

RELAZIONE SULLA GESTIONE  
AL 31 DICEMBRE 2020



## INDICE

Corporate governance Pag. 2

### **RELAZIONE SULLA GESTIONE AL BILANCIO CHIUSO AL 31 DICEMBRE 2020**

<u>Lettera agli azionisti</u>	<u>Pag. 3</u>
<u>Impatti derivanti dal COVID-19 sulla gestione corrente</u>	<u>Pag. 5</u>
<u>Descrizione dell'Azienda e modello di business</u>	<u>Pag. 7</u>
<u>Programmi futuri e strategia</u>	<u>Pag. 8</u>
<u>Andamento del mercato di riferimento e normativa</u>	<u>Pag. 10</u>
<u>Andamento della gestione</u>	<u>Pag. 14</u>
<u>Eventi rilevanti dell'esercizio</u>	<u>Pag. 22</u>
<u>Eventi significativi dopo la chiusura dell'esercizio</u>	<u>Pag. 23</u>
<u>Evoluzione prevedibile della gestione</u>	<u>Pag. 27</u>
<u>Principali fattori di rischio a cui è esposta l'Azienda</u>	<u>Pag. 28</u>
<u>Attività di direzione e coordinamento</u>	<u>Pag. 30</u>
<u>Rapporti con parti correlate</u>	<u>Pag. 30</u>
<u>Altre informazioni</u>	<u>Pag. 31</u>

## Corporate Governance

### Consiglio di Amministrazione

Riccardo Iacometti	Presidente
Alberto Maglione	Vice Presidente
Giuseppe Cannarozzi	Consigliere
Giovanni Bulckaen	Consigliere
Dario Righetti	Consigliere Indipendente

### Collegio Sindacale

Alberto Colella	Presidente
Marco Guidi	Sindaco Effettivo
Monica Barbara Baldini	Sindaco Effettivo
Fabio Panicucci	Sindaco Supplente
Massimo Mano	Sindaco Supplente

### Società di Revisione

Deloitte & Touche S.p.A.

### **Ragione sociale e Sede Legale**

*Farmaè S.p.A., con sede legale in Viareggio (LU), Via Aurelia Nord n. 141, C.F., partita IVA e iscrizione al Registro delle Imprese di Lucca n. 02072180504, R.E.A. (Repertorio Economico Amministrativo) n. LU-219335.*

*Capitale sociale Euro 2.867.000, sottoscritto e versato.*

*Il Consiglio di Amministrazione dell'Emittente è stato nominato dall'Assemblea ordinaria del 19 giugno 2019 e rimarrà in carica sino alla data dell'Assemblea chiamata ad approvare il bilancio al 31 dicembre 2021, ad eccezione del Consigliere Giovanni Bulckaen che è stato nominato dall'Assemblea del 06 Luglio 2020 e rimarrà in carica anch'esso fino alla data dell'Assemblea chiamata ad approvare il bilancio al 31 dicembre 2021.*

*Il Collegio Sindacale in carica è stato nominato dall'Assemblea ordinaria tenutasi in data 29 novembre 2018 e rimarrà in carica sino alla data dell'Assemblea chiamata ad approvare il bilancio di esercizio al 31 dicembre 2020, ad eccezione del (i) sindaco supplente Massimo Mano che è stato nominato dall'Assemblea del 29 maggio 2019 e del (ii) sindaco effettivo Marco Guidi che è stato nominato dall'Assemblea del 06 Luglio 2020, anche essi in carica sino alla data dell'Assemblea chiamata ad approvare il bilancio di esercizio al 31 dicembre 2020.*

*La società di revisione sarà in carica per il triennio 2019-2021.*

## Lettera agli azionisti

Gentili Signori Azionisti,

Farmaè S.p.A., nata a Viareggio nel 2014 e quotata sul mercato AIM di Borsa Italiana da luglio 2019, è oggi un punto di riferimento nel settore Salute e Benessere in Italia. Siamo espressione del primo Retail Onlife<sup>1</sup> di settore, mettiamo al centro delle nostre attività circolari il Cliente e rispondiamo in modo immediato, veloce e pragmatico ad ogni sua esigenza, assicurandogli una *customer experience* unica indipendentemente dal canale di acquisto utilizzato. Siamo forti di un modello di business accentrato ed efficiente e di un'offerta omnicanale che integra efficacemente una piattaforma digitale all'avanguardia con una rete di negozi in continua espansione.

Nel corso della straordinaria crescita che ci ha contraddistinto negli ultimi sei anni, abbiamo saputo compiere scelte difficili e coraggiose, dalla decisione di trasferire, ampliare e automatizzare il magazzino, creando un vero e proprio polo logistico, allo sbarco in Borsa avvenuto a luglio 2019, dal lancio sul mercato del lusso del nuovo brand Beautyè alla decisione di rafforzare la presenza nel settore ortopedia pesante attraverso l'acquisizione della società Sanort Srl: scelte coraggiose che si sono rivelate ad oggi vincenti. La nostra strategia di sviluppo mette al centro il cliente e i suoi bisogni, ogni decisione è stata presa sempre con la massima attenzione anche verso i nostri dipendenti e con il massimo senso di responsabilità nei confronti della comunità, con l'obiettivo finale di accrescere il valore per Voi azionisti. Nell'attuale momento storico, delicato per la sua criticità, avvertiamo ancor di più il senso di responsabilità nei confronti dei nostri stakeholders e siamo determinati a mettere in atto qualsiasi strategia per garantire la sostenibilità aziendale e uscire ancor più vincenti da questa pandemia. L'impegno costante a rafforzare i pilastri strategici della nostra azienda - prossimità al cliente, esperienza di acquisto, ampliamento portafoglio prodotti - ci ha dotato di un solido vantaggio competitivo che si rivelerà fondamentale nel prossimo futuro.

Non posso esimermi dallo spendere qualche parola sull'emergenza sanitaria nazionale e internazionale Covid-19 che stiamo vivendo e analizzare il nostro posizionamento di fronte a questa violenta crisi. Durante il corso dell'anno abbiamo garantito ai nostri clienti la totale operatività e continuità delle forniture e del supporto, abbiamo ideato un'organizzazione interna al fine di rispondere puntualmente a un'importante e crescente domanda di prodotti sulla piattaforma e, al contempo, posto in essere tutti i presidi necessari per la protezione di dipendenti, collaboratori e fornitori, prevedendo modalità di lavoro in *smart working* per ridurre la presenza di personale negli uffici, implementando efficaci procedure di controllo e sanificazione (effettuata alla fine di ogni turno di lavorazione) per chi opera nei magazzini e centri di logistica e sottoscrivendo una polizza assicurativa sanitaria ad-hoc per tutti i dipendenti del Gruppo. Abbiamo inoltre attivato una serie di interventi e di presidi finalizzati a garantire un costante monitoraggio dell'evolversi degli effetti della pandemia, messo in atto azioni utili ad informare dipendenti, fornitori, clienti e tutti gli *stakeholders* sulle iniziative intraprese per ridurre al minimo le probabilità di contagio e la gestione di eventuali situazioni di rischio. Inoltre, abbiamo assunto le dovute misure cautelative, anche in tema di sicurezza e tutela della salute dei lavoratori, nel rispetto di quanto previsto dai Decreti del Presidente del Consiglio dei Ministri, dalle circolari ministeriali, dalle ordinanze della Protezione Civile,

---

<sup>1</sup> Il Retail Onlife è un nuovo paradigma economico dove online, offline e logistica diventano una cosa sola.

nonché dalle indicazioni diffuse dalle altre Autorità presenti sul territorio a seguito della progressiva diffusione del virus.

Siamo stati in grado di garantire la piena operatività e di soddisfare l'incremento delle richieste dei prodotti da parte dei clienti, tutto questo grazie al nuovo polo logistico e nonostante i provvedimenti restrittivi al trasporto delle merci non deperibili/urgenti, che in alcuni casi hanno limitato e/o rallentato le consegne dei prodotti o reso le stesse più onerose dal punto di vista logistico. Stiamo svolgendo inoltre un continuo monitoraggio della situazione finanziaria, commerciale e organizzativa della Società, pianificando e valutando tutte le possibili soluzioni per ridurre al minimo gli effetti della pandemia. Allo stato attuale non riteniamo che l'impatto dell'emergenza sanitaria possa ostacolare i programmi di sviluppo e la strategia futura che intendiamo percorrere.

La pandemia mondiale muterà definitivamente le abitudini di acquisto: nasceranno nuove modalità e trend di consumo e solo chi, come noi, ha saputo raccogliere la sfida dell'evoluzione digitale sarà realmente competitivo e ripartirà da una posizione di vantaggio, dettata da un modello di business all'avanguardia e da un approccio omnicanale. E' quindi con soddisfazione e concreto ottimismo verso il futuro che Vi sottopongo risultati ancora una volta da record per l'esercizio appena concluso: i ricavi, infatti, sono in crescita del 75% rispetto all'esercizio precedente e si attestano a Euro 65,4 milioni. Il Margine Operativo Lordo (EBITDA) si attesta a circa Euro 1 milione mentre il Margine Operativo Lordo (EBITDA) *adjusted* è pari ad Euro 1,5 milioni, con una posizione finanziaria netta a fine esercizio positiva e pari a Euro 3,4 milioni, in ulteriore rafforzamento del 55% rispetto a quanto registrato a chiusura dell'esercizio precedente. Abbiamo sostenuto costi imprevisti di natura straordinaria, e come tali riteniamo non ricorrenti, che non si sarebbero manifestati se non si fosse presentata la pandemia. Tale circostanza ha avuto un chiaro effetto sul risultato di esercizio che si è rilevato in perdita contrariamente alle aspettative previsionali. I suddetti costi sono stati sostenuti per adeguare la nostra organizzazione alle stringenti direttive nazionali e regionali tempo per tempo vigenti, per mantenere e aumentare la leadership di mercato e per affrontare la maggior concorrenza che si è realizzata nel canale on line.

I risultati raggiunti, nonostante tutte le difficoltà superate, testimoniano il grande lavoro fin qui svolto, con passione e sacrificio, da tutti i nostri dipendenti, che voglio ringraziare personalmente per l'impegno profuso e la dedizione dimostrata in quest'anno pieno di difficoltà e incertezze.

Come sempre affronteremo le nuove sfide con una visione strategica in costante evoluzione, con determinazione e rapidità di realizzazione, elementi che da sempre ci contraddistinguono e che ci consentono di meritare la fiducia che Voi, Signori Azionisti, riponete nel nostro operato e per la quale Vi sono estremamente grato.

## Impatti derivanti dal COVID-19 sulla gestione corrente

Come riscontrabile alla data del presente bilancio, lo scenario nazionale e internazionale dell'anno 2020 è stato caratterizzato dalla diffusione della pandemia mondiale COVID-19 (acronimo del c.d. Coronavirus) e dalle conseguenti misure restrittive per il suo contenimento. Le autorità pubbliche di tutti i Paesi interessati, per minimizzare gli impatti e la diffusione del virus, hanno imposto lunghi periodi di *lockdown* e la conseguente chiusura di molte attività commerciali e produttive. In questo contesto e nell'ottica di fronteggiare l'emergenza, il management di Farmaè ha attivato una serie di interventi e di presidi finalizzati a garantire un costante monitoraggio dell'evolversi degli effetti della pandemia, ricercando le soluzioni ritenute più idonee alla gestione delle connesse problematiche. In particolare, la Società ha posto in essere azioni utili ad informare i dipendenti, i fornitori, i clienti e tutti gli *stakeholders* sulle iniziative intraprese a ridurre al minimo i rischi di contagio e la gestione di eventuali situazioni di rischio o di avvenuta infezione. Inoltre, la Società ha assunto le dovute misure cautelative, anche in tema di sicurezza e tutela della salute dei lavoratori, nel rispetto di quanto previsto dai Decreti del Presidente del Consiglio dei ministri, dalle circolari ministeriali, dalle ordinanze della Protezione Civile, nonché dalle indicazioni diffuse dalle altre Autorità presenti sul territorio a seguito della progressiva diffusione del virus.

I rischi identificati dal management che la Società si è trovata e si trova a fronteggiare con riferimento alla Pandemia Covid-19 ed al suo protrarsi anche nel 2021 sono relativi a:

- i. rischi operativi, legati alle restrizioni all'operatività derivanti da possibili misure di interdizione imposte dalle autorità, nonché dalle limitazioni ai movimenti che potrebbero ritardare alcuni processi aziendali quali consegna di prodotti e/o reperimento delle referenze da vendere;
- ii. rischi di mercato, legati alla possibile contrazione dell'economia;
- iii. rischio di deterioramento del grado di solvibilità delle controparti commerciali con riferimento ai servizi promozionali verso fornitori;
- iv. rischio di approvvigionamento di materie prime nel caso in cui venissero reintrodotti i provvedimenti restrittivi alle circolazioni delle persone e al trasporto delle merci non deperibili/urgenti.

Considerato che l'attività della Società è stata inserita tra quelle autorizzate a proseguire la propria operatività ai sensi della normativa d'urgenza emanata e che la Società ha attivato tempestivamente i descritti protocolli sanitari nel corso dell'esercizio 2020, non sono stati riscontrati problemi di organizzazione del lavoro nelle varie unità organizzative.

I risultati conseguiti nell'esercizio, nonostante il *lockdown* ed il periodo critico dovuto alla pandemia che ha determinato un forte rallentamento di tutte le attività economiche a livello mondiale, sono stati comunque tendenzialmente positivi. In tale periodo, la Società è stata in grado di garantire la piena operatività e di soddisfare l'incremento delle richieste dei propri prodotti da parte dei clienti, grazie al nuovo centro logistico e nonostante i provvedimenti restrittivi al trasporto delle merci non deperibili/urgenti, che in alcuni casi hanno limitato e/o rallentato le consegne dei prodotti o reso le stesse più onerose dal punto di vista logistico.

Stante la natura dell'attività della Società legata alla commercializzazione di parafarmaci, farmaci da banco, prodotti ortopedici e prodotti beauty in via prevalente avvalendosi del canale e-commerce e in via secondaria del canale *retail* attraverso dieci punti vendita, la

pandemia da Covid-19 non ha avuto effetti negativi sul fronte delle vendite collegate al canale “on-line”.

L’impatto derivante dal Covid-19 si è invece manifestato nel canale “retail” ove le parafarmacie situate presso i presidi ospedalieri hanno infatti subito una riduzione del fatturato a causa del minor numero di visite effettuate giornalmente negli ospedali per motivi di sicurezza e del minor numero di visite consentite ai propri cari. Il management di Farmaè ha così optato per ridurre l’orario di apertura di ogni singolo punto vendita situato presso i presidi ospedalieri.

Non da meno è stato l’impatto del Covid-19 sul negozio “Beautyè”, il quale è stato penalizzato dal primo *lockdown* che ne ha determinato la chiusura totale da marzo fino a maggio 2020 e ha poi subito chiusure parziali in accordo alle direttive nazionali e regionali tempo per tempo vigenti.

La particolare situazione di emergenza sanitaria ha inoltre fatto registrare il sostenimento di costi non ricorrenti, che non si sarebbero manifestati se non si fosse verificata la pandemia. Tra i principali e più rilevanti rileviamo:

- i. costi di trasporto dovuti a consegne non eseguite per sopraggiunte chiusure improvvise e imprevedibili in zone “rosse”;
- ii. costi per merce danneggiata e per normativa non più rivendibile rientrata dalle zone sopracitate;
- iii. costi conseguenti all’organizzazione del lavoro nei mesi di marzo e aprile su tre turni giornalieri;
- iv. spese per sanificazione giornaliera (al termine di ogni di turno di lavoro);
- v. spese per acquisto di dispositivi di protezione individuale;
- vi. spese per acquisto di prodotti detergenti e disinfettanti;
- vii. spese per acquisto di dispositivi di sicurezza e atti a garantire la distanza di sicurezza interpersonale;
- viii. spese per la dotazione tecnico-informatica del personale per favorire lo smart working;
- ix. spese per i tamponi e i test sierologici effettuati a tutto il personale;
- x. spese per la stipula di una polizza aziendale Covid-19.

La situazione di emergenza ha avuto ulteriori ripercussioni negative in termini economici anche per il maggior sostenimento di costi di pubblicità Google per la maggior concorrenza che si è realizzata nel canale e-commerce e per il potenziamento del server e dei servizi internet cloud.

Il tutto, se pur parzialmente neutralizzato dal beneficio derivante dal credito d’imposta previsto dalla normativa in materia e che comunque è risultato di entità non rilevante, ha contribuito al risultato economico dell’esercizio.

Le disposizioni legislative emanate per far fronte all’epidemia da COVID-19 non hanno dunque determinato impatti rilevanti sull’operatività complessiva della società che è proseguita in modo regolare e non si sono rilevate flessioni nelle prestazioni fornite ai propri clienti. Allo stato attuale quindi la Società ritiene che non vi siano motivi per ritenere che le prospettive di continuità aziendale possano risentire in misura rilevante degli impatti derivanti dall’epidemia da COVID-19.

Il management svolge inoltre un continuo monitoraggio della situazione finanziaria, commerciale e organizzativa della Società, pianificando e valutando tutte le possibili soluzioni per ridurre al minimo gli effetti della pandemia e non ritiene che l’impatto

dell'epidemia stessa possa ostacolare i programmi e la strategia futura che la Società intende percorrere.

## Descrizione dell'azienda e modello di business

### Overview della Società

Farmaè S.p.A. è oggi il primo “*e-retailer onlife*”<sup>2</sup> in Italia (in termini di fatturato e dimensioni) di prodotti per la salute e il benessere della persona e degli animali domestici.

Nata nel 2014, Farmaè S.p.A opera prevalentemente nell'eCommerce tramite le due piattaforme *web Farmaè* e *Beautyè* (con circa 40 milioni di visitatori nell'anno 2020 e 7,5 milioni di prodotti venduti nell'anno 2020), e attraverso 10 punti vendita ripartiti in 9 punti vendita a marchio Farmaè (Viareggio Via Aurelia Nord, 129; Sarzana Piazza S.Giorgio 2; Livorno via Ippolito Nievo 158, Migliarino Pisano Via di Traversagna 29 e i restanti cinque presso l'Ospedale della Versilia, l'Ospedale San Luca di Lucca, l'Ospedale San Jacopo di Pistoia, l'Ospedale Santo Stefano di Prato e l'Ospedale Massa Carrara Apuane) e 1 punto vendita a marchio Beautyè a Viareggio in Viale Marconi 84.

Farmaè S.p.A commercializza attualmente, attraverso i marchi Farmaè e Beautyè, 14 categorie di prodotto: cosmetici; integratori/dietetici; parafarmaci; dispositivi medici; infanzia; erboristeria; omeopatici; ausili/ortopedici; farmaci da banco; veterinari; make up; skincare; fragranze, prodotti per capelli - con circa 45.000 referenze totali.

Farmaè S.p.A ha una doppia anima: l'anima “Farma/Beauty” (riferita al settore “Salute e Benessere” e “Beauty”) che esprime nel suo essere uno dei principali *player* distributivi italiani e l'anima “Tech” essendo a tutti gli effetti anche un'azienda tecnologica in grado di posizionarsi sul mercato con tutti i criteri di modernità e innovazione che un importante *player* digitale oggi ha sul mercato.

Farmaè S.p.A è da poco entrata nel settore dell'Ortopedia pesante acquisendo il player online Sanort [www.sanort.com](http://www.sanort.com) e ha consolidato la sua anima digitale e di marketing acquistando il 100% di Valnan Communications [www.valnan.it](http://www.valnan.it) agenzia di comunicazione e marketing online.

Il valore di Farmaè S.p.A si concretizza infatti (i) nei milioni di consumatori *online* e nelle migliaia di clienti nei punti vendita (*Data Economy*), (ii) nella sua capacità, in quanto azienda tecnologica (Tech), di suggerire continui sviluppi *tech* in grado di fornire diverse soluzioni alle esigenze del cliente e dell'industria di settore (Omnicanalità) e (iii) nella trasversalità e scalabilità di un'offerta integrata nel settore di riferimento.

---

<sup>2</sup> “*Onlife*” è un termine coniato dal filosofo Luciano Floridi, Professore di Filosofia ed Etica dell'informazione all'Università di Oxford, presidente di un *think tank* promosso dalla Commissione Europea e dedicato all'approfondimento degli effetti della rivoluzione digitale sul mondo dei consumi; rappresenta un nuovo paradigma economico dove *online* e *offline* diventano una sola cosa.

Farmaè S.p.A è riconosciuta dal mercato come una Piattaforma Commerciale Integrata e un Media di riferimento nel settore della Salute e Benessere e nel settore del Beauty, principalmente grazie ai seguenti fattori:

- modello di business unico e di successo che sfrutta i vantaggi offerti dall'approccio omnicanale, creato con l'obiettivo di generare valore sia per il Cliente che per l'Industria;
- un'offerta commerciale ampia e integrata per essere punto di riferimento unico per il cliente nel comparto Salute e Benessere e un approccio nuovo e scalabile nelle logiche di cross selling grazie all'ingresso nel comparto Beauty con il progetto Beautyè e all'ingresso nel comparto Ortopedia pesante con l'acquisizione di Sanort;
- partnership consolidate con le multinazionali del settore;
- management team con forte esperienza nei settori di riferimento, Marketing, Tech, Digital Economy e Big Data;
- costante attenzione all'innovazione tecnologica sia a livello di azienda sia a livello di Web Site per sfruttare a pieno i vantaggi dell'evoluzione tecnologica e delle nuove logiche di Machine Learning e Intelligenza Artificiale;
- attenzione al cliente grazie al suo Customer Care e alla sua Logistica.

Grazie ad un modello di business innovativo, Farmaè S.p.A si propone come un punto di riferimento per il Cliente e per l'Industria.

Farmaè S.p.A, nel condividere la nuova filosofia "Onlife", intende mettere al centro delle sue attività circolari il Cliente finale rispondendo in modo innovativo, immediato, veloce e pragmatico ad ogni sua esigenza ed assicurandogli una *customer experience* unica indipendentemente dal canale di acquisto utilizzato. La Società sviluppa inoltre partnership con le principali realtà industriali del settore, dalle quali viene oggi percepita non solo come un importante cliente, ma anche come un Media Platform attraverso cui migliorare la conoscenza del mercato e veicolare la comunicazione in maniera efficace verso i propri consumatori.

## **Programmi futuri e strategia**

Farmaè S.p.A intende proseguire nella sua strategia di crescita e di sviluppo migliorando il proprio modello di business, che lo contraddistingue sul mercato.

### *Ampliamento dell'offerta prodotti*

L'obiettivo della Società, nel corso dei prossimi tre anni, è quello di aumentare ulteriormente la base utenti, grazie all'implementazione di iniziative a spot e incentivi continuativi, mantenendo tuttavia il tasso di conversione e lo scontrino medio sostanzialmente in linea con i risultati ottenuti nel 2020.

Al fine di supportare la crescita degli utenti, Farmaè S.p.A prevede di allargare l'offerta dei propri prodotti e ciò grazie all'ampliamento della nuova categoria merceologica relativa ai prodotti per la cura degli animali includendo nuovi prodotti del mass market relativi al "benessere" della persona nonché prodotti che oggi sono commercializzati sul canale del lusso e professionale con il progetto Beautyè nel quale l'azienda intende incrementare

considerevolmente l'offerta per la fine del 2020 così da diventare un continuo e preciso riferimento del mercato.

Oltre a consolidare il proprio posizionamento nei canali distributivi in cui oggi opera allargando l'offerta Farmaè S.p.A ha la forte volontà di consolidare la sua volontà di azienda cross canale entrando in nuovi canali merceologici sempre attribuibili alla cura, bellezza e benessere delle persone tutte e degli animali domestici (Farma, Beauty, Mass Market, Bio, Pet, Omeopatia, Ortopedia) per rivolgersi a mercati attraenti e complementari.

#### *Ampliamento della capacità logistica*

Avendo necessità di migliorare sempre le performance di servizio in termini di consegna, anche alla luce degli obiettivi di sviluppo del business, Farmaè Spa ha dato seguito ad un ulteriore programma di analisi per iniziare il percorso di realizzazione di un secondo polo logistico in grado di ampliare ulteriormente le capacità logistiche e di servizio dell'azienda ipotizzando un suo posizionamento in zona geografico a vantaggio e supporto di nuove strategie di marketing (es: ulteriore processo di velocizzazione delle consegne nelle zone a maggior interesse per Farmaè S.p.A).

#### *Sviluppo della Tecnologia*

L'intendimento per i prossimi 3 anni è quello di valorizzare fattivamente e operativamente le capacità tecnologiche dell'azienda sempre valorizzare l'esperienza di acquisto e di conoscenza che il consumatore finale può avere grazie alle piattaforme online. E' in essere un percorso importante in questo senso rivolto al concreto utilizzo dell'intelligenza artificiale e delle logiche di machine Learning finalizzato a promuovere tutta una serie di attività automatizzate capace di migliorare e ampliare le leve relative alle Api gestionali del business e di conseguenza quello che è l'apporto commerciale che queste possono avere nell'ampliare sia la base clienti che il loro tasso di fidelizzazione.

#### *Apertura di nuovi punti vendita*

L'obiettivo di Farmaè S.p.A è quello di aprire ulteriori punti vendita sul territorio italiano, tra cui un nuovo punto vendita in grado di accogliere in una unica logica di concept store, le due diverse tipologie di anime commerciali di Farmaè S.p.A: Farmaè e Beautyè.

Il nuovo concept – concepito anche come strumento di branding al fine di aumentare la propria visibilità sul mercato - prevede l'implementazione di una serie di tecnologie per facilitare e velocizzare l'attività di shopping del cliente tra le quali anche totem interattivi per selezionare i prodotti e pagarli direttamente con carta di credito senza dover andare alla cassa.

#### *Rafforzamento dei rapporti con i partner strategici*

Farmaè S.p.A punta a consolidare ulteriormente il suo posizionamento nei confronti dei suoi partner come media su cui attivare azioni di marketing e comunicazione; il consolidamento di tale posizionamento consentirà alla Società di beneficiare sia in termini economici (grazie ai ricavi di co-marketing) sia in termini di visibilità sul mercato. L'asset Media sarà valorizzato sia per il brand Farmaè che per il brand Beautyè e si avvarrà anche di profonde logiche di relazione tra le due diverse *intelligence* di progetto che confluiranno in un'unica *value proposition*.

### *Inserimento di nuove figure nell'organigramma aziendale*

La Società, per garantirsi una crescita sostenibile nel lungo periodo, ha inoltre pianificato l'ingresso di nuove figure in tutte le aree chiave del suo business, come ad esempio il Customer Care, il reparto IT, il Marketing (con marketing manager dedicati alle diverse categorie merceologiche), gli acquisti e il controllo di gestione interno, oltre chiaramente l'aumento del numero di farmacisti e personale di magazzino.

### *M&A*

La Società ha dato seguito ad una organizzazione interna, attraverso un ufficio di M&A, per incominciare un percorso finalizzato a valutare opportunità di acquisizione sul mercato. La filosofia alla base dell'eventuale acquisizione è finalizzata alla crescita e sviluppo dell'acquisito grazie anche alla capacità sinergie e di economie di scala di cui il gruppo Farmaè Spa può beneficiare.

## **Andamento del mercato di riferimento e normativa**

### **Overview del mercato Online in Italia nel 2020 (Osservatorio Politecnico)**

Nel 2020 gli acquisti online valgono 30.559 miliardi di euro, registrando un - 3% rispetto al 2019. Questo risultato è frutto di dinamiche differenti e per nulla trascurabili, da un lato l'acquisto dei Prodotti crescono di 5,5 miliardi di euro + 31% rispetto al 2019, l'incremento annuo più alto di sempre e raggiungono i 23,4 miliardi di euro. Dall'altro lato gli acquisti di Servizi in forte crisi per le evidenti difficoltà del settore Turismo/Trasporti che scendono a 7,2 miliardi di euro registrando un - 47% rispetto al 2019 entrambe dinamiche dovute alla pandemia in corso.

Più del 50% della crescita B2C dell'eCommerce di prodotto è determinata da 3 comparti: Informatica ed elettronica di consumo, l'Abbigliamento e il *Food & Grocery*. I settori più maturi crescono con un tasso sostenuto ma sotto la media di mercato, nel 2020 l'informatica ed elettronica di consumo vale 6,164 miliardi di euro + 20% sul 2019, l'abbigliamento 3,902 miliardi + 22% e l'editoria 1,200 miliardi + 18%. I comparti emergenti invece registrano ottimo risultati con tassi di crescita molto più alti in particolare il *Food & Grocery* con 2,710 miliardi + 70% sul 2019 e l'arredamento e home living con 2,370 miliardi +32%. Buona la crescita anche delle categorie intese come Altro Prodotto con +37% come Beauty e Farma, Giochi e Ricambi Auto.

Per quanto concerne i servizi invece il settore Turismi/Trasporti subisce un importante arresto passando da 10,884 miliardi nel 2019 a 4,821 miliardi nel 2020 -56%, la diffusione del Covid 19 e il conseguente *lockdown* hanno danneggiato fortemente il settore. I tour operator, le agenzie di viaggio e i trasporti (compagnie aeree, autonoleggio, treni, etc) sono quelli più colpiti. Riducono il proprio valore anche i comparti aggregati in Altro Servizio con - 30% particolarmente critica la situazione del ticketing. In controtendenza invece gli acquisti online per le assicurazioni che registrano un + 6%

Nel complesso l'incidenza dell'eCommerce sul totale delle vendite retail in Italia passa dal 6% del 2019 all'8% del 2020 nella sola componente di prodotto. Cresce leggermente anche la penetrazione dei servizi che passa dal 10,7% nel 2019 al 11% nel 2020.

Nei comparti più sviluppati online dal 2019 al 2020 il Turismo e Trasporti passa dal 36% al 40%, l'informatica ed elettronica di consumo dal 28% al 34%, l'editoria dal 21% al 29%, l'abbigliamento dal 9% al 15%. Nei comparti meno maturi invece l'arredamento e home living passa dall'8% al 13%, le assicurazioni dal 7% all'8% e il Food & Grocery dall'1% all'1,7%.

Nel 2020 il 51% degli acquisti eCommerce B2C è fatto attraverso lo *smartphone* che diventa quindi il primo canali di acquisto.

Durante il *lockdown* nonostante la maggior parte degli italiani fosse chiusa nelle loro case non è calato l'utilizzo dello *smartphone* per abilitare gli acquisti eCommerce non è quindi più discriminante il tema dell'acquisto in mobilità e lo Smartphone è il *device* preferito dagli italiani per via dell'esperienza di acquisto semplice e veloce e della possibilità di accesso continuo.

## **Il Mercato di riferimento di Farmaè S.p.A**

Il mercato di riferimento per le attività di Farmaè S.p.A è quello della commercializzazione di prodotti per la Salute e Benessere, sia sul canale fisico che sul canale online attraverso il marchio Farmaè e della commercializzazione di prodotti per i Capelli (settore professionale) e del Beauty (Fragranze, Skincare, Make Up) attraverso il marchio Beautyè.

Nel 2020 il valore complessivo del mercato italiano Salute e Benessere distribuito attraverso il canale tradizionale Farmacia e Parafarmacia (escluso online) è stato pari a circa 10,8 miliardi di Euro, (prezzo al pubblico) mentre quello distribuito attraverso il canale online si è attestato a 389 milioni di Euro, (prezzo al pubblico) con un'incidenza di circa il 3,6% sul totale. Le ultime proiezioni di IQVIA sul mercato di riferimento evidenziano una crescita del mercato online del 66% a valore e dell'83% a volume.

Il mercato della Salute e Benessere in Italia comprende principalmente le seguenti categorie di prodotto:

- OTC (*Over the counter*) ossia tutti i prodotti utilizzati per la cura di patologie minori, inclusi i prodotti di automedicazione, medical device, fitoterapici, omeopatici, etc.
- PEC (*Personal Care*) ossia prodotti per la cura e igiene della persona, dermocosmesi, igiene orale, igiene personale, etc.
- PAC (*Patient Care*) ossia prodotti di medicazione test diagnostici, accessori medico-chirurgici, altri prodotti parafarmaceutico, etc.
- NUT (*Nutrition*) ossia alimenti dietetici, pasti sostitutivi, latte per infanzia, prodotti senza glutine, etc.

Per l'acquisto di questi prodotti non è necessaria la prescrizione medica.

Il tasso di penetrazione del canale online sul canale offline pari al 5,5% risulta ancora basso, sia in confronto ad altre categorie di prodotto che rispetto ad altri paesi, ma raddoppia di anno in anno. La pandemia in corso ha dato un'accelerazione di 2,5 punti in percentuale.

Nel 2020 il valore complessivo del mercato italiano del Beauty distribuito attraverso il canale tradizionale delle profumerie e dei saloni di bellezza è di circa 10 miliardi di Euro, mentre quello distribuito attraverso il canale online si è attestato a 658 milioni di Euro circa (+ 40% YoY) con un'incidenza di circa il 6,5% sul totale.

Il mercato Beauty per Farmaè Spa in Italia comprende principalmente le seguenti categorie di prodotto:

- **CAPELLI** ossia tutti i prodotti per cura e bellezza dei capelli sia in relazione ai prodotti lato consumer che quelli per la derivazione più propriamente professionale
- **FRAGRANZE** ossia tutti gli alcolici/profumi a sostanze odorose che impreziosiscono l'odore di un individuo
- **SKIN-CARE** ossia tutti quei prodotti per la cura della pelle delle persone
- **MAKE UP** ossia tutti quei prodotti di cosmesi decorativa che, attraverso il comunemente inteso "trucco" rendono riconoscibili e attrattivi i caratteri e lineamenti di una persona

Farmaè S.p.A ad oggi opera prevalentemente sul territorio italiano.

Il contesto competitivo di Farmaè S.p.A risulta composto da una parte dagli operatori del canale offline, come farmacie, parafarmacie, profumerie, supermercati e dall'altra dagli operatori del canale online, che include sia operatori specializzati che i siti web di operatori classici.

Secondo le previsioni di IQVIA provider globale di dati e tecnologie avanzate in ambito farmaceutico, il canale online italiano continuerà a crescere a doppia cifra diventando il terzo mercato Europeo dopo Germania e Francia.

## **Quadro normativo**

Con Decreto Legge n. 223 del 4 luglio 2006 definitivamente convertito con la Legge n. 248 del 4 agosto 2006 (c.d. Legge Bersani), è stata permessa, per la prima volta in Italia, la vendita al pubblico di farmaci da banco o di automedicazione (OTC) e di tutti i farmaci o prodotti non soggetti a prescrizione medica (SOP) in esercizi diversi dalla farmacia, nonché concessa la possibilità di effettuare sconti sul prezzo al pubblico per questa tipologia di prodotti.

Ad aprile 2019 sono registrate sul sito del Ministero della Salute circa 6.400 esercizi commerciali (parafarmacie) (di cui circa il 15% corner della GDO) con circa n. 11.520 farmacisti. La quasi totalità esercita l'attività come operatore singolo, mentre solo una piccola parte è organizzata in catene.

La Legge Bersani ha fissato i requisiti tecnologici, strutturali, organizzativi che tali esercizi commerciali devono possedere per svolgere l'attività sopra indicata. Qui di seguito si riportano i più rilevanti:

- deve essere garantita la presenza di un farmacista abilitato alla professione e iscritto all'Albo professionale per tutto l'orario di apertura dell'esercizio commerciale;
- deve essere effettuata comunicazione al Comune e all'Asl di competenza per l'esercizio dell'attività (l'Asl è l'ente che deve effettuare la sorveglianza sanitaria);
- deve essere iscritto nella banca dati centrale ai fini della tracciabilità del farmaco per ottenere un codice identificativo univoco come previsto dal Decreto del Ministro della Salute 15 luglio 2004 (G.U. n.2 del 4 gennaio 2005);
- deve essere inserita nel sistema di farmacovigilanza (i.e., insieme delle attività finalizzate all'identificazione, valutazione, comprensione e prevenzione degli effetti avversi o di qualsiasi altro problema correlato all'uso dei medicinali, al fine di assicurare un rapporto beneficio/rischio favorevole per la popolazione) e nel sistema di ricezione degli avvisi di ritiro sequestro di medicinali diffusi dall'AIFA (Agenzia italiana del farmaco che è l'istituzione pubblica competente per l'attività regolatoria dei farmaci in Italia);
- devono essere rispettate tutte le norme in materia di buona conservazione dei farmaci, la temperatura deve essere registrata con appositi apparecchi a registrazione continua;
- deve essere previsto uno spazio esclusivamente dedicato per i farmaci SOP e da banco OTC;
- il magazzino a servizio del deposito delle scorte di farmaci deve rispettare le norme di buona conservazione e distribuzione dei farmaci (Decreto Ministeriale 6 luglio 1999 - approvazione delle linee direttrici in materia di buona pratica di distribuzione dei medicinali per uso umano);
- per la gestione degli alimenti deve essere implementato un sistema di analisi dei rischi e di controllo dei punti critici con riferimento al pericolo di contaminazione sia di natura biologica che chimica o fisica (HACCP - Hazard Analysis and Critical Control Points).

Il Decreto Legislativo 19 febbraio 2014, n. 17, in attuazione della direttiva 2011/62/UE che modifica la direttiva 2001/83/CE, recante un codice comunitario relativo ai medicinali per uso umano, al fine di impedire l'ingresso di medicinali falsificati nella catena di fornitura legale, ha autorizzato la vendita dei farmaci senza obbligo di prescrizione sul web a determinati termini e condizioni che sono stati successivamente indicati in circolari del Ministero della Salute nel 2016. Dette circolari fissano nel dettaglio le regole per l'operatività di tale vendita online, in particolare gli operatori che intendono effettuare vendite a distanza di farmaci devono ottenere un logo identificativo nazionale, da pubblicare sul proprio sito web, che viene rilasciato, previa opportune verifiche, dal Ministero della Salute. Tale "bollino", conforme alle indicazioni definite dalla Unione Europea (con Regolamento di esecuzione della Commissione Europea n. 699/2014 del 24 giugno 2014 relativo al disegno del logo comune per individuare le persone che mettono in vendita medicinali al pubblico a distanza e ai requisiti tecnici, elettronici e crittografici per la verifica della sua autenticità) e comune a tutti gli Stati membri ha, infatti, la funzione di garantire che il venditore on line sia un soggetto che abbia titolo per commercializzare farmaci ai sensi della normativa vigente.

## Andamento della gestione

Nella presente sezione vengono fornite informazioni economico finanziarie relative ai dati annuali della Società per gli esercizi chiusi al 31 dicembre 2020 e al 31 dicembre 2019.

La relazione sulla gestione di Farmaè S.p.A. al 31 dicembre 2020 (la "Relazione") è redatta secondo quanto disciplinato dal codice civile, ed è coerente con il bilancio d'esercizio redatto in accordo ai Principi contabili Italiani formulati dal Consiglio Nazionale dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili e dall'Organismo Italiano di Contabilità (OIC).

Le informazioni economico finanziarie riportate di seguito devono essere lette congiuntamente al bilancio di esercizio della Società al 31 dicembre 2020. Il suddetto bilancio è riportato successivamente alla presente relazione sulla gestione ed è a disposizione del pubblico per la consultazione, presso la sede legale della Società in Viareggio (LU), via Aurelia Nord n. 141, nonché sul sito web della Società [www.farmaegroup.it](http://www.farmaegroup.it).

Nella relazione sono presentati alcuni indicatori di *performance*, che il management utilizza per monitorare e valutare l'andamento della Società.

### Informazioni economico finanziare al 31 dicembre 2020

Il conto economico dell'esercizio 2020 della Società., riclassificato a valore aggiunto e confrontato con quello dell'esercizio precedente, è il seguente:

CONTO ECONOMICO (unità di Euro)	31/12/2020	31/12/2019	Variaz.	Variaz %
Ricavi netti di vendita	65.401.954	37.408.245	27.993.609	75%
Variazione delle rimanenze	3.960.073	3.867.620	92.453	2%
Altri ricavi e proventi	99.404	226.378	(126.974)	(56%)
<b>VALORE DELLA PRODUZIONE</b>	<b>69.461.431</b>	<b>41.502.343</b>	<b>27.959.088</b>	<b>67%</b>
Acquisti di merce	(48.252.923)	(29.038.969)	(19.213.954)	66%
Spese per servizi (1)	(16.409.023)	(8.326.255)	(8.082.768)	97%
Costi per godimento beni di terzi	(1.009.787)	(327.448)	(682.339)	208%
Oneri diversi di gestione	(266.433)	(177.416)	(89.017)	50%
<b>TOTALE COSTI OPERATIVI EST.</b>	<b>(65.938.165)</b>	<b>(37.870.088)</b>	<b>(28.068.077)</b>	<b>74%</b>
<b>V.A. VALORE AGGIUNTO</b>	<b>3.523.265</b>	<b>3.632.255</b>	<b>(108.990)</b>	<b>(3%)</b>
Costo del personale	(2.565.122)	(1.844.000)	(721.123)	39%
<b>MARGINE OPERATIVO LORDO (EBITDA) (2)</b>	<b>958.143</b>	<b>1.788.255</b>	<b>(830.112)</b>	<b>(46%)</b>
Ammortamenti e accant.	-	(970.828)	970.828	(100%)
<b>REDDITO OP. GEST. CARAT. (EBIT) (3)</b>	<b>958.143</b>	<b>817.427</b>	<b>140.716</b>	<b>17%</b>
Proventi finanziari	15.136	1.515	13.621	899%
Oneri finanziari	(1.261.477)	(862.733)	(398.744)	46%
<b>RISULTATO ANTE-IMPOSTE (EBT) (4)</b>	<b>(288.198)</b>	<b>(43.791)</b>	<b>(244.407)</b>	<b>558%</b>
Imposte sul reddito	(260.077)	(19.912)	(240.165)	1206%
<b>RISULTATO DELL'ESERCIZIO</b>	<b>(548.276)</b>	<b>(63.703)</b>	<b>(484.573)</b>	<b>761%</b>

(1) Nel corso del presente esercizio si è proceduto a riclassificare le commissioni bancarie e le commissioni di incasso connesse agli incassi online tra gli oneri finanziari. Tale classificazione risulta anche coerente con il trattamento fiscale dei suddetti oneri che vengono considerati a tutti gli effetti come aventi natura finanziaria così come richiesto dall'autorità fiscale. La riclassifica è stata apportata anche all'esercizio di confronto 31.12.2019 per finalità comparative. Il valore di tali oneri è risultato pari a Euro 1.136.814 al 31.12.2020 ed era pari a Euro 784.174 al 31.12.2019.

(2) Il margine operativo lordo indica il risultato prima degli oneri finanziari, delle imposte, degli ammortamenti delle immobilizzazioni e accantonamenti a fondi e delle svalutazioni delle immobilizzazioni e dei crediti iscritti nell'attivo circolante. Il margine operativo lordo rappresenta pertanto un'approssimazione della generazione di cassa della stessa, prescindendo quindi da elementi non

monetari. Il margine operativo lordo così definito rappresenta l'indicatore utilizzato dagli amministratori della Società per monitorare e valutare l'andamento dell'attività aziendale. Poiché il margine operativo lordo non è identificato come misura contabile nell'ambito dei principi contabili, non deve essere considerato una misura alternativa per la valutazione dell'andamento dei risultati operativi della Società. Poiché la composizione del margine operativo lordo non è regolamentata dai principi contabili di riferimento, il criterio di determinazione applicato dalla Società potrebbe non essere omogeneo con quello adottato da altre società e quindi non risultare con esse comparabile.

- (3) Il reddito operativo della gestione caratteristica indica il risultato prima degli oneri finanziari e delle imposte dell'esercizio. Il reddito operativo della gestione caratteristica rappresenta pertanto il risultato della gestione prima della remunerazione del capitale sia di terzi sia proprio. Il reddito operativo della gestione caratteristica così definito rappresenta l'indicatore utilizzato dagli amministratori della Società per monitorare e valutare l'andamento dell'attività aziendale. Poiché il reddito operativo della gestione caratteristica non è identificato come misura contabile nell'ambito dei principi contabili, non deve essere considerato una misura alternativa per la valutazione dell'andamento dei risultati operativi della Società. Poiché la composizione del reddito operativo della gestione caratteristica non è regolamentata dai principi contabili di riferimento, il criterio di determinazione applicato dalla Società potrebbe non essere omogeneo con quello adottato da altre società e quindi non risultare con esse comparabile.
- (4) Il risultato ante-imposte indica il risultato prima delle imposte del periodo. Il risultato ante-imposte così definito rappresenta l'indicatore utilizzato dagli amministratori della Società per monitorare e valutare l'andamento dell'attività aziendale. Poiché il risultato ante-imposte non è identificato come misura contabile nell'ambito dei principi contabili, non deve essere considerato una misura alternativa per la valutazione dell'andamento dei risultati operativi della Società. Poiché la composizione del risultato ante-imposte non è regolamentata dai principi contabili di riferimento, il criterio di determinazione applicato dalla Società potrebbe non essere omogeneo con quello adottato da altre società e quindi non risultare con esse comparabile.

Allo scopo di facilitare la comprensione dell'andamento economico finanziario della Società, si riportano di seguito i principali indicatori:

(Unità di Euro)	31/12/2020	31/12/2019	Var %
<b>Indicatori economici</b>			
Ricavi delle vendite	65.401.954	37.408.345	75%
Valore della produzione	69.461.431	41.502.343	67%
EBITDA	958.143	1.788.255	(46%)
EBITDA % sui ricavi	1,5%	4,7%	
EBITDA ADJUSTED	1.460.379	1.788.255	(18%)
EBITDA ADJUSTED % sui ricavi	2,2%	4,8%	
EBIT	958.143	817.427	17%
EBIT % sui ricavi	1,5%	2,2%	
EBT	(288.198)	(43.791)	558%
EBT ADJUSTED	39.194	(43.791)	(190%)
Risultato netto	(548.276)	(63.703)	761%
Risultato netto % sui ricavi	(0,8%)	(0,2%)	

Precisando che:

- i. tali indicatori non sono indicativi dell'andamento futuro della Società;
- ii. tali indicatori non sono previsti dai Principi Contabili Italiani e, pur essendo derivati dal bilancio d'esercizio al 31 dicembre 2020 e dal bilancio d'esercizio al 31 dicembre 2019, non sono assoggettati a revisione contabile;
- iii. le definizioni e i criteri adottati per la determinazione degli indicatori utilizzati dalla Società, in quanto non rivenienti dai principi contabili di riferimento, potrebbero non essere omogenei con quelli adottati da altre società e, pertanto, potrebbero non essere comparabili con quelli eventualmente presentati da tali soggetti;

## Ricavi netti di vendita

Nel 2020 la Società ha continuato il suo importante percorso di crescita iniziato negli esercizi precedenti. I ricavi netti di vendita sono stati pari a Euro 65,4 milioni di Euro, in aumento del 75% rispetto ai 37,5 milioni di Euro conseguiti nel 2019.

La Società ha registrato un andamento positivo in tutte le linee commerciali, a conferma della validità del modello di Business realizzato, come dimostrano i risultati sotto riportati:

(Dati in Euro)	31/12/2020	31/12/2019	Variaz. Assoluta	Variaz. %
Vendite online	61.011.813	34.214.235	26.797.577	78%
Vendite offline	2.419.832	1.994.860	424.972	21%
Co-marketing	1.970.309	1.199.250	771.059	64%
Altri ricavi	99.404	226.378	(126.974)	(56%)
<b>Totale</b>	<b>65.501.358</b>	<b>37.634.723</b>	<b>27.866.635</b>	<b>74%</b>

L'analisi per linee di business conferma una crescita di tutti i segmenti, in particolare di quello online e dei servizi di co-marketing.

Il segmento online ha registrato un fatturato di Euro 61 milioni, con un incremento del +78% rispetto all'anno precedente. I principali driver di tale crescita sono da ricondurre a:

- ✓ ampliamento della gamma dei prodotti offerti;
- ✓ crescita della base utenti;
- ✓ crescita del tasso di conversione e conseguente crescita degli ordini annui.

L'offline ha registrato vendite per Euro 2,4 milioni, per un valore incrementale del 21% rispetto all'esercizio precedente.

L'incremento dei volumi è collegato al miglioramento del comparto "Beauty", al consolidamento delle performance Like for Like degli Store e al maggior fatturato generato dall'apertura del punto vendita di Sarzana. L'obiettivo principale di questi punti vendita è di incrementare la visibilità della Società sul mercato.

Il fatturato del co-marketing è stato di Euro 2 milioni per un valore incrementale del 64% rispetto al 2019. Tale importante risultato è da ricondursi alla sempre più stretta partnership con le Industrie del settore che vedono Farmaè S.p.A come l'unico vero interlocutore all'interno del mercato online della salute e benessere.

### **Margine operativo lordo (EBITDA)**

Il margine operativo lordo (EBITDA) rappresenta l'indicatore utilizzato dagli amministratori della Società per monitorare e valutare l'andamento dell'attività aziendale. L'EBITDA è stato pari a Euro 958.143, in diminuzione del 46% rispetto all'esercizio precedente (nel 2019 pari a Euro 1.788.255).

L'incidenza del margine operativo lordo sui ricavi netti di vendita è stata dell'1,47%.

L'EBITDA risente principalmente dell'aumento dei costi sostenuti per godimento beni di terzi, dovuti principalmente ai canoni di leasing e maxicanone dei due contratti di leasing finanziari avviati a inizio 2020, e di costi imprevisti e non ricorrenti, che non si sarebbero manifestati se non si fosse verificata la pandemia.

### **Margine operativo lordo *adjusted* (EBITDA *adjusted*) <sup>(1)</sup>**

Come noto, nel corso dell'esercizio, la Società ha potenziato la propria struttura logistica con l'acquisizione di un immobile strumentale e di un primo impianto di automazione. Entrambi gli investimenti sono stati finanziati attraverso la stipula di contratti di leasing finanziari che, nell'esercizio 2020, hanno interessato il conto economico e l'EBITDA "nominale" con l'iscrizione di canoni di leasing e quota competenza di maxi canone per complessivi Euro 502.236.

La diversa forma tecnica di reperimento dei mezzi finanziari, attraverso la sottoscrizione di un contratto di mutuo, avrebbe comportato l'iscrizione nel conto economico di quote di ammortamento per Euro 107.490 (vita utile stimata del cespite di 33 anni in luogo della durata di contratto di leasing di 10 anni) e di interessi passivi per mutuo stimati in Euro 67.354. Visto quanto sopra, l'EBITDA *adjusted* è pari a Euro 1.460.379 mentre il risultato ante imposte *adjusted* è positivo per Euro 39.194.

EBITDA da C.E. a valore aggiunto	+ 958.143
Rettifiche:	
Canoni di leasing finanziario	+ 502.236
<b>Risultato EBITDA Adjusted</b>	<b>+ 1.460.379</b>

Risultato ante imposte	- 288.198
Rettifiche:	
Canoni di leasing finanziari	+ 502.236
Quote di ammortamento	- 107.490
Interessi passivi mutuo	- 67.354
<b>Risultato ante imposte Adjusted</b>	<b>+ 39.194</b>

- (1) Il margine operativo lordo *adjusted* (definito anche come "EBITDA *adjusted*") indica il risultato prima degli oneri finanziari, delle imposte, degli ammortamenti delle immobilizzazioni, degli accantonamenti a fondi, delle svalutazioni delle immobilizzazioni e dei crediti iscritti nell'attivo circolante nonché dei canoni di leasing finanziari. Il margine operativo lordo *adjusted* rappresenta pertanto un'approssimazione della generazione di cassa della stessa, prescindendo quindi da elementi non monetari. Il margine operativo lordo *adjusted* così definito rappresenta l'indicatore utilizzato dagli amministratori della Società per monitorare e valutare l'andamento dell'attività aziendale. Poiché il margine operativo lordo *adjusted* non è identificato come misura contabile nell'ambito dei principi contabili, non deve essere considerato una misura alternativa per la valutazione dell'andamento dei risultati operativi della Società. Poiché la composizione del margine operativo lordo *adjusted* non è regolamentata dai principi contabili di riferimento, il criterio di determinazione applicato dalla Società potrebbe non essere omogeneo con quello adottato da altre società e quindi non risultare con esse comparabile. Si ritiene opportuno evidenziare tale indicatore in funzione delle forme tecniche utilizzate per l'approvvigionamento di fonti finanziarie da destinare alle coperture dei recenti investimenti produttivi.

Si ricorda che nel corso del presente esercizio si è proceduto a riclassificare le commissioni bancarie e le commissioni di incasso connesse agli incassi online tra gli oneri finanziari.

L'EBITDA *adjusted* dell'esercizio, al netto di tali spese associate all'operatività aziendale, ammonta a Euro 323.565 (Euro 1.004.081 nel 2019, specificando che la Società non aveva in essere leasing finanziari a tale data).

### Reddito operativo gestione caratteristica (EBIT)

L'EBIT dell'esercizio 2020 è pari a Euro 958.143, in aumento del 17% rispetto all'esercizio precedente. L'EBIT dell'esercizio è uguale all'EBITDA in quanto, come comunicato nella premessa della presente relazione e come maggiormente dettagliato in Nota Integrativa, la Società si è avvalsa della possibilità di sospendere per intero le quote di ammortamento di tutte le immobilizzazioni materiali e immateriali, non impuntandole a conto economico così come previsto dal Decreto Legge n. 104/2020 art. 60, convertito dalla Legge n. 126/2020. Gli ammortamenti sospesi nel 2020 ammontano a Euro 1.280.587. Al netto di tale effetto l'EBIT dell'esercizio sarebbe stato pari a Euro (322.444). Per maggiori dettagli si rimanda alla nota integrativa.

### Risultato Netto

La perdita netta dell'esercizio 2020, dopo aver rilevato imposte correnti, differite e anticipate per Euro 260.077, è pari ad Euro 548.276. Tale valore, come specificato nella sezione descrittiva dell'EBITDA, risente della situazione di emergenza sanitaria nazionale e internazionale dovuta al Covid-19 che, se pur non ha influenzato negativamente la gestione aziendale in termini di volumi di ricavi on line, che sono addirittura aumentati, ha comunque influenzato negativamente il conto economico aziendale in termini di costi di natura non ricorrente e imprevisti, che non si sarebbero manifestati se non si fosse verificata la

pandemia. Si rimanda alla premessa della presente relazione sulla gestione e alla sezione specifica sull'informativa Covid per maggiori approfondimenti. Inoltre, come descritto nei commenti sull'EBIT, il risultato netto è stato influenzato dalla sospensione degli ammortamenti. Al netto di tale effetto la perdita netta dell'esercizio sarebbe stata pari a Euro (1.459.798).

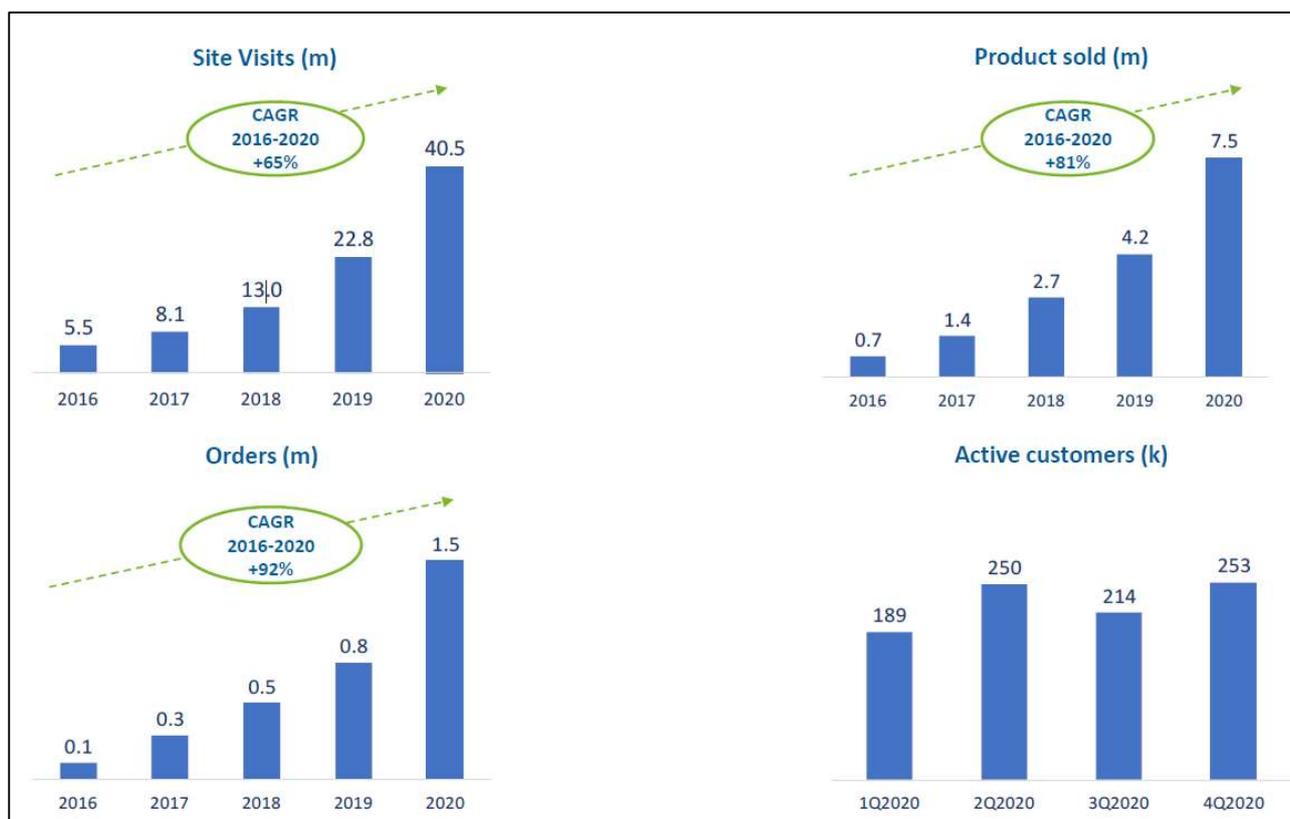
### Principali KPI gestionali

Nel 2020 il portale web ha raggiunto oltre 40.5 milioni di visitatori rispetto ai 22.8 milioni dell'esercizio precedente con un tasso di conversione all'acquisto pari a ca. 3,6%, fra i più alti del settore, soprattutto grazie a innovative strategie digitali.

Nell'anno la Società ha registrato, inoltre, 1,5 milioni di ordini online rispetto ai 815 mila ordini ricevuti nel 2019.

Nel 2020, infine, sono stati venduti 7,5 milioni di prodotti rispetto ai 4.2 milioni di prodotti venduti nel 2019.

Di seguito l'andamento dei principali KPI gestionali degli ultimi 5 anni:



### Situazione patrimoniale-finanziaria

Lo stato patrimoniale riclassificato con il criterio finanziario confrontato con quello del periodo precedente è il seguente. Gli aggregati rilevanti riscritti in chiave sintetica sono così esprimibili:

STATO PATRIMONIALE	31/12/2020	31/12/2019	VARIAZ.	VARIAZ. %
Liquidità immediata	8.983.967	3.503.685	5.480.282	156%
Liquidità differita	9.555.360	6.905.829	2.649.531	38%
Magazzino rimanenze	14.649.069	10.796.006	3.853.063	36%
<b>ATTIVO CORRENTE (C)</b>	<b>33.188.396</b>	<b>21.205.520</b>	<b>11.982.876</b>	<b>57%</b>
Immobilizzazioni materiali	1.981.459	1.010.108	971.351	96%
Immobilizzazioni immateriali	6.595.521	5.727.360	868.161	15%
Immobilizzazioni finanziarie	1.304.993	768.808	536.185	70%
<b>ATTIVO NON CORRENTE</b>	<b>9.881.973</b>	<b>7.506.276</b>	<b>2.375.697</b>	<b>32%</b>
<b>TOTALE ATTIVITA' - IMPIEGHI (K)</b>	<b>43.070.369</b>	<b>28.711.796</b>	<b>14.358.573</b>	<b>50%</b>
<b>PASSIVO CORRENTE (P)</b>	<b>22.710.968</b>	<b>14.235.706</b>	<b>8.475.262</b>	<b>60%</b>
<b>PASSIVO NON CORRENTE</b>	<b>8.585.672</b>	<b>2.289.087</b>	<b>6.296.585</b>	<b>275%</b>
<b>PATRIMONIO NETTO (N)</b>	<b>11.773.729</b>	<b>12.187.003</b>	<b>(413.274)</b>	<b>(3%)</b>
<b>TOTALE PASSIVO E PATRIMONIO NETTO - FONTI</b>	<b>43.070.369</b>	<b>28.711.796</b>	<b>14.358.573</b>	<b>50%</b>

L'attivo corrente, pari a Euro 33.188.396, è in aumento del 57% rispetto all'attivo corrente registrato al 31 dicembre 2019. L'incremento è principalmente dovuto all'aumento delle liquidità immediata, segno che la Società non evidenzia problemi di cassa, e all'aumento delle rimanenze di magazzino in virtù dei maggiori volumi transazionali da gestire.

L'attivo fisso (non corrente), pari a Euro 9.881.973, registra un aumento di Euro 2.375.697 rispetto al 31 dicembre 2019 principalmente per effetto degli investimenti del periodo in macchinari, migliorie su beni di terzi e all'acquisto delle partecipazioni nelle società Valnan S.r.l e Sanort S.r.l..

Il passivo corrente, pari a Euro 22.710.968, registra un incremento di Euro 8.475.262 principalmente per l'incremento della voce "Debiti verso fornitori" legati allo sviluppo del business e alla continua crescita dei volumi acquistati per successiva rivendita.

Il passivo non corrente, pari a Euro 8.585.672, registra un aumento di Euro 6.296.585, dovuto principalmente ai finanziamenti/mutui accesi dalla Società nel corso del 2020 a condizioni e tassi di mercato molto favorevoli.

Si riporta, inoltre, di seguito lo schema riclassificato per fonti ed impieghi dello stato patrimoniale al 31 dicembre 2020 e 31 dicembre 2019

IMPIEGHI	31/12/2020	31/12/2019	VARIAZ.	VARIAZ. %
Attività non correnti	9.881.973	7.506.276	2.375.697	32%
Capitale circolante netto	(782.616)	2.697.387	(3.480.003)	(129%)
Passività non correnti	(680.787)	(187.972)	(492.815)	262%
<b>CAPITALE INVESTITO NETTO (*)</b>	<b>8.418.570</b>	<b>10.015.691</b>	<b>(1.597.121)</b>	<b>(16%)</b>
<b>FONTI</b>				
Patrimonio Netto	11.773.729	12.187.003	(413.274)	(3%)
Indebitamento finanziario netto	(3.355.159)	(2.171.312)	(1.183.847)	55%
<b>TOTALE FONTI DI FINANZIAMENTO</b>	<b>8.418.570</b>	<b>10.015.691</b>	<b>(1.597.121)</b>	<b>(16%)</b>

(\*) Il capitale investito netto è ottenuto come sommatoria algebrica del capitale circolante netto, ottenuto come differenza fra attività correnti e passività correnti con esclusione delle attività e passività finanziarie, delle attività non correnti e delle passività non correnti

con esclusione della parte finanziaria. Il capitale investito netto non è identificato come misura contabile nell'ambito dei principi contabili di riferimento. Il criterio di determinazione applicato potrebbe non essere omogeneo con quello adottato da altre Società e, pertanto, il saldo ottenuto potrebbe non essere comparabile con quello determinato da quest'ultimi.

I principali indicatori patrimoniali individuati possono essere così riepilogati:

(migliaia di Euro)	31/12/2020	31/12/2019	Var %
<b>Indicatori patrimoniali</b>			
Capitale Circolante Netto	(782.616)	2.697.387	(129%)
Capitale Investito Netto	8.418.570	10.015.691	(16%)
Posizione finanziaria netta	(3.355.159)	(2.171.312)	55%

### Capitale circolante netto

Il capitale circolante netto (abbreviato con la sigla CCN) esprime la misura in cui l'impresa è in grado di estinguere le passività a breve termine attraverso il realizzo (diretto ed indiretto) di attività a breve termine. È ottenuto come differenza fra attività correnti e passività correnti con esclusione delle attività e passività finanziarie.

La composizione del capitale circolante netto al 31 dicembre 2020 e al 31 dicembre 2019 è dettagliata nella tabella seguente:

(Valori in Euro)	31/12/2020	31/12/2019	VARIAZ.	VARIAZ. %
Rimanenze	14.649.069	10.688.996	3.960.073	37%
Crediti commerciali	1.897.220	1.517.187	380.033	25%
Altri crediti (crediti tributari, per imposte anticipate e altri)	1.927.182	2.320.992	(393.810)	(17%)
Ratei e risconti attivi	808.826	254.731	554.095	218%
<b>Attività correnti (ad esclusione delle attività finanziarie)</b>	<b>19.282.297</b>	<b>14.781.906</b>	<b>4.500.391</b>	<b>25%</b>
Debiti commerciali	19.651.036	11.814.086	7.836.950	66%
Altri debiti (debiti tributari, previdenziali e altri)	373.423	263.450	109.973	42%
Ratei e risconti passivi	40.454	6.983	33.471	479%
<b>Passività correnti (ad esclusione delle passività finanziarie)</b>	<b>20.064.913</b>	<b>12.084.519</b>	<b>7.980.394</b>	<b>66%</b>
<b>CAPITALE CIRCOLANTE NETTO</b>	<b>(782.616)</b>	<b>2.697.387</b>	<b>(3.480.003)</b>	<b>(129%)</b>

### Capitale investito netto

IMPIEGHI	31/12/2020	31/12/2019	VARIAZ.	VARIAZ. %
Attività non correnti	9.881.973	7.506.276	2.375.697	32%
Capitale circolante netto	(782.616)	2.697.387	(3.480.003)	(129%)
Passività non correnti	(680.787)	(187.972)	492.815	262%
<b>CAPITALE INVESTITO NETTO (*)</b>	<b>8.418.570</b>	<b>10.015.691</b>	<b>(1.597.121)</b>	<b>(16%)</b>

(\*) Il capitale investito netto è ottenuto come sommatoria algebrica del capitale circolante netto, delle attività non correnti e delle passività non correnti. Il capitale investito netto non è identificato come misura contabile nell'ambito dei principi contabili di riferimento. Il criterio di

determinazione applicato dalla Società potrebbe non essere omogeneo con quello adottato da altre entità e, pertanto, il saldo ottenuto potrebbe non essere comparabile con quello determinato da questi ultimi

## Posizione finanziaria netta

Viene definita posizione finanziaria netta (PFN) la differenza tra i debiti aventi natura finanziaria e le disponibilità liquide della Società a cui sommare le attività finanziarie qualificabili come “*cash equivalents*” (investimenti a breve termine, facilmente convertibili in ammontari noti di denaro e soggetti ad un rischio insignificante di variazione di valore).

Segnaliamo il deciso miglioramento della posizione finanziaria netta che risulta essere positiva a fine esercizio 2020 per Euro 3.355 migliaia, in aumento del 55% rispetto a Euro 2.171 migliaia al 31 dicembre 2019.

Le disponibilità liquide complessive (*cash equivalents* compresi) della Società al 31 dicembre 2020 ammontano a Euro 13,9 milioni, in aumento del 116% rispetto alle disponibilità risultanti al 31 dicembre 2019.

La posizione finanziaria netta, esposta secondo lo schema della Comunicazione Consob n. DEM/6064293 del 28 luglio 2006, al 31 dicembre 2020 e 31 dicembre 2019 è dettagliata nella tabella seguente:

(Valori in Euro)	31/12/2020	31/12/2019
A. Disponibilità liquide	8.983.967	3.503.685
B. Altre disponibilità liquide		
C. Titoli detenuti per la negoziazione	4.922.131	2.919.929
<b>D. Liquidità A + B + C</b>	<b>13.906.098</b>	<b>6.423.614</b>
E. Crediti finanziari correnti		
F. Debiti bancari correnti		
<b>G. Parte corrente dell'indebitamento non corrente</b>	<b>2.646.054</b>	<b>2.151.187</b>
H. Altri debiti finanziari correnti		
<b>I. Indebitamento finanziario corrente F + G + H</b>	<b>2.646.054</b>	<b>2.151.187</b>
<b>J. Indebitamento finanziario corrente netto I – E – D</b>	<b>(11.260.044)</b>	<b>(4.272.427)</b>
K. Debiti bancari non correnti	7.904.885	2.101.115
L. Obbligazioni emesse		
M. Altri debiti finanziari non correnti		
<b>N. Indebitamento finanziario non corrente K + L + M</b>	<b>7.904.885</b>	<b>2.101.115</b>
<b>O. Indebitamento Finanziario Netto J + N</b>	<b>(3.355.159)</b>	<b>(2.171.312)</b>

I flussi di cassa per gli esercizi chiusi al 31 dicembre 2020 e 31 dicembre 2019 sono dettagliati nella tabella seguente:

(Valori in Euro)	31/12/2020	31/12/2019	VARIAZ.
1. Flussi finanziari derivanti dall'attività operativa			
1) Utile dell'esercizio prima delle imposte, interessi, dividendi e plus/minusvalenze da cessione	951.337	817.427	133.910
Rettifiche per elementi non monetari che non hanno avuto contropartita nel CCN			
2) Flusso finanziario prima delle variazioni del CCN	1.405.194	1.877.450	(472.256)
Totale variazioni del capitale circolante netto	3.294.174	(2.821.208)	6.115.382
3) Flusso finanziario dopo le variazioni del CCN	4.699.367	(943.758)	5.643.125
Totale altre rettifiche	(1.258.655)	(1.061.886)	(196.769)
<b>Flusso finanziario dell'attività operativa (A)</b>	<b>3.440.713</b>	<b>(2.004.129)</b>	<b>5.444.842</b>
<b>Flusso finanziario dell'attività di investimento (B)</b>	<b>(4.250.868)</b>	<b>(7.340.151)</b>	<b>3.089.283</b>
<b>Flusso finanziario dell'attività di finanziamento (C)</b>	<b>6.290.439</b>	<b>12.570.172</b>	<b>(6.279.733)</b>
<b>Incremento (decremento) delle disponibilità liquide (A ± B ± C)</b>	<b>5.480.283</b>	<b>3.225.892</b>	<b>2.254.391</b>
<b>Totale disponibilità liquide a inizio esercizio</b>	<b>3.503.685</b>	<b>277.793</b>	<b>3.225.892</b>
<b>Totale disponibilità liquide a fine esercizio</b>	<b>8.983.968</b>	<b>3.503.685</b>	<b>5.480.283</b>

L'attività caratteristica nell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2020 ha generato cassa per Euro 3.440.713, in deciso aumento rispetto al flusso finanziario dell'attività operativa risultante al 31 dicembre 2019.

Continua inoltre l'attività di investimento della Società nel corso del 2020 anche se non raggiunge i livelli dell'esercizio precedente. Il flusso finanziario dell'attività di investimento, pari a Euro 4.250.868, infatti si riduce di circa Euro 3,1 milioni rispetto al 31 dicembre 2019.

I flussi derivanti dall'attività di finanziamento si contraggono significativamente rispetto lo scorso esercizio ad evidenza della capacità della Società di finanziare la propria attività d'investimento prevalentemente tramite i flussi generati dalla propria attività operativa.

## Eventi rilevanti dell'esercizio

In data 6 febbraio 2020 è stato sottoscritto un contratto di leasing immobiliare relativo all'immobile sito in Migliarino Pisano (PI) destinato a magazzino stoccaggio e spedizione merci. In successiva sequenza il suddetto immobile è stato dotato di un impianto di preparazione ed evasione automatica degli ordini, già definitivamente installato nel primo semestre. Nel mese di settembre 2020 questo impianto è stato potenziato e migliorato, consentendo di dimezzare i tempi di evasione e di gestione dell'ordine, di ridurre l'errore di lavorazione, di far lavorare il personale incaricato in spazi più ampi e di aumentare i prodotti a listino, gestendo agevolmente oltre 40.000 referenze.

In data 23 aprile 2020 si è concretizzata, con scrittura privata autenticata, l'acquisto da parte di Farmaè della totalità delle quote di partecipazione al capitale sociale di Valnan S.r.l. L'acquisizione da parte di Farmaè di Valnan Communications è da considerarsi in chiave strategica e a tendere un asset valoriale importante perché l'agenzia, sempre più organizzata e performante, rappresenta un riferimento nella crescita storica di Farmaè avendone seguito e indicato lo sviluppo negli anni sotto il profilo del marketing e della comunicazione pur mantenendo una nuova sua indipendenza sul mercato di riferimento. Indipendenza che ha consentito al management di riferimento di portare nel gruppo Farmaè

Spa quel valore di conoscenze ed esperienze che solo l'operare su mercati diversi ti porta ad avere. Si ritiene che a tendere Valnan oltre a migliorare lo sviluppo del business di Farmaè Spa e dei suoi diversi progetti sia una società destinata a crescere e a diventare rapidamente una delle principali agenzie di comunicazione e marketing online in Italia.

In data 17 giugno 2020 è stata perfezionata, per mezzo della sottoscrizione di un contratto di acquisto di ramo di azienda con Pharma Sangiorgio S.r.l., l'apertura di un nuovo punto vendita sito nel Comune di Sarzana.

La società nel mese di luglio 2020 ha dato seguito a una nuova attività di organizzazione interna, per migliorare le performance secondo la definizione di una precisa cultura aziendale da condividere a tutti i livelli in base a una nuova e precisa definizione di ruoli e funzioni. Tale riorganizzazione si inserisce nell'ambito di un percorso di crescita del personale interno al fine di sostenere l'importante sviluppo dell'attività attraverso l'inserimento di nuove figure professionali.

La società si è posta l'obiettivo di intraprendere un percorso di sostenibilità nella definizione della propria strategia, nella declinazione delle politiche e nei comportamenti di gestione quotidiani, prendendo in considerazione l'impatto che il proprio operato può avere a livello economico, sociale e ambientale. A tal fine, in data 4 agosto 2020, la Società ha dato mandato alla Deloitte di avviare le analisi interne e di benchmark a supporto della Società.

In data 11 settembre 2020 è stato registrato presso l'Ufficio Italiano Marchi e Brevetti di Lucca il marchio Sanort. La registrazione del marchio ha consentito la sua successiva iscrizione in bilancio, a seguito della rivalutazione avvenuta sulla base del valore individuato da apposita perizia di stima redatta da un esperto indipendente. La rivalutazione è stata resa possibile dalla previsione normativa contenuta nel DL 104/2020 ed è stata effettuata ai soli fini civilistici, non prevedendo il versamento dell'imposta sostitutiva, né prevedendo l'affrancamento ai fini fiscali della Riserva di Rivalutazione.

In data 26 ottobre 2020 è stata perfezionata l'apertura di un nuovo punto vendita nel Comune di Livorno; l'apertura del punto vendita su Livorno e la conseguente chiusura del negozio di Cecina avvenuta nei primi giorni di ottobre 2020 è strategica alla diffusione del brand e ad un miglior posizionamento sul mercato.

In data 6 novembre 2020 si è concretizzata, con scrittura privata autenticata, l'acquisto da parte di Farmaè della totalità delle quote di partecipazione al capitale sociale di Sanort S.r.l.. Il prezzo dell'acquisizione è stato pari a Euro 85.000. L'operazione è stata autorizzata dal Consiglio di Amministrazione di Farmaè del 25 settembre 2020. Tale operazione non è stata qualificata come operazione significativa ai sensi dell'art. 12 del Regolamento AIM, non configura un *reverse takeover* ai sensi dell'art. 14 del Regolamento AIM e, non trattandosi di operazione di particolare rilevanza, non si ritiene che la stessa possa essere considerata *price sensitive*.

## **Eventi significativi dopo la chiusura dell'esercizio**

### Corporate Social Responsibility

Nel mese di dicembre 2020 la Società ha creato la Funzione interna di Corporate Social Responsibility, nominando un referente interno. La Responsabilità Sociale della Società

(Corporate Social Responsibility – CSR) è l'insieme di politiche, pratiche e comportamenti adottati a favore della Comunità in cui opera oltre che dell'Impresa stessa. È una forma di responsabilità volontaria che la Società assume nei confronti dei suoi interlocutori sociali: i cosiddetti stakeholders.

Il Responsabile CSR sta attualmente individuando i temi materiali (circa 15) sui quali verranno fissati obiettivi e KPI's quantitativi e/o qualitativi ed entro la prima metà di aprile 2021 il Responsabile CSR individuerà i Champions che collaboreranno con lui nell'implementazione del CSR di tutte le società del Gruppo Farmaè. Il Responsabile CSR concorderà con i vari Champions gli obiettivi che ciascuna società dovrà raggiungere e, entro il mese di dicembre 2021, il Responsabile CSR completerà, con il supporto dei Champions, del CFO e del Responsabile Risorse Umane, il Corporate Social Responsibility report che verrà allegato al bilancio annuale e che troverà spazio nel sito aziendale attraverso un'area dedicata.

Il Responsabile CSR sarà, infine, parte attiva nell'interfacciarsi con la Comunità locale, le organizzazioni di categoria e quelle che hanno attinenza con l'attività di CSR, gli Enti sanitari, i dipartimenti governativi e le associazioni benefiche. Egli presenzierà agli eventi legati alla Corporate Social Responsibility sia organizzati dal Gruppo Farmaè sia a quelli dove è invitato e, attraverso un piano strettamente legato al budget aziendale, proporrà iniziative che renderanno il Gruppo sempre più visibile e le sue società più conosciute.

### Phantom Stock Option

Il Consiglio di Amministrazione del 29 gennaio 2021 ha individuato i beneficiari del primo ciclo di assegnazione del piano di incentivazione basato sull'attribuzione di phantom stock option, approvato dall'Assemblea dei Soci del 27 aprile 2020.

### Regolamenti aziendali

La Società nel mese di gennaio 2021 ha approvato 14 regolamenti aziendali predisposti dalla società incaricata BrotherHood S.r.l. In particolare, la società incaricata ha predisposto:

- i. il "R.I. n. 1/2021 – Codice Disciplinare", che disciplina, con riferimento al personale/lavoratore della Società, i doveri e il relativo comportamento da rispettare presso l'azienda, i divieti, le giustificazioni di eventuali assenze, il mutamento del domicilio, il rispetto dell'orario di lavoro e i conseguenti provvedimenti disciplinari in caso di inosservanza del codice stesso;
- ii. il "R.I. n. 2/2021 – Procedura Inserimento Neoassunti", che stabilisce i criteri di inserimento dei neoassunti, le competenze e le condizioni del programma di inserimento;
- iii. il "R.I. n. 3/2021 – *Whistleblowing*", ossia una policy per disciplinare la segnalazione di comportamenti illegittimi da parte di dipendenti o di terze parti, suddividendo la relativa procedura essenzialmente in 4 fasi: segnalazione del comportamento illegittimo, indagine, esito dell'indagine e protezione del segnalante, testimone e segnalato, oltre alla protezione e archiviazione dei documenti e una formazione e comunicazione in tale ambito;
- iv. il "R.I. n. 4/2021 – Regolamento Spese e Viaggi", che detta le regole aziendali per tutti i dipendenti del gruppo di cui la Società è a capo ("Gruppo Farmaè") con riferimento alla

- cd. “missione”, ossia alla prestazione lavorativa resa temporaneamente in un comune diverso da quello proprio della sede di assegnazione del dipendente, con particolare riferimento al rimborso spese, al viaggio e al pernottamento e alla partecipazione a iniziative formative;
- v. il “R.I. n. 5/2021 – Codice Etico di Condotta”, rivolto agli amministratori del Gruppo Farmaè, ai suoi organi di controllo, al suo management, a tutti i suoi dipendenti e a coloro che operano, direttamente o indirettamente, stabilmente o temporaneamente, per perseguire gli obiettivi del Gruppo Farmaè la cui osservanza è di importanza imprescindibile, definendo le regole di comportamento da rispettare nell’espletamento delle attività professionali e fornendo le regole di condotta da seguire nei rapporti con gli azionisti, i colleghi, i clienti, i fornitori, i partner, le istituzioni pubbliche, le organizzazioni politiche, quelle sindacali e tutti gli altri stakeholder con cui il Gruppo Farmaè si relaziona, al fine di garantire l’efficienza, l’affidabilità e la reputazione del Gruppo Farmaè;
  - vi. il “R.I. n. 6/2021 – Selezione, Assunzione e Gestione del Personale”, con l’obiettivo di definire i principi di comportamento che la Società intende osservare, con riferimento alle diverse attività relative all’area “selezione, assunzione e gestione del personale”, nel rispetto della normativa vigente e dei principi di trasparenza, oggettività e veridicità delle informazioni;
  - vii. il “R.I. n. 7/2021 – Codice di Condotta Fornitori”, che definisce i principi fondamentali che devono essere alla base dell’attività di ogni fornitore del Gruppo Farmaè, nonché i relativi requisiti e obblighi contrattuali nei confronti di quest’ultimo;
  - viii. il “R.I. n. 8/2021 – Auto Aziendale in Uso Promiscuo”, volto a disciplinare la concessione in uso di veicoli aziendali a dipendenti o a collaboratori del Gruppo Farmaè;
  - ix. il “R.I. n. 9/2021 – Salute e Sicurezza nei Luoghi di Lavoro”, che specifica la responsabilità del management, del lavoratore e di ciascuna società del Gruppo Farmaè, in merito alla salute, sicurezza e al benessere dei propri dipendenti, clienti e fornitori;
  - x. il “R.I. n. 10/2021 – *Risk Management*”, che identifica i responsabili della politica di “risk management” e la relativa procedura (definizione del rischio, di gestione del rischio e di propensione al rischio, implementazione di controlli/gestione del rischio, requisiti di segnalazione);
  - xi. il “R.I. n. 11/2021 – Comunicazione di Gruppo”, volto a fornire indicazioni chiare sulle comunicazioni all’interno del Gruppo Farmaè e, in particolare, sulle approvazioni relative alle public relations, le comunicazioni interne, i marchi aziendali, gli annunci, la gestione delle crisi e i contenuti dei siti web;
  - xii. il “R.I. n. 12/2021 – *Corporate Social Responsibility*”, ossia l’insieme di politiche, pratiche e comportamenti adottati dal Gruppo Farmaè a favore della comunità in cui opera oltre che dell’impresa stessa; una forma di responsabilità volontaria che il Gruppo Farmaè assume nei confronti dei suoi interlocutori sociali (i cd. stakeholders);
  - xiii. il “R.I. n. 13/2021 – Procure e Deleghe”, che specifica le nozioni di “procure” e “deleghe” all’interno del Gruppo Farmaè, nonché le procedure di attribuzione, i relativi obiettivi / ragioni e contenuti;
  - xiv. il “R.I. n. 14/2021 – Valutazione delle *Performance*”, che identifica la procedura per valutare le performance dei collaboratori della Società e, in particolare, il sistema di valutazione annuale delle performance, le schede di valutazione e il “*goal setting*”.

### Formazione aziendale

La società nel mese di febbraio 2021 ha avviato un programma di Formazione Aziendale per i primi e secondi livelli e per alcuni *high potential*. Il programma prevede anche l'utilizzo di test psico-attitudinali per aiutare nella crescita personale e professionale di ogni persona coinvolta.

La formazione aziendale è stata affidata al Prof. Andrea Frausin e alla sua Società Talenti Group. I corsi sono incentrati sui seguenti temi centrali:

- ⇒ gestione ed organizzazione di sé per risultati di eccellenza;
- ⇒ leadership e gestione dei collaboratori (anche a distanza);
- ⇒ gestione del cambiamento in contesti VUCA.

Per quanto riguarda i test psico-attitudinali, essi sono validati a livello internazionale e consentono la valutazione per ciascuna persona di 35 competenze suddivise in 5 aree.

### Wellfare aziendale

La società ha deciso di sviluppare per i propri dipendenti un programma di Welfare assicurativo aziendale che comprende diverse aree quali: Rimborso spese mediche, Infortuni e *Long Term Care*.

Nello specifico la Società nel mese di febbraio 2021 ha sottoscritto un piano sanitario Gold per il personale appartenente a qualsiasi livello aziendale e un Piano Platinum per i soli membri del Top Management.

### Modello Organizzativo ex D. Lgs. 231/2001

Il DLgs 231/2001 individua nel Modello Organizzativo 231 e di Gestione, correttamente elaborato, adottato ed aggiornato, lo strumento privilegiato per esimere una società della propria responsabilità amministrativa dipendente da reato. Un Modello Organizzativo e di Gestione ai sensi del DLgs 231/2001 è un insieme di protocolli, che regolano e definiscono la struttura aziendale e la gestione dei suoi processi sensibili. Il Modello Organizzativo 231, se correttamente applicato, riduce il rischio di commissione di illeciti penali.

I protocolli tipici di un Modello Organizzativo 231 sono:

- 1) il Codice Etico;
- 2) il sistema disciplinare;
- 3) L'OdV - Organismo di Vigilanza;
- 4) L'insieme delle procedure specifiche per le aree sensibili al rischio di reato.

La società ha valutato positivamente la necessità di implementare il modello organizzativo ex D. Lgs 231/2001 all'interno della propria organizzazione e a tal fine ha dato incarico nel mese di febbraio 2021 ad uno studio esterno per procedere con le necessarie analisi alla realizzazione del modello in questione.

### Fusione per incorporazione di Sanort S.r.l in Farmaè S.p.A

La Società in data 06 novembre 2020 ha acquistato una quota pari al 100% del capitale sociale di Sanort S.r.l. Al fine di riorganizzare la struttura della catena partecipativa, consentendo una maggiore flessibilità dei processi interni e conseguentemente ottimizzare la gestione delle risorse e dei flussi economico-finanziari intercompany, le due società hanno deciso di procedere con l'integrazione societaria di Sanort mediante fusione per incorporazione in Farmaè S.p.A. A tal fine sia il Consiglio di Amministrazione della Farmaè che il Consiglio di Amministrazione della Sanort in data 30 marzo 2021 delibereranno circa il relativo progetto di fusione.

### Altri eventi

In data 16 febbraio 2021 la società ha stipulato un contratto di locazione per porzione di immobile destinato ad uso uffici sito nel comune di Viareggio (LU). L'immobile è destinato ad esclusivo uso direzionale e a rappresentare gli uffici principali e direzionali della Società.

In data 28 febbraio 2021 la società ha stipulato un contratto di locazione ad uso non abitativo per la conduzione di un immobile sito nel comune di Vecchiano Frazione Migliarino Pisano. L'immobile è destinato a stoccaggio della merce.

## **Evoluzione prevedibile della gestione**

Le proiezioni per l'anno 2021, basate su ipotesi relative a eventi futuri per loro natura soggetti ad incertezza e quindi non controllabili da parte degli amministratori, tengono conto dell'attuale contesto macroeconomico e sanitario europeo che permane molto incerto benché, come già riscontrato e comunicato nel corso del 2020, la natura dell'attività, il settore di riferimento ed il business model della Società si siano dimostrati resilienti rispetto agli effetti derivanti dalla pandemia da COVID-19.

Alla luce di quanto premesso, le previsioni di crescita per l'anno 2021 sono comunque positive. La Società, infatti, intende proseguire nella sua strategia di crescita e di sviluppo, perseguendo linee strategiche ben definite:

1. Consolidare la propria presenza nel canale online;
2. Ampliare l'offerta dei prodotti in particolare nelle categorie "pet", linee professionali destinate ai parrucchieri e wellness e prodotti leader del settore Salute e benessere
3. Rafforzare i rapporti con i partner strategici
4. Valorizzare ulteriormente il marchio "Farmaè"
5. Crescere per linee esterne;
6. Perseguire obiettivi di sostenibilità sociali;
7. Consolidare la propria presenza in Italia e in Europa.

## **Azioni proprie e azioni/quote di società controllanti acquistate/alienate dalla società**

Il capitale sociale è interamente sottoscritto e versato al 31 dicembre 2020 ed è rappresentato da n. 5.734.000 azioni ordinarie prive di valore nominale.

La Società non ha proceduto né direttamente né indirettamente ad acquisizioni di azioni proprie.

## **Attività di ricerca e sviluppo**

Nel corso dell'esercizio la Società non ha sostenuto costi in attività di ricerca e di sviluppo.

## **Principali fattori di rischio a cui è esposta l'azienda**

Ai sensi e per gli effetti del primo comma dell'art. 2428 del Codice civile si fornisce, di seguito, una descrizione dei principali rischi e incertezze a cui la società è esposta:

### **Rischi connessi al funzionamento dei sistemi informatici**

La Società è esposta al rischio di malfunzionamento o interruzione dei sistemi informatici di cui si avvale per svolgere la propria attività dal momento che l'operatività della Società si basa sulla piattaforma e-commerce. L'attività svolta è strettamente correlata all'utilizzo dei sistemi informatici, i quali sono esposti a molteplici rischi operativi derivanti da guasti alle apparecchiature, interruzioni di lavoro o connettività, errori di programmazione, condotte illecite di terzi e/o eventi di natura eccezionale che, qualora si verificassero, potrebbero pregiudicare il corretto funzionamento dei sistemi stessi e costringere la Società a sospendere o interrompere la propria attività, con conseguenti effetti negativi rilevanti sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria.

Inoltre, la Società è esposta a rischi operativi correlati all'utilizzo di internet, in quanto eventuali interruzioni, disservizi, sospensioni o guasti delle linee internet possono compromettere il funzionamento dei sistemi informatici della Società.

Nel corso dell'esercizio 2020 non si sono verificati casi di malfunzionamento dei sistemi informatici dell'Emittente. Tuttavia il verificarsi di rischi fisici o tecnici dei sistemi informatici potrebbe deteriorare la qualità dei servizi resi, sino ad arrivare a limitarli o interromperli, compromettendo così l'attività ed il livello di soddisfazione degli utenti ovvero dei clienti nei confronti dell'Emittente, con conseguenti possibili effetti negativi rilevanti sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria della Società.

### **Rischi connessi ad attività di hacking e sicurezza informatica dei prodotti e dei servizi**

La Società e i clienti ai quali la Società fornisce i propri prodotti ed in favore dei quali presta i propri servizi potrebbero essere soggetti ad attacchi al sistema informatico.

Tali attacchi potrebbero comportare il rischio di disservizi o la perdita dei dati e delle informazioni contenuti nei database della Società e/o dei suoi clienti, con conseguente eventuale danno reputazionale a carico dello stesso, nonché il sorgere di eventuali contestazioni e contenziosi da parte dei clienti e/o di terzi, con possibili effetti negativi sulle attività e sulle prospettive dell'Emittente stesso, nonché su quelle dei relativi clienti. Inoltre, nonostante le misure di sicurezza implementate, i sistemi informatici ed i software della Società potrebbero essere esposti al rischio di virus, accessi non autorizzati, hacking e distacchi della rete informatica; alcune informazioni riservate potrebbero essere indebitamente acquisite, rubate o utilizzate, intenzionalmente o meno, anche da parte di attuali o precedenti dipendenti, consulenti o fornitori o da altri soggetti che vi abbiano avuto accesso.

Qualsiasi appropriazione indebita, utilizzo illecito di tali informazioni, perdita di dati o comunicazione di informazioni riservate e/o proprietarie ovvero la manomissione delle menzionate informazioni potrebbero determinare, tra le altre cose, una violazione,

riconducibile all'Emittente, della normativa sulla protezione di dati personali. La Società potrebbe pertanto incorrere in responsabilità, con possibili effetti negativi sulle sue attività, prospettive e reputazione, nonché sulla sua situazione economica, patrimoniale e finanziaria dell'Emittente.

Evidenziamo che dalla data di costituzione della Società non si sono mai verificati tali rischi in quanto l'azienda ha posto in essere i più sofisticati sistemi di sicurezza informatica per ovviare a tali eventi.

### **Rischi connessi all'eventuale difettosità dei prodotti venduti dall'Emittente**

La Società commercializza una vasta gamma di prodotti per la salute e il benessere. In quanto distributore dei suddetti prodotti, Farmaè S.p.A. è esposta al rischio di richieste o azioni di responsabilità per il risarcimento dei danni da prodotti difettosi ai sensi degli artt. 114 ss. D.lgs. 206/2005 ("Codice del Consumo") da parte degli acquirenti dei prodotti compravenduti, sebbene ai sensi del Codice del Consumo, quale fornitore dei prodotti eventualmente difettosi, possa essere chiamata a rispondere soltanto ove non siano individuati il produttore e, in caso di produzione extra UE, l'importatore dei prodotti stessi. A tal fine, è stata sottoscritta la polizza assicurativa con compagnia assicurativa Generali Italia S.p.A. in data 7 marzo 2018.

Si segnala che ad oggi la Società non è mai stata coinvolta in procedimenti connessi a richieste di risarcimento per danni causati da difetto dei prodotti venduti.

Fermo restando quanto sopra, le eventuali richieste e/o azioni risarcitorie comporterebbero un aumento dei costi a carico della Società e potrebbero altresì determinare un danno reputazionale tale da comportare la perdita di clientela, maggiori difficoltà nell'instaurazione di nuovi rapporti commerciali e conseguenti ripercussioni negative sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria della Società.

### **Rischio di credito in relazione ai rapporti commerciali con i clienti**

La Società presenta un portafoglio clienti di primario standing collegato alle attività di co-marketing che al momento non desta preoccupazioni in termini di solvibilità data anche la tipologia di business che prevede un incasso contestuale alla vendita. Non sono pertanto state attivate specifiche politiche commerciali ed assicurative volte alla copertura di eventuali perdite significative.

### **Rischi di liquidità**

Rischio di liquidità, relativo alla disponibilità di risorse finanziarie e all'accesso al mercato del credito. Il rischio di liquidità è da considerarsi medio/basso, dato il livello di indebitamento della Società rispetto ai volumi di attività ed al patrimonio netto. Si evidenzia che la Società ha una bassissima rotazione sulla dilazione a cliente (circa 3 giorni) dovuta alla tipologia del business che prevede pagamenti contestuali alla vendita.

### **Rischi di tasso di interesse**

Per la copertura del rischio di variazione del tasso di interesse la società per un contratto di finanziamento è ricorsa all'utilizzo di una copertura *IRS (Interest Rate Swap)*.

Si precisa che la società, in data 28.07.2020, ha sottoscritto un IRS con data iniziale 28.07.2020 e scadenza 31.07.2025 avente nozionale di euro 1.500.000. L'elemento coperto è rappresentato dal rischio tasso di interesse su un finanziamento passivo di pari importo, il cui piano di ammortamento prevede un rimborso mensile a decorrere dal 28.07.2020 con ultima rata il 31.07.2025.

L'operazione è avvenuta con la Banca Unicredit ed il valore di mercato (cd. "*mark to market*") dello strumento finanziario alla data del 31.12.2020 è negativo e pari a euro 13.033.

La Società non detiene strumenti derivati con finalità speculative.

### Rischi di cambio

La Società opera pressoché totalmente nell'area Euro. Le transazioni regolate in divisa diversa dall'Euro se presenti sono di entità molto limitata. Non si ravvisano pertanto rischi di cambio significativi.

### Attività di direzione e coordinamento

Ai sensi del comma 5 dell'art. 2497-bis del Codice civile si attesta che la società non è soggetta all'altrui attività di direzione e coordinamento.

### Rapporti con parti correlate e controllate

Ai sensi dell'art. 2427, punto 22/bis del Codice Civile di seguito si specifica che si identificano quali parti correlate la società Restart S.r.l. (Cod. Fisc. e P. IVA 02516190465), la società Bewow S.r.l. (Cod. Fisc. e P. IVA 02324350467), la controllata Valnan S.r.l. (Cod. Fisc. e P.IVA 01348440460) e la controllata Sanort S.r.l (Cod. Fisc. e P.IVA 01277470454).

Si riportano nella seguente tabella i rapporti patrimoniali ed economici intercorsi con parti correlate/controlate nell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2020:

(In Euro)	Crediti	Debiti	Costi	Ricavi	Totale acquistato e capitalizzato nell'esercizio
RESTART S.r.l.	-	-	-	-	-
BEWOW S.r.l.	-	-	369	-	10.976
VALNAN S.r.l.	-	122.000	605.000	62	-
SANORT S.r.l.	-	-	-	-	-

La società Restart S.r.l. è in fase di liquidazione volontaria mentre la società Bewow S.r.l. svolge attività esclusiva e prevalente totalmente estranea a quella svolta dalla società Farmaè S.p.A.

Con la società controllata "Valnan S.r.l." unipersonale, come accennato nel paragrafo relativo ai "costi per servizi" presente in nota integrativa, nel corso del periodo sono state intrattenute relazioni commerciali di consulenze tecniche per un valore di Euro 605.000. Tali rapporti vengono regolati a prezzi di mercato confrontabili con i prezzi praticati da altri operatori alla stessa società "Farmaè S.p.A." nel corso dell'esercizio in chiusura.

In data 23 aprile 2020 si è concretizzata, con scrittura privata autenticata, l'acquisto da parte di Farmaè della totalità delle quote di partecipazione al capitale sociale di Valnan S.r.l., precedentemente detenuta dall'Azionista di maggioranza di Farmaè. Il prezzo dell'acquisizione, pari a Euro 1.200.000, risulta confermato da relazione di stima redatta da un esperto indipendente. L'operazione è stata autorizzata dal Consiglio di Amministrazione di Farmaè del 20 gennaio 2020. Ai sensi del regolamento Consob Parti Correlate di cui alla Delibera n. 17221 del 12 marzo 2010 e della Procedura per le Operazioni con le Parti

Correlate approvata dal Consiglio di Amministrazione della Società in data 19 giugno 2019, in data 16 aprile 2020 il Comitato Parti Correlate di Farmaè ha inoltre esaminato tale operazione con parti correlate e espresso parere favorevole sull'interesse della Società al compimento di detta operazione.

In data 28 aprile 2020 è stato incassato anticipatamente il credito per finanziamenti infruttiferi verso la parte correlata Bewow S.r.l., per il quale era prevista e garantita contrattualmente l'esigibilità in rate semestrali l'ultima delle quali scadente il 31.12.2022. L'estinzione di tale attività, che risultava valutata con il metodo del costo ammortizzato sulla base di un tasso di interesse implicito pari al 5%, ha generato un provento finanziario nel conto economico del periodo di un importo pari a Euro 65.143.

In data 6 novembre 2020 si è concretizzata, con scrittura privata autenticata, l'acquisto da parte di Farmaè della totalità delle quote di partecipazione al capitale sociale di Sanort S.r.l. Il prezzo dell'acquisizione è pari a Euro 85.000. L'operazione è stata autorizzata dal Consiglio di Amministrazione di Farmaè del 25 settembre 2020. Tale operazione non è stata qualificata come operazione significativa ai sensi dell'art. 12 del Regolamento AIM, non configura un *reverse takeover* ai sensi dell'art. 14 del Regolamento AIM e, non trattandosi di operazione di particolare rilevanza, non si ritiene che la stessa possa essere considerata price sensitive.

## Altre informazioni

Ai sensi dell'art. 2428, comma 2, n. 6-bis) del Codice civile si precisa che nel corso del periodo in chiusura non sono stati utilizzati strumenti finanziari rilevanti ai fini della valutazione della situazione patrimoniale e finanziaria. La Società ha sottoscritto nell'esercizio un unico strumento finanziario derivato a copertura del rischio tasso d'interesse come descritto nella sezione "Principali fattori di rischio a cui è esposta l'azienda" della presente Relazione.

La società opera quasi esclusivamente con clientela costituita da soggetti non titolari di partita IVA (privati) ai quali vengono praticate condizioni di riscossioni "a pronti" attraverso i canali bancari quali carte di credito, di debito, carte prepagate, bonifici bancari. In conseguenza di ciò non si intravede nessun rischio significativo di credito o di liquidità.

## Unità locali – Sedi secondarie

Nel corso dell'esercizio la società ha operato, oltre che nella sede legale, anche nelle unità locali di seguito elencate:

- Lido di Camaiore (LU), Via Aurelia n. 335 presso Ospedale Versilia (punto vendita negozio);
- Pistoia (PT), Via Ciliegiole snc, presso presidio ospedaliero (punto vendita negozio);
- Lucca (LU), Via G. Lippi Francesconi snc presso presidio ospedaliero (punto vendita negozio);
- Prato (PT), Via Suor Niccolina Infermiera, n. 20 presso presidio ospedaliero (punto vendita negozio);
- Massa (MS), Via E. Mattei, n. 21 presso presidio ospedaliero (punto vendita negozio);

- Livorno (LI), Viale Ippolito Nievo, n. 158/160 (punto vendita negozio);
- Viareggio (LU), Via Marco Polo, n. 139 (Uffici);
- Viareggio (LU), Piazza Mazzini, n. 20 (Uffici);
- Vecchiano (PI), Via Traversagna, n. 26-29 (magazzino);
- Vecchiano (PI), Via Traversagna, n. 26-29 (negozi);
- Viareggio (LU), Viale Marconi, n. 84 PT e P1 (negozi e laboratorio parrucchiere ed estetista);
- Sarzana (SP), Piazza S. Giorgio, n. 2 (punto vendita negozio).

Vi ringraziamo per la fiducia accordataci e Vi invitiamo ad approvare il bilancio così come nel seguito presentato.