

FARMACOSMO+

COMUNICATO STAMPA

RICAVI DI GRUPPO 2023 PARI A €71,2 MLN (+8% YoY) TRAINATI DAL CANALE RETAIL ONLINE (+19% YoY)

Robusti tutti i KPI del canale retail¹:

- Incremento degli ordini del 44% YoY
- Clienti totali e fidelizzati in aumento rispettivamente del 47% YoY e del 36% YoY
- Carrello medio del portale farmacosmo.it oltre Euro 100 (vs Euro 95 YoY), fra i più alti del mercato, attestandosi stabilmente sopra Euro 103 nell'ultimo trimestre dell'anno

COMPLETATA L'INTEGRAZIONE DELLE PIATTAFORME ACQUISITE:

- **PROFUMERIAWEB.COM: PUBBLICATA LA NUOVA VERSIONE DEL PORTALE ONLINE A DICEMBRE**
 - **PHARMASI.IT: INTRODOTTE 15.000 NUOVE REFERENZE A CATALOGO. "BUSINESS MODEL" RIVISITATO SUL MODELLO FARMACOSMO CON IMPATTO POSITIVO SUI RICAVI**
 - **BAUCOSMESI.IT: AMPLIATO CATALOGO CON IL LANCIAMENTO DEGLI INTEGRATORI ALIMENTARI E PRODOTTI PER LA CASA PET FRIENDLY, POTENZIATO IL PORTALE CON NUOVE FUNZIONALITÀ CON IMPATTO POSITIVO SU RICAVI E MARGINALITÀ**
 - **FARMAWOW.IT: IN FASE DI COMPLETAMENTO L'INTEGRAZIONE DEL PORTALE PER LO SFRUTTAMENTO DI UN UNICO CENTRO LOGISTICO E STRATEGICO INSIEME A LABORATORIO FARMACEUTICO ERFO**
 - **CONTACTU.IT: OLTRE 4.000 SEDUTE EROGATE NEGLI ULTIMI 5 MESI DEL 2023²**

¹ Il canale retail si compone dei portali www.farmacosmo.it e quelli acquisiti nel corso del 2022 e 2023: www.profumeriaweb.com, www.pharmasi.it, www.baucosmesi.it, www.farmawow.it.

² La piattaforma è operativa con tutte le funzionalità dall'estate 2023.

FARMACOSMO+

COMUNICATO STAMPA

Napoli, 16 febbraio 2024

Farmacosmo S.p.A. (“Società”, “Farmacosmo”), società attiva nel settore *Health, Pharma & Beauty*, quotata sul mercato *Euronext Growth Milan* di Borsa Italiana, comunica che il Consiglio di Amministrazione, riunitosi in data odierna, ha preso visione di taluni dati gestionali (ricavi e principali KPI di business del Gruppo), non sottoposti a revisione contabile, al 31 dicembre 2023.

Fabio de Concilio, Presidente e Amministratore Delegato di Farmacosmo, ha commentato: *“Farmacosmo nel corso del 2023 ha concentrato tutti gli sforzi per completare l’integrazione delle operazioni di M&A. Oggi siamo un’unica entità di business, di marketing e di tecnologia. Tutte le controllate sono collegate ai nostri software proprietari. Il focus del 2023 è stato la redditività e la marginalità sul venduto. In particolare, nel corso del secondo semestre, abbiamo affiancato al modello di business “sell & buy” un incremento degli acquisti diretti dalle aziende produttrici. Il canale retail continua ad essere il traino della crescita del Gruppo grazie in particolare all’integrazione e all’efficientamento di tutti i portali acquistati. Farmacosmo in 18 mesi è passata dall’essere un semplice e-commerce, con due gambe di business, ad una realtà totalmente differente; nuovi verticali specialistiche ristrutturati, oltre l’ingresso nel mondo dei servizi digitali per la salute e del PET. Il carrello medio di farmacosmo.it, in crescita ogni anno, è oramai stabilmente sopra i 100 Euro e la percentuale di ricavi generati da clienti ricorrenti, stabilmente sopra l’80% (nel 2022 è stato pari al 74%) confermano l’elevata fidelizzazione.*

Il peso del fatturato del canale B2B, in flessione nel 2023 rispetto all’anno precedente, è sceso al 30% rispetto al 56%, risultante alla data di quotazione. È stata una scelta strategica volta a preservare la marginalità complessiva. L’ampliamento della base retail, l’incremento della percentuale di fidelizzazione dei clienti e il miglioramento degli altri KPI confermano che il focus su verticali e target a maggiore redditività è la strada da perseguire.

Nel corso del 2023, è stata completata l’integrazione e lo sviluppo di tutti i portali acquisti:

Profumeriaweb.com è stato rilanciato tramite il completamento dell’integrazione tech con tutti i nuovi fornitori, il passaggio della logistica da Milano a quella di Gruppo a Nola (luglio 2023), una nuova veste grafica rinnovata (dicembre 2023) e l’integrazione dei software proprietari già in uso per gli altri portali.

Pharmasi.it grazie ad un unico centro strategico per le politiche di marketing, all’ampliamento del catalogo e all’integrazione del business model, ha registrato una crescita esponenziale dei ricavi (+25% YoY). Il CEO, Rosario De Leo (founder di Pharmasi.it), ha contribuito, grazie alla Sua esperienza alla crescita e all’integrazione.

BauCosmesi.it, ha registrato una forte accelerazione dei ricavi con una crescita triple digit (oltre il 500% YoY) in 11 mesi. Numerose le iniziative implementate: ampliamento del catalogo con il lancio degli integratori alimentari e la linea di prodotti per la casa pet friendly, inserimento di nuovi fornitori e apertura di nuovi canali di traffico. Il nostro ingresso, unito alle grandi capacità del CEO, Andrea Bianchi, hanno reso la piattaforma un punto di riferimento per i consumatori italiani amanti del Pet. Abbiamo una strategia per il 2024 che siamo sicuri darà un’ulteriore spinta. Anche BauCosmesi ha dismesso la sua logistica a Milano, e come le altre è stata spostata a Nola.

ContactU.it, il nostro servizio di telepsicologia per pazienti e aziende, lanciata nell’estate del 2023, in fase di start-up, grazie ai continui investimenti in marketing e sviluppo della piattaforma, ha registrato una crescita progressiva su tutti i KPI, mese su mese.

FarmaWow.it (acquisita il 29 settembre 2023³ in collaborazione con Laboratorio Farmaceutico Erfo) è attualmente in fase di integrazione. Grazie a mirati investimenti di marketing, il portale potrà beneficiare dell’elevata marginalità dei prodotti integratori/nutraceutici. Un settore in grande ascesa, che nel 2021 ha raggiunto i **4 miliardi di euro di fatturato** (con una crescita media del +8,2% dal 2014 al luglio del 2022) ha fatto registrare già un ulteriore aumento del +8,4% rispetto allo stesso periodo dell’anno precedente.⁴

I ricavi complessivi di Gruppo del 2023 si attestano a 71,2 milioni di Euro, in crescita del 8% rispetto allo stesso periodo dell’anno precedente; se confrontati con i ricavi pro-forma 2022, gli stessi si attestano in diminuzione del 6%. Il Gruppo continua a focalizzare i propri sforzi sulla **redditività** ed è trainato dal canale *Retail*, che è sempre più predominante rispetto al B2B: al 31 dicembre 2023 il fatturato B2B, in diminuzione del 20% YoY, ha un peso sul fatturato di Gruppo pari al 30% (rispetto al 56% registrato alla data di quotazione).

In relazione a **Farmacosmo stand-alone**, il portale subisce una leggera diminuzione dei ricavi del canale *Retail* (-5% YoY), in virtù di un maggior focus da parte della Società sulla redditività e la marginalità del venduto. La crescita dei KPI

³ Per ulteriori informazioni si rimanda al Comunicato Stampa del 02 ottobre 2023 pubblicato nell’apposita sezione “Investors/comunicati”

⁴ <http://www.nutrientiesupplementi.it/mercato/item/2368-integratori-in-italia-un-mercato-da-4-miliardi-di-euro>

FARMACOSMO+

COMUNICATO STAMPA

gestionali relativi alla *retention* conferma ancora una volta l'elevata fidelizzazione della *customer base* grazie alla elevata qualità delle azioni di *customer engagement* poste in essere dal *management*:

- L'*Average Order Value* di farmacosmo.it, fra i più alti del mercato, si consolida ad un valore superiore a 100 euro rispetto a 95 euro del 2022
- Aumenta la percentuale di ricavi generati da chi ha acquistato più di una volta, passando dal 76% del 2022 ad oltre l'80% del 2023;
- Aumenta la percentuale di ordini ricorrenti,⁵ che passa dal 70% del 2022 al 74% del 2023;
- Aumenta il numero medio di ordini ricorrenti per cliente, passando dai 4,4 del 2022 ai 4,8 del 2023;
- Il cliente ricorrente di Farmacosmo.it registra un *average order value* di oltre 109 Euro.

Gli ordini del Gruppo *phygital* (tra online e offline) ammontano ad oltre 870 mila verso i circa 600 mila del 2022

I ricavi del portale **Profumeriaweb.com** hanno registrato una decrescita del 14% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. L'ultimo trimestre del 2023, completata l'integrazione in Farmacosmo, ha mostrato una progressione notevole, con un importante incremento dei ricavi rispetto: (i) al terzo trimestre 2023 (+33%) e (ii) al quarto trimestre del 2022 (+50%). L'*average order value* di Profumeriaweb.com è pari a 77 euro. Si ricorda che l'ingresso di Farmacosmo nel capitale sociale di ProfumeriaWeb è avvenuto il **29 settembre 2022** modificando in maniera rilevante l'indirizzamento strategico della società e del modello di *business* e spostando il focus dalla massimizzazione del fatturato alla ottimizzazione della marginalità sul venduto e della spesa di marketing (in riduzione del 50% rispetto all'anno precedente).

I ricavi del portale **Pharmasi.it**, in crescita del 25% rispetto all'anno precedente, riflettono le numerose iniziative portate avanti dal team congiunto di lavoro volto all'integrazione ed ottimizzazione del portale e delle *operations*. L'*average order value* di Pharmasi.it è pari a 63 euro.

I ricavi del portale **Baucosmesi.it**, in crescita triple digit di oltre il 500% rispetto all'anno precedente, sono spinti dall'ampliamento del catalogo e dagli investimenti propedeutici all'apertura di nuovi canali di traffico e al miglioramento del *conversion rate* del sito. L'*average order value* di Baucosmesi.it è pari a 40 euro.

I ricavi del portale **FarmaWow.it**, contribuiscono a quelli di **Gruppo** solo per la quota parte del quarto trimestre. Il portale ospita, da metà gennaio, i prodotti della linea Medical di Laboratorio Farmaceutico Erfo (prodotti nutraceutici innovativi); sono altresì in fase di completamento le attività di integrazione per gli sviluppi IT e politiche di *marketing* al fine di sfruttare a pieno il tasso di crescita del mercato di nicchia del settore nutraceutico. L'*average order value* di FarmaWow è pari a 87 euro.

I ricavi del portale di telepsicologia **ContactU**, piattaforma digitale specializzata nell'erogazione di servizi di psicologia e psicoterapia online (retail e per aziende) operativa dall'estate 2023, contribuiscono a quelli di **Gruppo** solo per la quota parte del secondo semestre, con più di 4.000 sedute erogate e tutti i KPI in crescita mese su mese. Ad oggi conta 4 dipendenti e più di 90 terapeuti stabilmente in piattaforma.

I ricavi del canale retail fisico sono in linea con quelli del 2022 (Messina, Verbania, Torino e Napoli). Si rammenta che il 15/02/2024⁶ la Società ha perfezionato il closing per la vendita delle farmacie di Verbania e Torino, mantenendo la partecipazione del 67% di Messina e il 100% di Napoli, con l'obiettivo di razionalizzare gli investimenti sin qui fatti nel mondo delle farmacie fisiche. L'operazione non apporta alcun cambiamento all'esecuzione della strategia, con particolare riguardo alla creazione di una rete di farmacie/parafarmacie nelle principali città italiane.

Il presente comunicato è disponibile sul sito www.farmacosmoinvestors.com, sezione "Investors/Comunicati Stampa" e sul meccanismo di stoccaggio autorizzato "eMarket Storage" (www.emarketstorage.com).

⁵ Ordine ricorrente: si intende un ordine di un cliente che nel corso dell'anno acquista più di una volta

⁶ Cfr: https://farmacosmoinvestors.com/wp-content/uploads/2024/02/ITA_202402015_Farmacosmo_Innovation-Pharma_Closing_clean-1.pdf

FARMACOSMO+

COMUNICATO STAMPA

LA SOCIETÀ

Farmacosmo è una società attiva nel settore Health, Pharma & Beauty. Il business model della Società si basa sul modello circolare della I(ea)n strategy, e si articola in tre aree di attività principali: Logistics, Intelligence e Node.

Logistics: consente di gestire ed evadere fino a 12mila ordini al giorno, con tempi di consegna fino a 20 ore dal picking del vettore ed approvvigionamento just-in-time ("zero warehouse" policy).

Intelligence: include le attività di definizione della strategia, del posizionamento competitivo e della customer journey. I clienti ricorrenti nel 2023 hanno contribuito a c. 80% del fatturato annuo dello stream retail. Il valore del carrello medio dei clienti attivi nello stream retail ammonta a c. €100 (c. €109 relativo ai clienti ricorrenti).

Node: attività di Ricerca e Sviluppo, innovazione dei processi e delle infrastrutture IT della società.

L'ecosistema Farmacosmo si propone di perseguire standard di eccellenza in ogni parte della sua value chain, ispirandosi al rispetto di principi ESG in tutte le fasi del processo logistico (dal packaging utilizzato per gli ordini online, alle iniziative di carbon compensation) e nella valorizzazione dei propri dipendenti, asset strategico della società.

L'impegno di Farmacosmo sul tema ESG è altresì avvalorato dalla pubblicazione del bilancio di sostenibilità 2022.

CODICI IDENTIFICATIVI

Azioni Ordinarie: ISIN IT0005487670 (Ticker COSMO)

Warrant Farmacosmo 2022-2025: ISIN IT0005487415 (Ticker WCOSMO)

PER ULTERIORI INFORMAZIONI:

INVESTOR RELATIONS MANAGER

Farmacosmo

Via Crispi, 51 - 80121 Napoli

Tel. +39 02 50042143

Paolo Cimmino ir@farmacosmo.it

EURONEXT GROWTH ADVISOR

Illimity Bank

Via Soperga, 9 - 20124 Milano

Tel. +39 02 82849699

farmacosmo@illimity.com

INVESTOR & MEDIA RELATIONS ADVISOR

IR Top Consulting

Via Bigli, 19 - 20121 Milano

Tel. +39 02 45473883

Pietro Autelitano ir@irtop.com

Domenico Gentile ufficiostampa@irtop.com