

# Indice

<b>Prefazione di <i>Leonardo Etro</i></b>	<b>IX</b>
<b>1 Moda e lusso: quali differenze?</b>	<b>1</b>
1.1 Moda e lusso: definizione e caratteristiche	1
1.2 Il mercato di riferimento	5
1.3 Il ruolo della finanza aziendale e l'importanza degli strumenti economico-finanziari per i settori della moda e del lusso	32
1.4 L'importanza delle operazioni straordinarie	39
<b>2 L'analisi delle performance economico-finanziarie delle aziende della moda e del lusso</b>	<b>43</b>
2.1 Premessa	43
2.2 Finalità, attori, fasi	44
2.3 La riclassificazione di stato patrimoniale e conto economico: aspetti critici	49
2.4 La gestione del capitale circolante netto	62
2.5 L'analisi per indici: l'importanza dello studio di solidità, redditività e liquidità	66
2.6 La logica finanziaria e l'elaborazione del rendiconto finanziario	77
<b>3 Pianificazione finanziaria: logiche e strumenti</b>	<b>81</b>
3.1 Una premessa metodologica	81
3.2 Gli strumenti chiave per una corretta pianificazione finanziaria	81

3.3	La progettazione del piano finanziario e del budget finanziario	84
3.4	Logica di costruzione e interpretazione del budget di tesoreria	92
3.5	Specificità per i settori della moda e del lusso	96
<b>4</b>	<b>Analisi e valutazione degli investimenti</b>	<b>99</b>
4.1	La valutazione degli investimenti per i settori della moda e del lusso: aspetti critici	99
4.2	Definizioni e modalità di classificazione degli investimenti	103
4.3	Le principali tecniche di valutazione degli investimenti: caratteristiche e criticità	105
4.4	L'analisi degli investimenti nei settori della moda e del lusso: casi specifici	125
<b>5</b>	<b>Le scelte sulle modalità di finanziamento e l'importanza della capital structure</b>	<b>141</b>
5.1	Premessa	144
5.2	La composizione delle fonti di finanziamento: strumenti e criticità	144
5.3	Initial Public Offerings: caratteristiche e importanza per i settori della moda e del lusso	153
5.4	Il costo del capitale: calcolo e applicazioni	169
5.5	La struttura del capitale aziendale: un problema senza soluzione?	180
<b>6</b>	<b>Valutazione d'impresa nei settori della moda e del lusso: cenni e principali tecniche</b>	<b>189</b>
6.1	Creare e misurare valore	189
6.2	Tecniche di valutazione delle imprese: a brief overview	191
6.3	I metodi di valutazione aziendale nella pratica	192
6.4	La creazione di valore tramite M&A	212
<b>7</b>	<b>Conclusioni</b>	<b>221</b>
	<b>Bibliografia</b>	<b>227</b>
	<b>Sitografia</b>	<b>231</b>