

# *La cosmetica fa bene alla farmacia*

---

## Cosmetic Summit

Cosmofarma, 12 aprile 2025

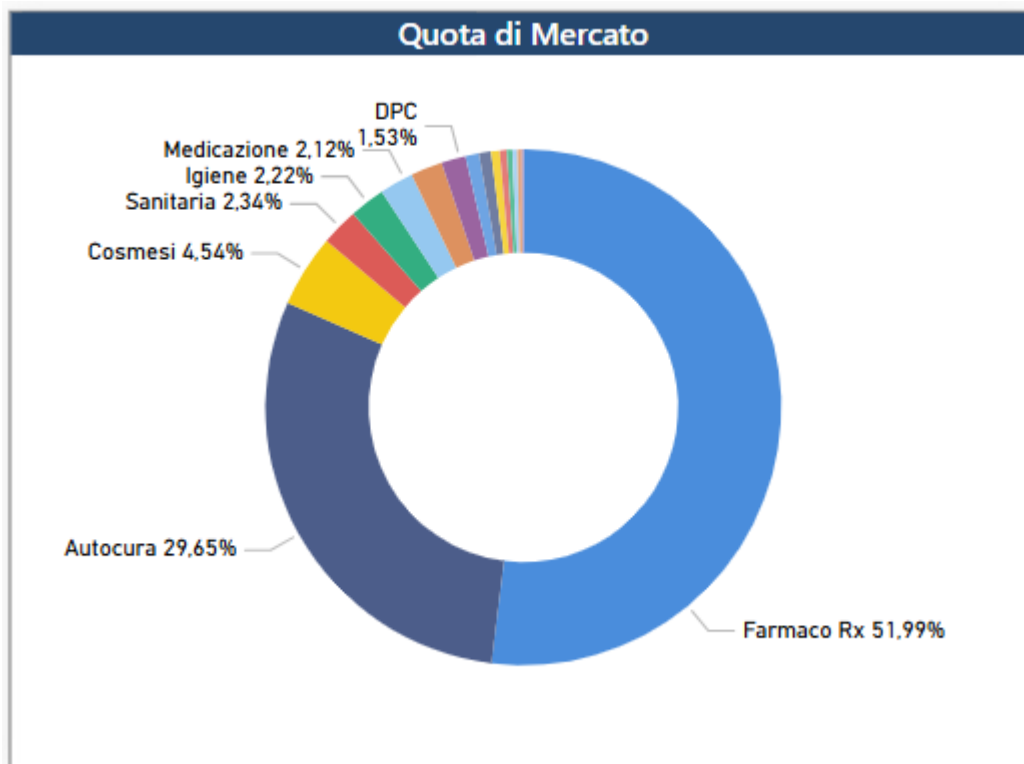
Roberto Borsato - *partner Vega spa*

# MISURARE per CRESCERE

KPI che raccontano il valore della cosmetica  
in farmacia

**KPI (Key Performance Indicator)**  
sono valori misurabili che esprimono  
l'efficacia di un'azienda  
nel raggiungimento dei propri obiettivi  
e permettono di confrontare  
le performance nel tempo

# KPI Sell-Out: Cosmetica su Fatturato Totale



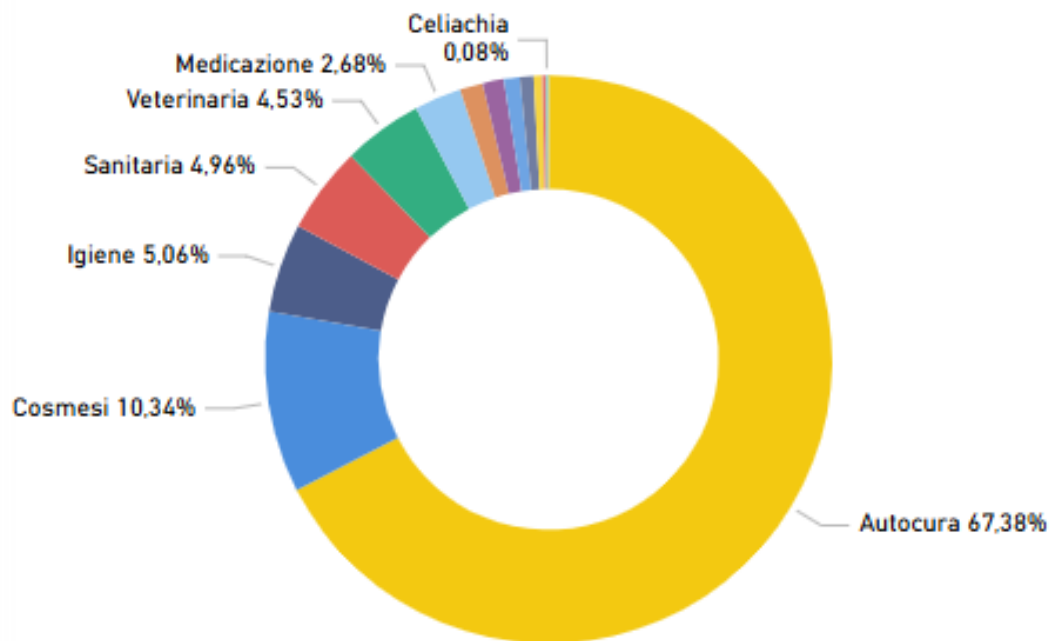
	Totale	Commerciale	Reparto Cosmetica	di cui Cosmesi	di cui Igiene
% Peso su Fatturato	100%	44,56%	6,76%	4,54%	2,22%
% Peso su Margine €	100%	49,00%	6,89%	4,67%	2,22%
Sconto % Panel Vega		5,4%	9,0%	9,7%	7,5%
Margine % Panel Vega	38,6%	43,1%	38,9%	38,8%	39,2%
% incidenza su n. vendite	100%	65,3%	13,08%	7,90%	6,80%

Fatturato	Cosmetica		Quota target	8%
	Fatturato	Margine	Margine	Δ Margine
1.000.000 €	67.600 €	26.296 €	31.120 €	4.824 €
1.500.000 €	101.400 €	39.445 €	46.680 €	7.235 €
2.000.000 €	135.200 €	52.593 €	62.240 €	9.647 €
3.000.000 €	202.800 €	78.889 €	93.360 €	14.471 €

Fonte: benchmark Vega 2024

# KPI Sell-Out: Cosmetica su Fatturato Commerciale

Quota di Mercato



	Commerciale	Reparto Cosmetica	di cui Cosmesi	di cui Igiene
% Peso su Fatturato	100%	15,40%	10,34%	5,06%
% Peso su Margine €	100%	16,00%	10,90%	5,10%
Sconto % Panel Vega	5,4%	8,7%	9,7%	7,5%
Margine % Panel Vega	42,6%	38,9%	38,8%	39,2%
% incidenza vendite	100%	20,9%	12,0%	10,4%
Sconto % Nazionale (IQVIA)	8,1%	13,3%	14,3%	11,5%
Δ su sconto Panel Vega	2,7%	4,6%	4,6%	4,0%
Stima Margine % Ricalcolato	39,9%	34,3%	34,2%	35,2%
Range Margine % Stimato	40% - 41%	34,2% - 35,2%	34% - 35%	35% - 36%

Fonte: benchmark Vega 2024

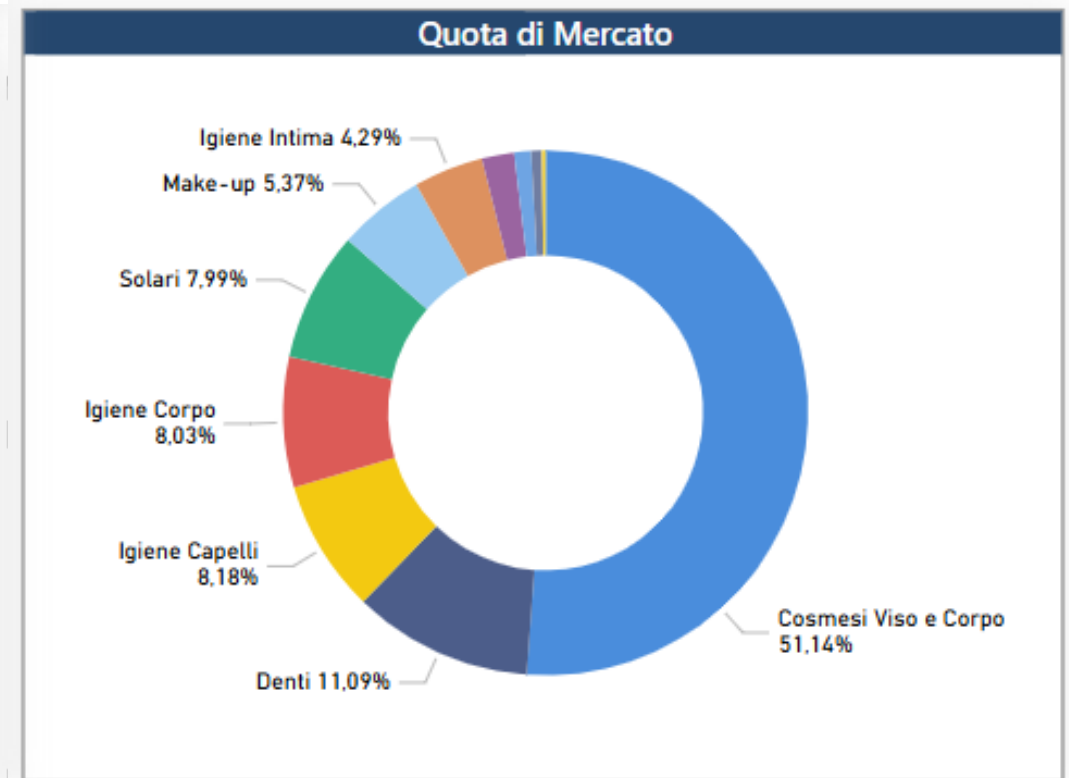
# Segmentare per gestire

Conoscere le aree della cosmetica per  
massimizzarne il potenziale commerciale

# KPI Sell-OUT: aree di business Cosmetica

<b>Δ N°Vendite</b>	<b>Δ Pezzi</b>	<b>Δ Fatturato</b>	<b>Margine %</b>	<b>Sconto %</b>	<b>Valore Vendita Medio</b>
<b>4,4%</b>	<b>4,8%</b>	<b>7,9%</b>	<b>38,9%</b>	<b>9,0%</b>	<b>18,46 €</b>

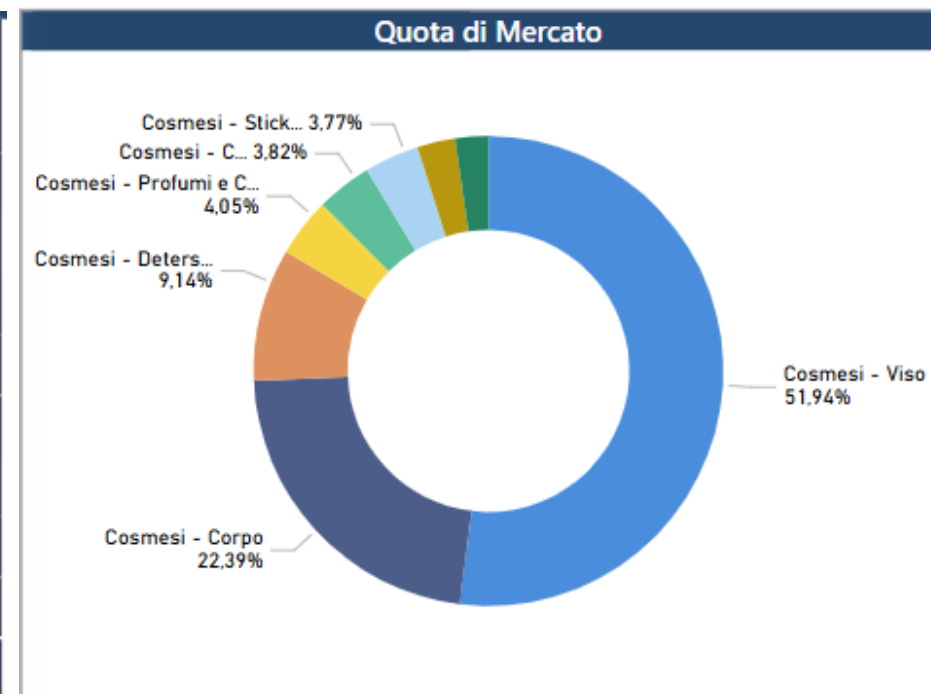
Confronto con Benchmark VEGA					
Category 1° Lv.	Peso%	Δ % YoY Fatt.	Mar.%	Sconto	Prz. Medio
<b>Cosmesi</b>	<b>67,1%</b>	<b>↑ 8,7%</b>	<b>38,8%</b>	<b>9,7%</b>	<b>18,05 €</b>
Cosmesi Viso e Corpo	51,1%	↑ 7,9%	38,5%	8,2%	19,48 €
Solari	8,0%	↑ 13,7%	41,5%	18,6%	19,57 €
Make-up	5,4%	↑ 14,2%	36,0%	11,5%	11,67 €
Accessori e varie	2,0%	↑ 3,6%	42,8%	4,0%	11,52 €
Tinte per capelli	0,6%	↓ -7,0%	38,2%	8,2%	12,00 €
<b>Igiene</b>	<b>32,9%</b>	<b>↑ 6,4%</b>	<b>39,2%</b>	<b>7,5%</b>	<b>10,06 €</b>
Denti	11,1%	↑ 6,1%	38,7%	6,5%	7,95 €
Igiene Capelli	8,2%	↑ 8,1%	39,3%	6,1%	17,57 €
Igiene Corpo	8,0%	↑ 8,5%	39,1%	10,8%	10,58 €
Igiene Intima	4,3%	↓ -0,3%	38,3%	7,3%	8,51 €
Igiene Piedi	1,0%	↑ 6,1%	46,9%	1,9%	11,36 €
Igiene Mani	0,2%	↑ 24,9%	49,1%	13,6%	4,26 €
<b>Totale</b>	<b>100,0%</b>	<b>↑ 7,9%</b>	<b>38,9%</b>	<b>9,0%</b>	<b>14,32 €</b>



# KPI Sell-OUT: Focus Cosmesi Viso e Corpo

Δ N°Vendite	Δ Pezzi	Δ Fatturato	Margine %	Sconto %	Valore Vendita Medio
5,2%	5,1%	7,9%	38,5%	8,2%	22,11 €

Category 3° Lv.	Peso%	Δ % YoY Fatt.	Mar.%	Sconto	Prz. Medio
Cosmesi - Viso	51,9%	↑ 8,9%	38,4%	8,9%	26,61 €
Cosmesi - Corpo	22,4%	↑ 3,2%	36,5%	5,9%	19,22 €
Cosmesi - Detersione viso	9,1%	↑ 14,2%	39,5%	7,6%	15,11 €
Cosmesi - Profumi e Colonie	4,0%	↑ 11,4%	39,5%	7,1%	14,02 €
Cosmesi - Confezioni regalo	3,8%	↑ 15,6%	37,3%	12,2%	23,83 €
Cosmesi - Stick labbra	3,8%	↑ 12,0%	45,8%	10,2%	7,35 €
Cosmesi - Trattamenti mani	2,6%	↓ -8,0%	43,1%	11,6%	8,67 €
Cosmesi - Trattamenti piedi	2,3%	↑ 4,6%	38,8%	2,8%	14,89 €
<b>Totale</b>	<b>100,0%</b>	<b>↑ 7,9%</b>	<b>38,5%</b>	<b>8,2%</b>	<b>19,48 €</b>





La forza del reparto cosmetico nasce da  
scelte assortimentali strategiche con  
partner di valore

Scegliere i partner giusti fa la differenza

# KPI Sell-OUT: Ditte Partner

## Cosmesi Viso e Corpo

Ditta	Peso%	Δ % YoY Pezzi	Δ % YoY Fatt.	Mar.%	Sconto	Prz. Medio
	11,4%	3,4%	↑ 8,7%	43,8%	2,9%	17,46 €
	10,2%	5,2%	↑ 12,9%	36,7%	6,3%	22,27 €
	6,2%	5,3%	↑ 10,7%	40,4%	6,4%	18,97 €
	5,2%	40,7%	↑ 35,8%	42,4%	13,1%	46,47 €
	4,6%	17,3%	↑ 12,5%	38,0%	15,3%	21,35 €
	3,0%	-2,3%	↓ -3,3%	37,0%	11,7%	20,03 €
	2,6%	1,8%	↑ 2,0%	27,6%	1,8%	19,22 €
	2,4%	-2,3%	↓ -0,1%	37,9%	14,5%	50,09 €
	2,3%	-11,9%	↓ -5,9%	33,3%	16,8%	23,19 €
	2,2%	8,4%	↑ 9,7%	33,4%	16,7%	27,02 €
	2,1%	27,6%	↑ 36,8%	40,7%	4,9%	16,09 €
	1,9%	-15,7%	↓ -12,9%	40,9%	12,3%	34,30 €
	1,7%	4,8%	↑ 11,6%	40,3%	7,2%	20,77 €
<b>Totale</b>	<b>100,0%</b>	<b>5,1%</b>	<b>↑ 7,9%</b>	<b>38,5%</b>	<b>8,2%</b>	<b>19,48 €</b>

## KPI Ditte

- Peso % su Fatturato farmacia (quota di mercato)
- Trend Pezzi e Fatturato (indice di crescita)
- Margine % netto (redditività)
- Sconto medio applicato al cliente (pressione promozionale)
- Prezzo medio confezione (basso, medio, alto costo)
- Indice di concentrazione (% Quota Fatturato prime 3 aziende)

## Confronto Benchmark dati di mercato

Fonte: benchmark Vega 2024

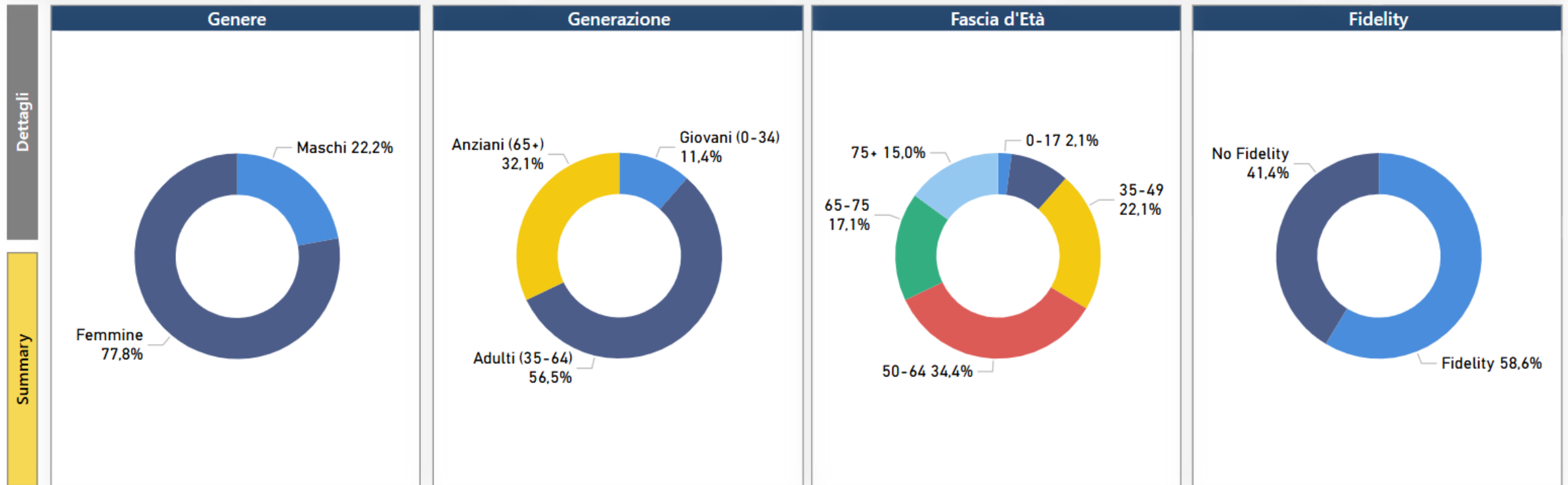
Dai numeri alle persone  
analizzare per fidelizzare

Strategie mirate per clienti unici  
dalla profilazione allo sconto per età

# KPI Sell-OUT: Analisi dei clienti indice fedeltà

## Cosmesi

% Clienti Categorizzati	% Vendite Comm.	Scontrino Comm.	Sconto % Comm.	% Vendite con Sconto	Margine % Comm.
45,6%	100,0% (-0,0%)	23,0 € (+0,8 € +3.5%)	8,4% Sconto Fidelity: -0,0%	28,1% Fidelity: (Vuoto)	38,80% (+0,41%)

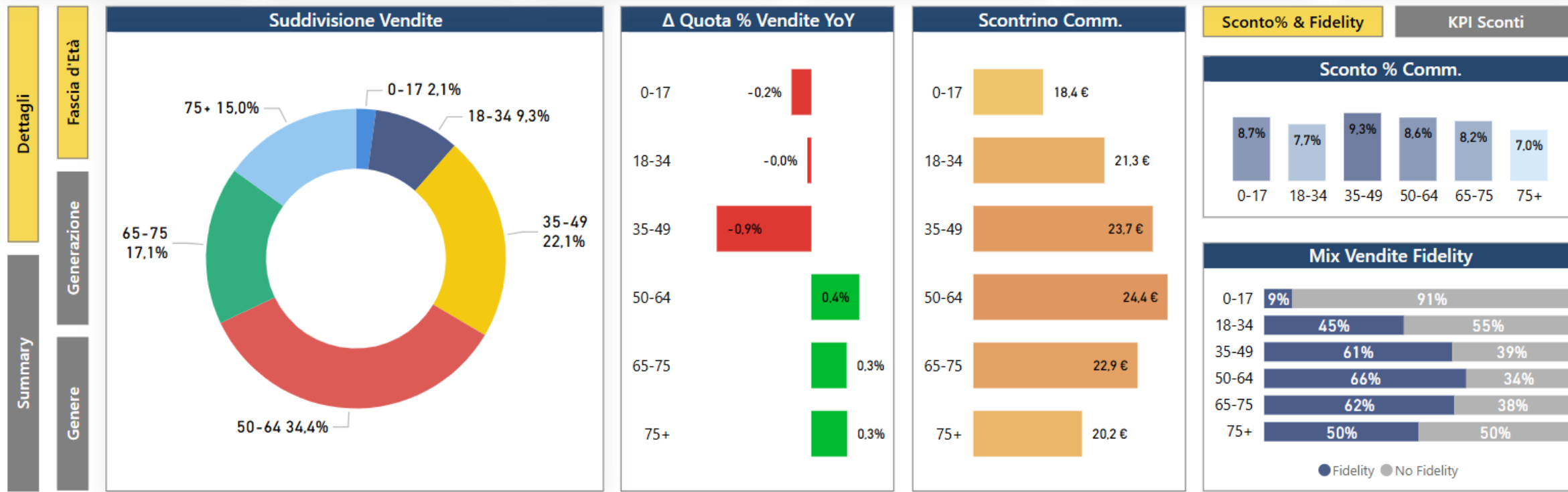


Fonte: benchmark Vega 2024

# KPI Sell-OUT: Scontrini medi e sconti

## Cosmesi

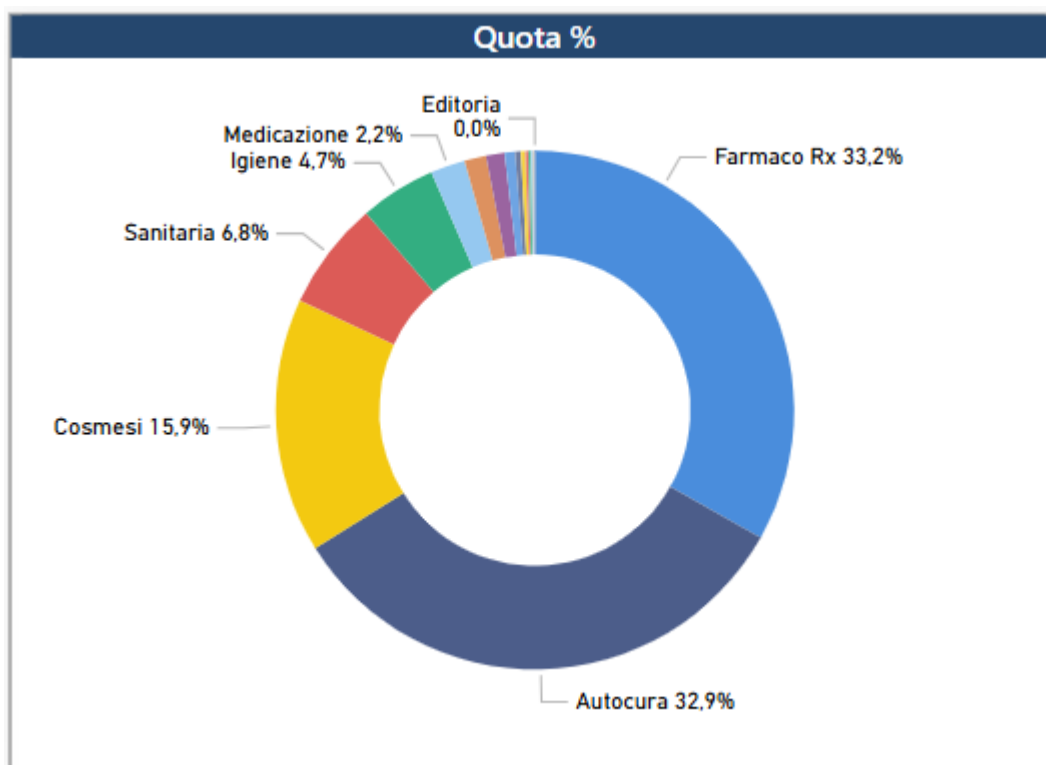
<b>% Clienti Categorizzati</b>	<b>% Vendite Comm.</b>	<b>Scontrino Comm.</b>	<b>Sconto % Comm.</b>	<b>% Vendite con Sconto</b>	<b>Margine % Comm.</b>
45,6%	100,0% (-0,0%)	23,0 € (+0,8 € +3.5%)	8,4% Sconto Fidelity: -0,0%	28,1% Fidelity: (Vuoto)	38,80% (+0,41%)



# Vendere, gestire e non accumulare

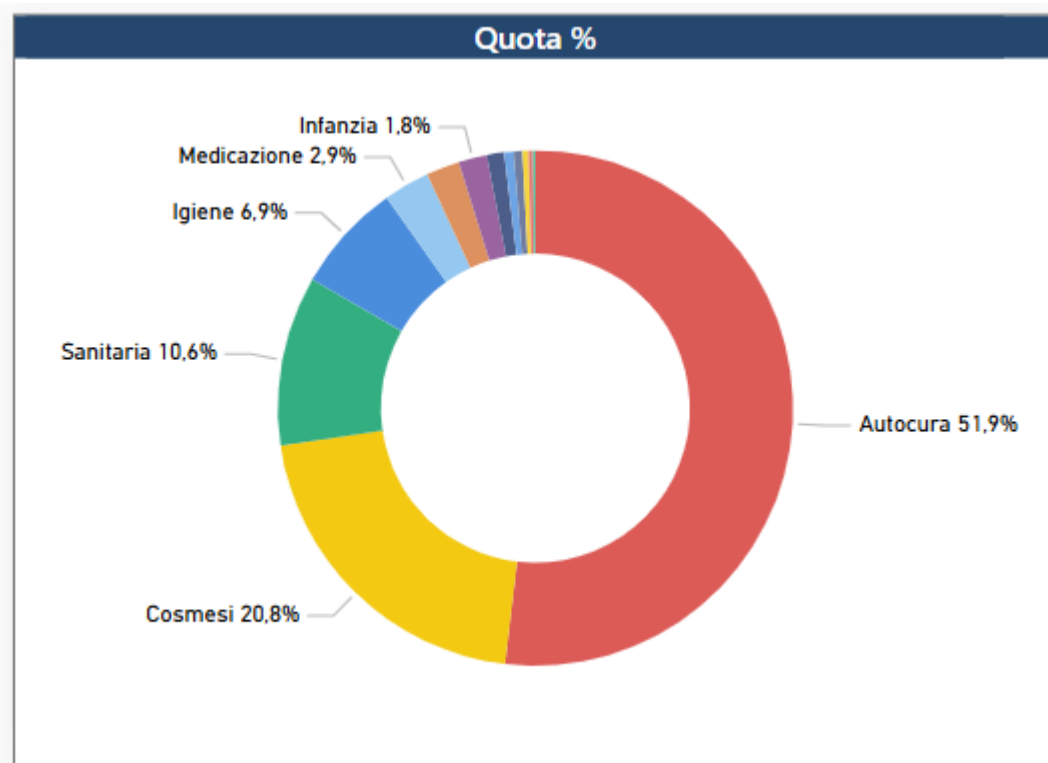
## Equilibrio tra l'assortimento e la rotazione

# KPI Magazzino: Cosmetica su Totale



	Totale	Commerciale	Reparto Cosmetica	di cui Cosmesi	di cui Igiene
% Peso Fatturato	100%	44,56%	6,76%	4,54%	2,22%
% Peso Magazzino	100%	66,80%	20,60%	15,90%	4,70%
% sconto in acquisto	40,3%	46,0%	46,0%	47,7%	44,8%
% Quota acquisti ditta	36,1%	49,7%	73,8%	79,4%	59,1%
Indice rotazione	6,1	3,9	1,9	1,7	2,7

# KPI Magazzino: Cosmetica su area Commerciale



	Commerciale	Reparto Cosmetica	di cui Cosmesi	di cui Igiene
% Peso Fatturato	100%	15,40%	10,34%	5,06%
% Peso Magazzino	100%	30,9%	23,8%	7,1%
% sconto in acquisto	46,0%	46,0%	47,7%	44,8%
% Quota acquisti ditta	49,7%	73,8%	79,4%	59,1%
Indice rotazione	3,9	1,9	1,7	2,7



# Da domani in farmacia: cosa fare, come e perché

## **Valuta l'impatto reale della Cosmetica nella tua farmacia**

Non fermarti al fatturato: misura anche margini, rotazioni e potenzialità di crescita della tua farmacia con uno sguardo al benchmark di mercato.

## **Comprendi la redditività dei diversi comparti**

Analizza le performance per prendere decisioni più strategiche su spazio e investimenti.

## **Sfrutta gli strumenti di fidelizzazione**

Conosci meglio i tuoi clienti per stimolarne gli acquisti e orientare le proposte.

## **Costruisci partnership strategiche con le aziende**

Scegli fornitori che ti aiutino a trovare il giusto equilibrio tra assortimento e stock.

# *La cosmetica fa bene alla farmacia*

---

grazie per l'attenzione

r.borsato@vegaspa.it

