<https://www.primaonline.it/2018/12/04/281759/lo-sport-in-italia-vale-17-miliardi-di-euro-e-cresce-il-ricorso-alle-sponsorizzazioni-come-forma-di-marketing/>

https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/International_trade_in_sporting_goods#The_value_of_extra-EU_trade_in_sporting_goods_in_2017

https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/de/Documents/consumer-business/EuropeActive_Deloitte_EHFMR%202019_DE.pdf

https://www.comitatoleonardo.it/wp-content/uploads/2018/12/Report_SportImprese_2018.pdf