



Ordine dei Farmacisti  
della Provincia di Torino

# MASTER IN FARMACIA TERRITORIALE - CHIARA COLOMBO -

Con il patrocinio di:



FOFI



FEDERFARMA



In memoria del dr. Andrea Busca





**shackleton**  
group

***Nicola Posa***  
***Amministratore Delegato***



## *Premessa*

**“Il modo migliore per prevedere il futuro è costruirlo!”**

*Peter Drucker*

*Quale futuro per la farmacia?  
Quale futuro per la vostra farmacia?*



## *Il futuro della farmacia*

**Per costruire il futuro servono 3 cose:**

**Visione**



*la direzione*

**Organizzazione**



*il metodo*

**Dati**



*la concretezza*

**+**

**Fattore**

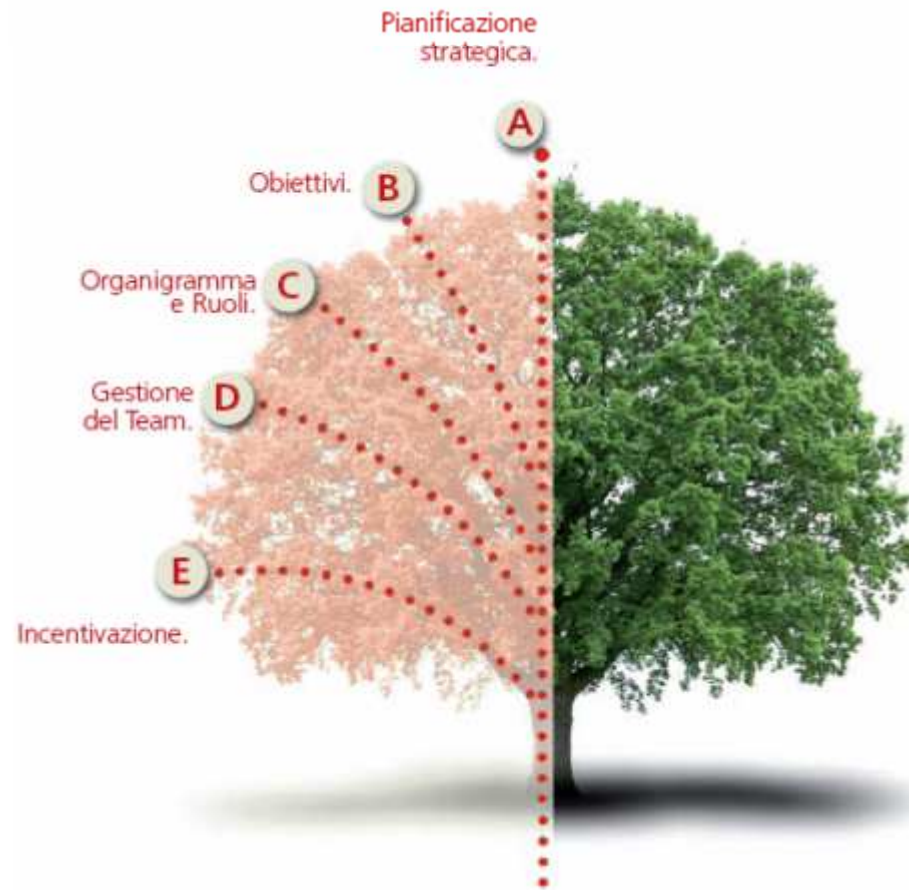
**C**



## *La visione sulla farmacia*



# Lavorare sull'organizzazione



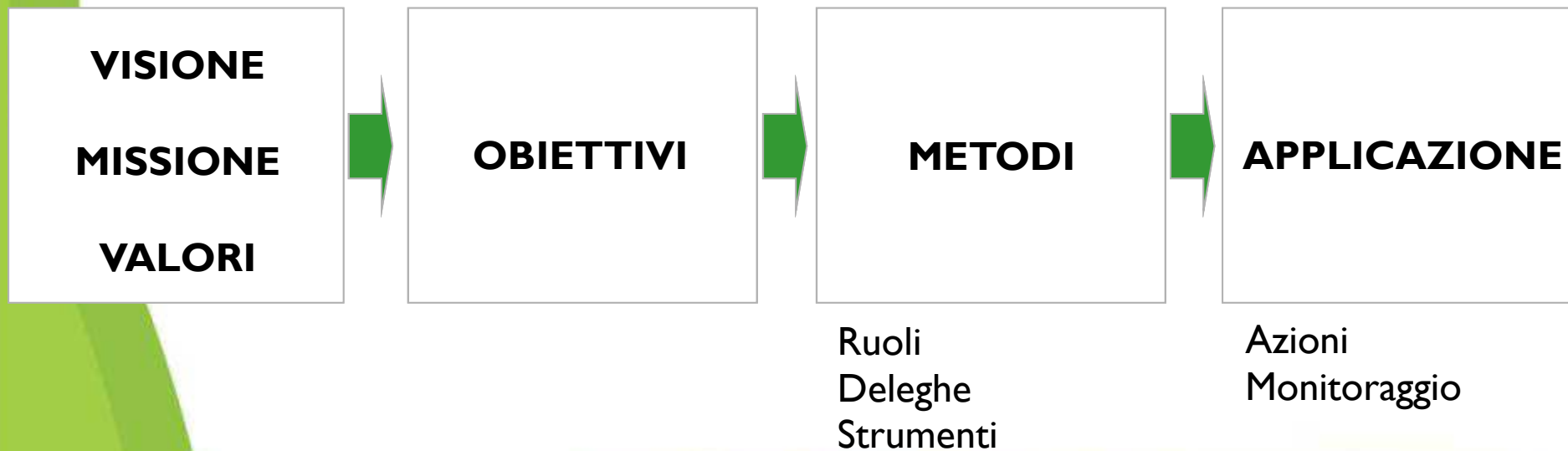
## *La pianificazione strategica*

**Come costruire una strategia  
per la farmacia ?**

**Visione**

**Organizzazione**

**Dati**



## *Gli obiettivi*



***“La gestione per obiettivi è uno strumento: funziona se si conoscono gli obiettivi, ma il 90% delle volte non si conoscono”.***

*Peter Drucker*



## *Caratteristiche di un obiettivo*

**S**pecifico

**M**isurabile

**A**mbizioso

**R**ealizzabile

**T**empificato

Diamoci un  
**numero limitato**  
di obiettivi

*“Niente altro può migliorare la tua vita più del concentrare tutte le tue energie su un numero limitato di obiettivi.”*

Nido Qubein  
(consulente, motivatore, formatore)





## Tipologie di obiettivi

### Quali tipi di obiettivi esistono?

#### **OBIETTIVI STRATEGICI**

(qualitativi o quantitativi)

- medio - lungo periodo (1-3 anni)
- formulati nella pianificazione strategica
- fortemente legati alla mission aziendale

#### **OBIETTIVI OPERATIVI**

- medio - breve periodo (trimestre - 1 anno)
- traducono in termini di gestione corrente gli obiettivi a lungo termine

#### **PIANI D'AZIONE**

- breve periodo (mese – trimestre)
- descrivono in dettaglio gli strumenti, i materiali, le risorse utilizzate per raggiungere gli obiettivi.



## ***Costruire un obiettivo***

### ***Gli spunti per costruire un obiettivo***

- ✓ ***Trend ultimi 24-36 mesi: positivo, negativo, ...***
- ✓ ***Con la forza del consiglio posso incrementare i pezzi per scontrino?***
- ✓ ***Con la pianificazione degli acquisti e delle promozioni posso comunicare la farmacia conveniente?***
- ✓ ***Dove ho intenzione di investire: servizi e fidelizzazione, team e consiglio, promozione e comunicazione?***
- ✓ ***Quali reparti possono crescere?***
- ✓ ***Migliorare il layout e l'esposizione per migliorare le vendite?***



# Monitorare l'obiettivo

## Giorni apertura

	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno
Anno Precedente	22,0	22,0	20,0	21,0	20,0	21,0
BDG Anno Corrente	22,0	22,0	20,0	21,0	20,0	21,0
Delta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

## Fatturato

	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno
Anno Precedente	€ 206.130,00	€ 208.485,00	€ 197.050,00	€ 220.700,00	€ 201.322,00	€ 223.084,00
BDG Anno Corrente	€ 226.743,00	€ 229.333,50	€ 216.755,00	€ 242.770,00	€ 221.454,20	€ 245.392,40
Anno Corrente	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
BDG AP/ AC %						

## Numero scontrini

	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno
Anno Precedente	8.442	8.931	7.793	8.366	7.353	7.999
BDG Anno Corrente	8.442	8.931	7.793	8.366	7.353	7.999
Anno Corrente	-	-	-	-	-	-
BDG AP/ AC %						

## Numero Ricette

	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno
Anno Precedente	258	230	210	234	245	267
Anno Corrente	-	-	-	-	-	-
Delta AC - AP						

## Numero Pezzi

	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno
Anno Precedente	20.292	20.764	18.294	20.902	18.421	20.379
BDG Anno Corrente	21.915	22.425	19.758	22.574	19.895	22.009
Anno Corrente	-	-	-	-	-	-
BDG AP/ AC %						

## Scontrino medio valore

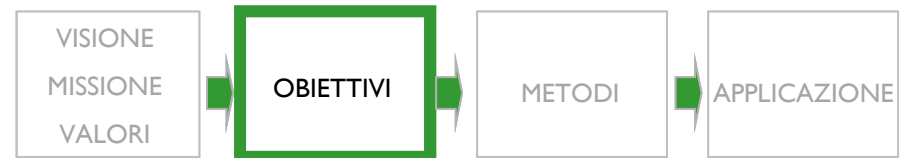
	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno
Anno Precedente	€ 24,42	€ 23,34	€ 25,29	€ 26,38	€ 27,38	€ 27,89
BDG Anno Corrente	€ 26,86	€ 25,68	€ 27,81	€ 29,02	€ 30,12	€ 30,68
Anno Corrente	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
BDG AP/ AC %						

## Scontrino medio pezzi

	Gennaio	Febbraio	Marzo	Aprile	Maggio	Giugno
Anno Precedente	2,40	2,32	2,35	2,50	2,51	2,55
BDG Anno Corrente	2,60	2,51	2,54	2,70	2,71	2,75
Anno Corrente	-	-	-	-	-	-
BDG AP/ AC %						

*Definito l'incremento % e i parametri che devono crescere dobbiamo creare un file di gestione e monitoraggio.*

## Quali obiettivi?



# Fatturato

 **Margine**

 **Cash flow**

**Margine assoluto**  
 $\% * N$



## *Quali obiettivi?*



## *Quali dati utilizzare?*

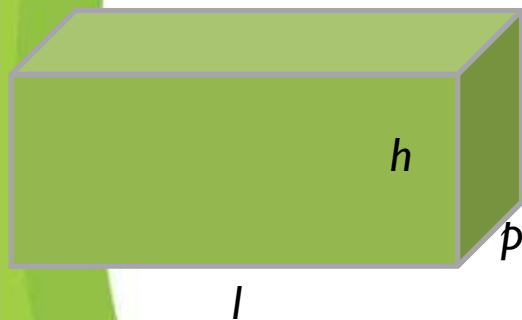
*Scopriamolo con un'esercitazione*



## Quali dati utilizzare?

### Problema I

Volete rivestire il vostro banco di una pellicola di cellophane. Avete bisogno di sapere quanti mq acquistarne.



Il banco è un parallelepipedo rettangolo di legno di cedro cavo di 3m x 1m x 0,80m.

Ogni lato è spesso 2 cm.

La densità del legno è  $\rho = 490 \text{ kg/ m}^3$ .

La pellicola di cellophane è spessa 0,5 mm.

### Dati

$$l = 3 \text{ m}$$

$$h = 1 \text{ m}$$

$$p = 0,80 \text{ m}$$

$$\rho = 490 \text{ kg/ m}^3$$

$$\text{spessore lastre} = 2 \text{ cm}$$

$$h \text{ pellicola} = 0,5 \text{ mm}$$

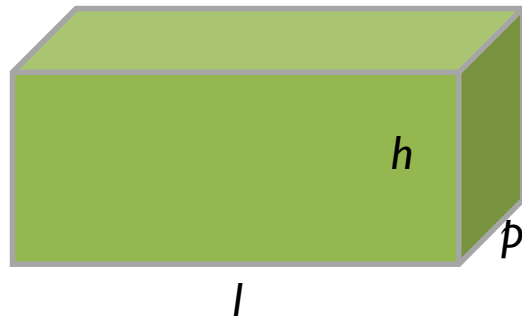
**Qual è la sua superficie totale (St)?**



**Quali dati utilizzare?**

**Problema I**

**Soluzione**

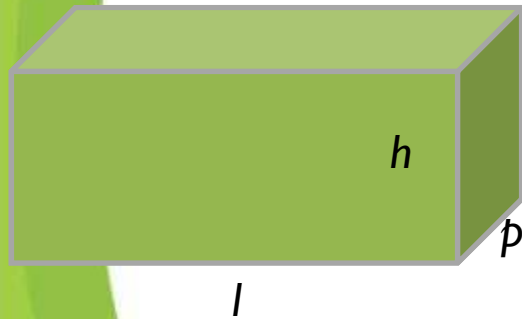


**St**  
**13,6 m<sup>2</sup>**



## Quali dati utilizzare?

### Problema 2



Avete deciso anche di ripavimentare la zona intorno al banco etico per rendere visibile il magazzino meccanizzato situato al piano inferiore.



Volete calcolare il **peso del bancone** (massa) che, insieme con altri parametri, consentirà di valutare la tenuta del pavimento trasparente.

Ogni lato del bancone ha uno spessore di 2 cm.

### Dati

$$l = 3 \text{ m}$$

$$h = 1 \text{ m}$$

$$p = 0,80 \text{ m}$$

$$\rho = 490 \text{ kg/ m}^3$$

$$St = 13,6 \text{ m}^2$$

$$\text{spessore lastre} = 2 \text{ cm}$$

$$h \text{ pellicola} = 0,5 \text{ mm}$$

**Qual è il suo peso (massa)?**

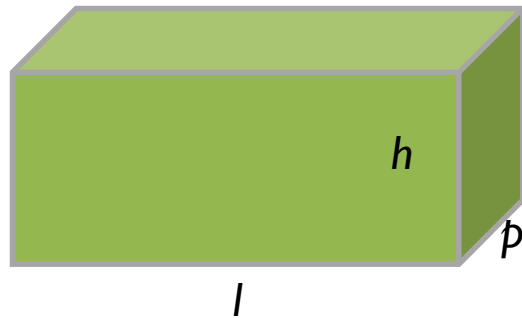




*Quali dati utilizzare?*

**Problema 2**

**Soluzione**



**M**  
**133,28 kg**



## Quali dati utilizzare?

### Problema 1

### Problema 2

Quali dati avete utilizzato?

Quali dati erano inutili?

$l = 3 \text{ m}$	utile
$h = 2 \text{ m}$	utile
$p = 1,5 \text{ m}$	utile
$\rho = 490 \text{ kg/ m}^3$	inutile
spessore lastre = 2 cm	inutile
$h \text{ pellicola} = 0,5 \text{ mm}$	inutile

utile	$l = 3 \text{ m}$
utile	$h = 2 \text{ m}$
utile	$p = 1,5 \text{ m}$
<b>utile</b>	$\rho = 490 \text{ kg/ m}^3$
inutile	$St = 30 \text{ m}^2$
<b>utile</b>	spessore lastre = 2 cm
inutile	$h \text{ pellicola} = 0,5 \text{ mm}$

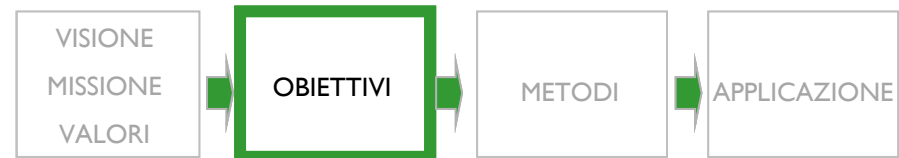
## Non tutti i numeri sono dati utili



Dipende dall'**obiettivo**



## *A cosa serve leggere i dati?*



### ***Nel passato***

*Analizzare l'andamento dinamico delle proprie performance*



### ***Nel presente***

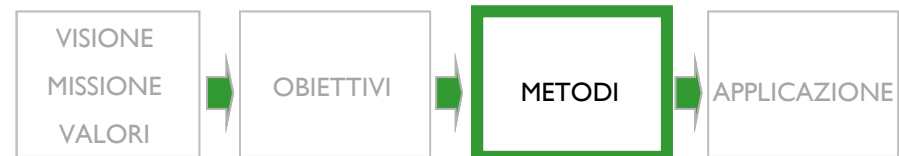
*Scattare una fotografia della situazione attuale*

### ***Nel futuro***

*Individuare obiettivi e azioni per orientare i propri risultati futuri*



## *Dagli obiettivi al metodo*



*Per selezionare e analizzare  
i dati utili c'è bisogno  
di un **METODO***

*...e di alcune **REGOLE!***



*I numeri della farmacia*

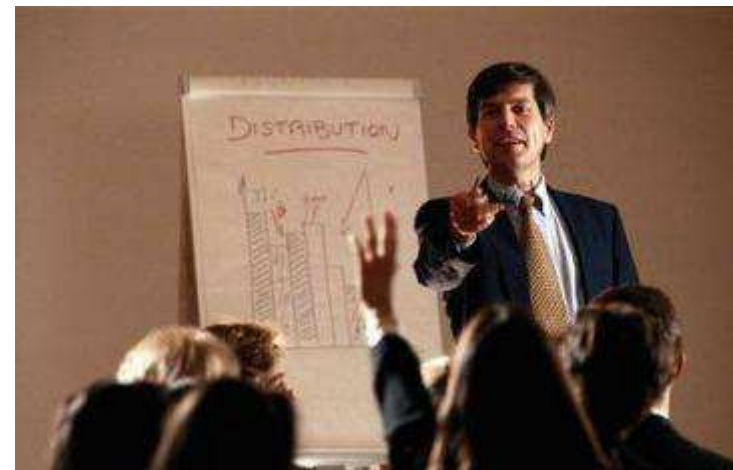
## **REGOLA I**

**QUALI DATI LEGGERE ?**



## *I numeri della farmacia*

*Quali numeri avete  
a disposizione  
in farmacia?*



***Riflessione in platea***



## *I numeri della farmacia*

### **Quali numeri guardate? Con che frequenza?**

**Diagnostico**

	<i>Anno</i>	<i>Semestre</i>	<i>Bimestre</i>	<i>Mese</i>	<i>Settimana</i>	<i>Giorno</i>	<i>Mai</i>
<i>Incassi</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Fatturato</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Ingressi</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Scontrino medio a valore</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Scontrino medio a volume</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Fatturato per categoria</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Ditte per categoria</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Referenze per categoria</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Curva di concentrazione</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Risultati promozioni</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## *I dati utili*



**% € pz 31**

**Fatturato**

**n° scontrini**

**n° ricette**

**n° pezzi**

**+**

**Scontrino medio**

**a volume**

**a valore**





## *I numeri della farmacia*

### Gli *indicatori* da monitorare

€

#### **Fatturato**

Somma dei ricavi delle vendite e delle prestazioni di servizi nonché degli altri ricavi e proventi ordinari dell'azienda. È un dato utilizzato per "misurare" la **capacità di mercato** dell'impresa.

pz.

#### **Volume**

Numero di **pezzi venduti** per sviluppare un determinato fatturato.

%

#### **Quota di mercato**

**Incidenza percentuale** del fatturato di segmento/categoria/marca/referenza sul fatturato totale del livello superiore (es: categoria su segmento, marca su categoria).

#### **Indice di concentrazione**

**Incidenza percentuale progressiva** delle marche/referenze che compongono un determinato segmento.

Δ

#### **Delta**

**Scostamento % o in pz.** nell'intervallo di tempo considerato.



*I numeri della farmacia*

## **REGOLA 2**

**COME LEGGERE I DATI ?**



## *Le regole base*

### **Macro-Micro**

*Bisogna analizzare il grande  
per arrivare al piccolo*

**(es: dal fatturato totale farmacia  
al fatturato della categoria)**

*ma è importante anche  
partire dal piccolo per agire sul grande*

**(es: la somma delle referenze  
fa il fatturato di una categoria...).**



# Micro-macro

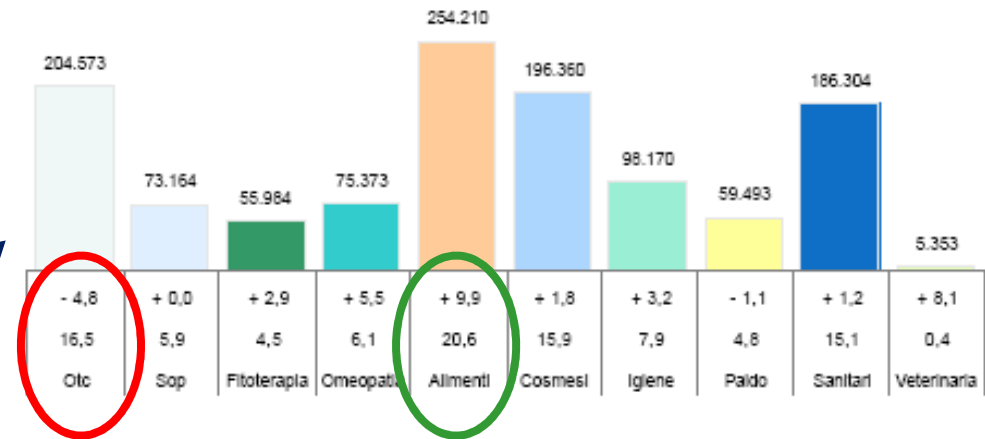
## Come stiamo andando?

Ultimi 12 mesi: Prospetto globale  
(confronto col fatturato dell'anno precedente e quota % sul fatturato globale)



\* comprende Diagnostica e presidi medici

Analisi principali suddivisioni del commerciale



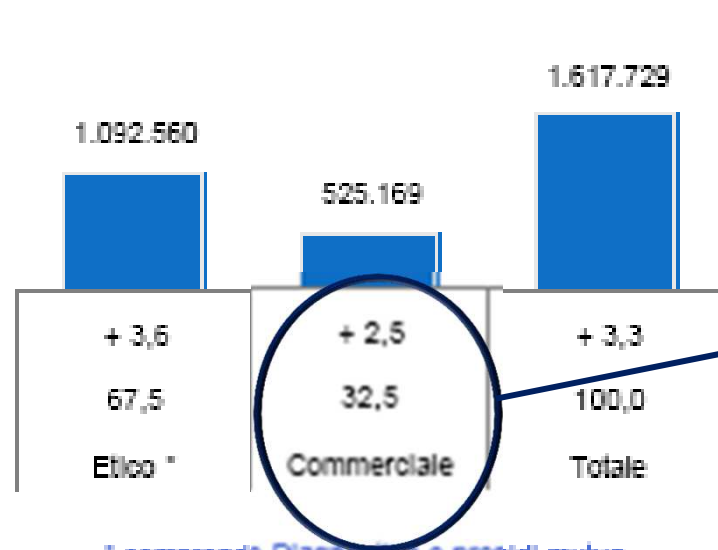
... ci sono categorie che perdono e categorie che crescono molto.

Il fatturato da solo non basta ...

# Micro-macro

## Come stiamo andando?

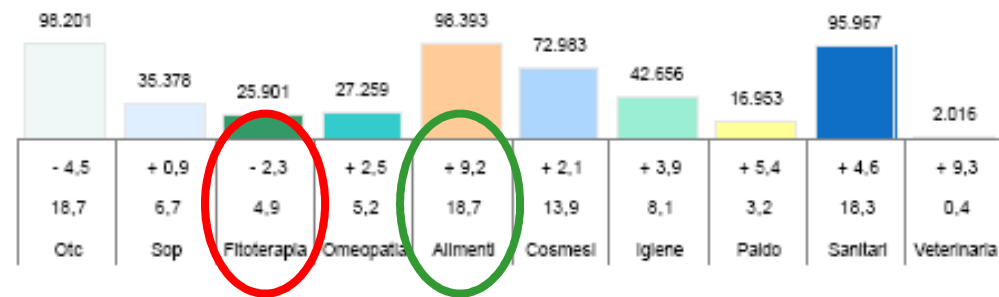
Ultimi 12 mesi: Prospetto globale  
 (confronto col fatturato dell'anno precedente e quota  
 % sul fatturato globale)



\* comprende Diagnostica e presidi mutua

**Il fatturato da solo non basta ...**

Analisi principali suddivisioni del commerciale



**... i sono categorie che perdono e categorie che crescono molto.**

## *Le regole base*

### **Statico - Dinamico**

La dimensione **tempo**  
è un elemento fondamentale  
per una corretta analisi dei dati.

Le analisi devono essere impostate  
sempre su **periodi omogenei, confrontabili.**

**(Es: mese anno in corso  
verso mese anno precedente,  
oppure anno in corso  
verso anno precedente)**



# I tempi della misurazione

Farma% - settembre 2009



Dati Media MKTO

Quadro generale	DATI MENSILI: settembre 2009						PROGRESSIVO: gennaio - settembre 2009						ULTIMI 12 MESI: ottobre 2008 - settembre 2009					
	euro	Δ % euro	ctr mkt	quota %	pezzi	Δ % pezzi	euro	Δ % euro	ctr mkt	quota %	pezzi	Δ % pezzi	euro	Δ % euro	ctr mkt	quota %	pezzi	Δ % pezzi
ETICO	82.646	+1,7	⊕	63,3	6.935	+2,4	762.871	+3,9	⊕	63,4	63.840	+3,4	1.022.795	+3,2	⊕	63,2	85.703	+3,4
MUTUABILE	43.714	-1,2	⊖	52,9	3.520	-0,8	414.445	+1,3	⊕	54,3	33.103	+1,4	556.552	+0,6	⊕	54,4	44.436	+1,2
NON MUTUABILE	32.367	+5,2	⊕	39,2	2.275	+1,9	290.599	+7,2	⊕	38,1	20.999	+3,2	388.926	+5,9	⊕	38,0	26.367	+2,9
Altri alimenti	559	-0,2	⊖	8,1	124	+2,0	5.943	+1,5	⊕	8,0	1.079	+1,0	8.059	+1,5	⊕	8,2	1.479	+0,6
DERMOCOSMESI	5.213	+3,0	⊕	12,5	302	+1,9	54.503	+2,5	⊕	14,1	3.463	+2,7	72.983	+2,1	⊕	13,9	4.641	+1,9
Treatamenti viso	2.247	+2,4	⊕									+0,8	31.304	+3,5	⊕	42,9	1.723	+0,6
Trucco	321	-1,5	⊖									-5,0	4.729	+1,7	⊕	6,5	319	-2,1
Treatamenti capelli	833	+7,4	⊕									+2,9	7.069	-1,7	⊖	9,7	360	+3,5
Treatamenti corpo	1.255	+1,4	⊕									-0,4	18.427	-1,5	⊖	25,2	1.039	-1,3
Solari	150	+5,0	⊕									-4,4	5.785	+12,5	⊕	7,9	421	+13,9
Altri trattamenti	406	+5,2	⊕									-7,4	5.669	+2	⊕	7,8	779	+4,5
IGIENE	3.393	-1,0	⊖									-2,4	42.656	+3,9	⊕	6,1	5.093	+2,2
Igiene corpo	1.738	+0,1	⊖									-4,7	22.919	+6,4	⊕	53,7	2.451	+3,9
Igiene capelli	451	-1,4	⊖									-0,3	5.013	+5	⊕	11,8	443	+0,5
Igiene orale	605	-7,1	⊖	17,8	113	-7,8	5.517	-3,7	⊖	17,5	1.045	-2,4	7.553	-6	⊖	17,7	1.435	-1,3
Igiene intima	588	+2,9	⊕	17,3	63	+5,5	5.388	+6,7	⊕	17,1	1.079	+1,0	8.059	+1,5	⊕	8,2	1.479	+0,6
PAIDO	1.304	-0,2	⊖	3,1	211	-0,2	12.435	+5,2	⊕	3,2	211	+0,2	12.435	+5,2	⊕	3,2	211	+0,2
Alimenti infanzia	353	-5,8	⊖	27,1	67	-12,0	3.372	+4,3	⊕	27,1	67	-12,0	3.372	+4,3	⊕	27,1	67	-12,0
Igiene infanzia	672	+2,6	⊕	51,5	112	+7,6	6.886	+7,1	⊕	55,4	112	+7,6	6.886	+7,1	⊕	55,4	112	+7,6
Puericultura	279	+0,9	⊕	21,4	32	+2,4	2.177	+1,0	⊕	17,5	32	+2,4	2.177	+1,0	⊕	17,5	32	+2,4
SANITARI	8.079	+2,3	⊕	19,3	943	+2,8	70.556	+4,9	⊕	18,2	943	+2,8	70.556	+4,9	⊕	18,2	943	+2,8
Medicazione	1.632	+0,2	⊕	20,2	374	+1,9	15.148	+4,2	⊕	21,9	374	+1,9	15.148	+4,2	⊕	21,9	374	+1,9
Elettromedicali	439	-3,4	⊖	5,4	16	+19,4	4.176	-6,4	⊖	5,9	16	+19,4	4.176	-6,4	⊖	5,9	16	+19,4
Ortopedia	279	+3,2	⊕	3,4	10	-6,6	2.568	+5,8	⊕	3,6	10	-6,6	2.568	+5,8	⊕	3,6	10	-6,6
Altri sanitari	5.729	+3,3	⊕	70,9	543	+3,2	48.664	+6,2	⊕	69,0	543	+3,2	48.664	+6,2	⊕	69,0	543	+3,2
VETERINARIA	165	+1,8	⊕	0,4	9	-1,4	1.531	+9,8	⊕	0,4	9	-1,4	1.531	+9,8	⊕	0,4	9	-1,4
ALTRO	764	-6,6	⊖	1,8	83	-10,1	7.479	+5,6	⊕	1,9	83	-10,1	7.479	+5,6	⊕	1,8	83	-10,1
DIAGNOSTICA E PRESIDI MUTUA	6.045	+8,7	⊕	4,6	386	+4,9	52.914	+12,1	⊕	4,4	3274	+5,1	69.765	+10,8	⊕	4,3	4.362	+4,3

**DATI MENSILI: settembre 2009**  
euro Δ % euro ctr mkt quota % pezzi Δ % pezzi

**Mese**  
Iniziative – Variabili ambientali e climatiche

**PROGRESSIVO: gennaio - settembre 2009**  
euro Δ % euro ctr mkt quota % pezzi Δ % pezzi

**Progressivo da gennaio**  
Trend sull'anno

**ULTIMI 12 MESI: ottobre 2008 - settembre 2009**  
euro Δ % euro ctr mkt quota % pezzi Δ % pezzi

**Anno mobile**  
Visione globale anno

## *Le regole base*

### **Benchmark**

Letteralmente **“punto di riferimento”** è un indice di confronto assunto come criterio per misurare e migliorare l'efficienza di un'azienda.

*Altro aspetto fondamentale è il **confronto con un mercato esterno**, ovvero con un insieme più o meno ampio di realtà omogenee.*

**Es:** *gruppo di farmacie della stessa area  
o con analoghe caratteristiche strutturali  
o con analoghi obiettivi*

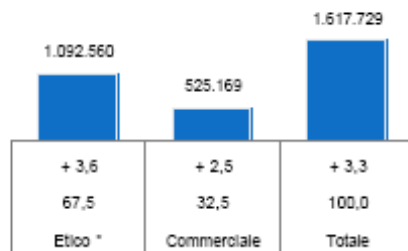




# Il benchmark

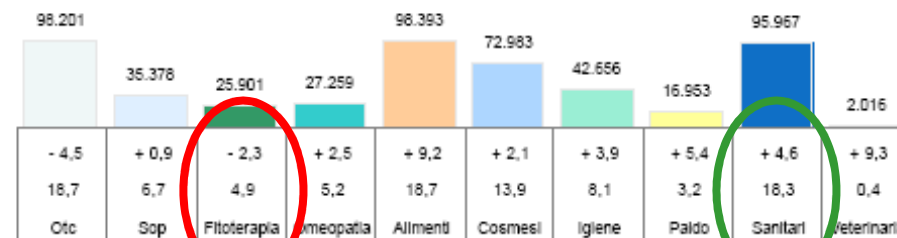
Farmacia

Ultimi 12 mesi: Prospetto globale  
(confronto col fatturato dell'anno precedente e quota % sul fatturato globale)



\* comprende Diagnostica e presidi mutua

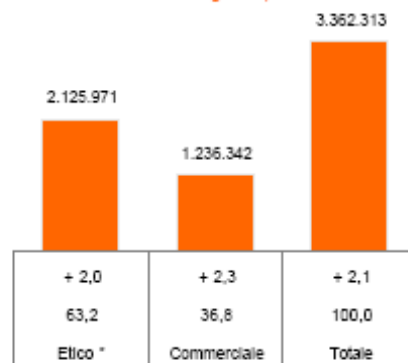
Analisi principali su



**Il confronto con il mercato  
Evidenzia opportunità di mercato e  
specifiche aree di successo!**

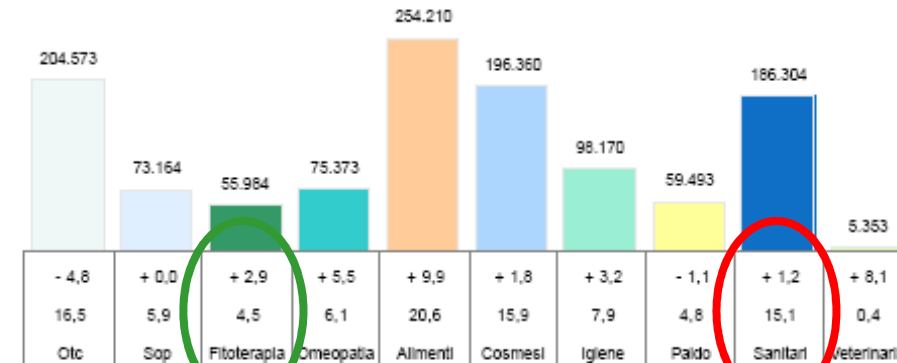
Mercato

Ultimi 12 mesi: Prospetto globale  
(confronto col fatturato dell'anno precedente e quota % sul fatturato globale)



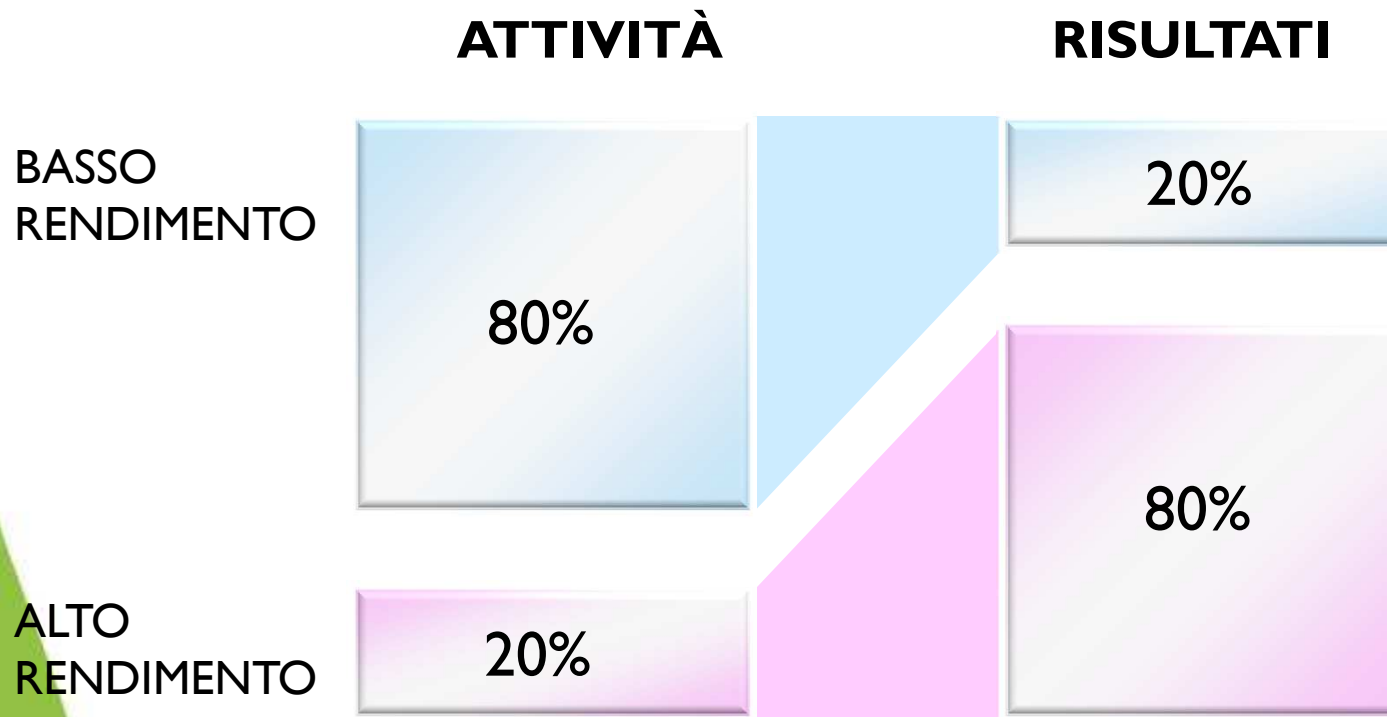
\* comprende Diagnostica e presidi mutua

Analisi principali suddivisioni del commerciale



## La curva di concentrazione

Partiamo dalla Legge di Pareto



Nel 1897 Pareto, studiando la distribuzione dei redditi, dimostrò che in una data regione solo pochi individui possedevano la maggior parte della ricchezza. Questa osservazione ispirò la cosiddetta "legge 80/20", una legge empirica che fu formulata da Joseph M. Juran, ma che è nota anche con il nome di **principio di Pareto** sintetizzabile nell'affermazione:

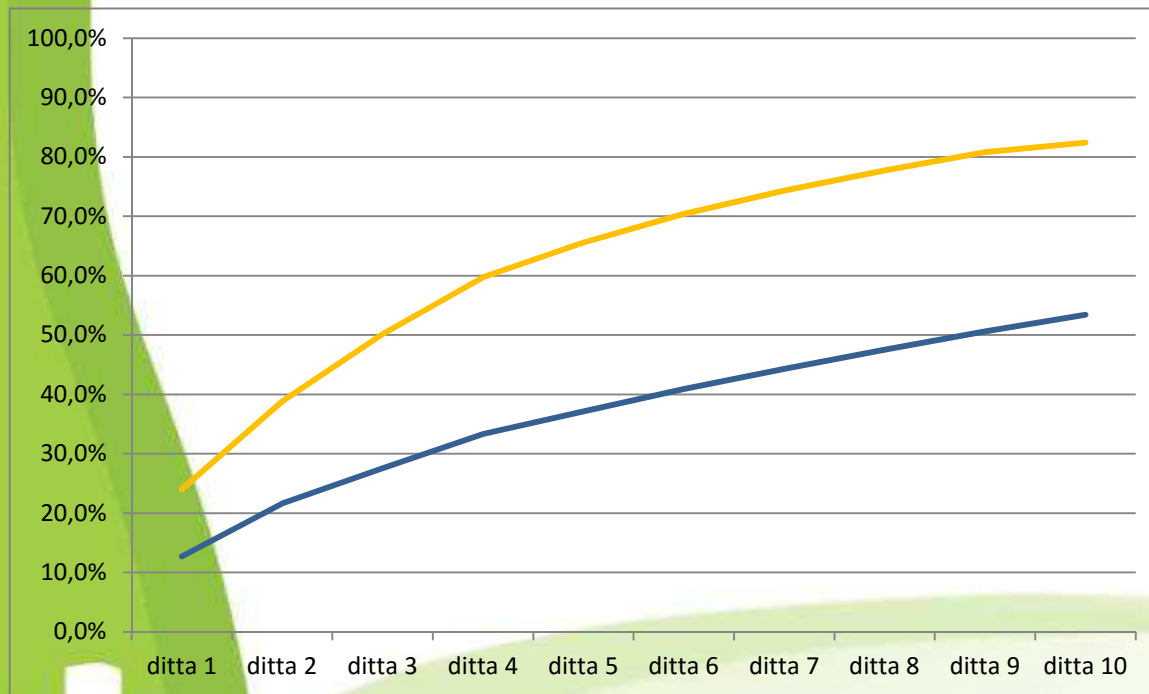
***la maggior parte degli effetti è dovuta ad un numero ristretto di cause.***



## La curva di concentrazione

### Che cos'è la curva di concentrazione?

È la rappresentazione grafica dell'**incidenza percentuale progressiva** delle diverse aziende/brand/linee di prodotto di una determinata categoria sull'assortimento totale, nel periodo considerato.



	igiene orale		dermocosmesi	
ditta 1	24,0%	24,0%	12,7%	12,7%
ditta 2	14,8%	38,8%	8,9%	21,6%
ditta 3	11,3%	50,1%	5,9%	27,5%
ditta 4	9,6%	59,7%	5,8%	33,3%
ditta 5	5,8%	65,5%	3,8%	37,1%
ditta 6	4,9%	70,4%	3,8%	40,9%
ditta 7	3,9%	74,3%	3,4%	44,3%
ditta 8	3,4%	77,7%	3,2%	47,5%
ditta 9	3,1%	80,8%	3,1%	50,6%
ditta 10	1,6%	82,4%	2,8%	53,4%
altre ditte *	68	17,6%	95	46,6%

\* Indice di "dispersione"

Quanto più l'assortimento è **concentrato** tanto più la curva è "**ripida**".

Quanto più l'assortimento è **disperso**, tanto più la curva è "**piatta**".

Per **indice di dispersione** s'intende il complementare a 100 della curva di concentrazione:

quanto più il valore è basso tanto più l'assortimento è concentrato.



*I numeri della farmacia*

## **REGOLA 3**

**CON QUALI STRUMENTI?**



# Gli strumenti



+

COME SI USA

-



A CHE COSA SERVE

+

USO EFFICACE

- Inutilizzo
- Spreco di energie
- Ricorso ad altri strumenti meno efficaci

-

- Sotto-utilizzo
- Uso "errato"
- Tralasciare informazioni importanti
- Raccogliere elementi irrilevanti

INUTILITÀ



*Un esempio di strumento utile*

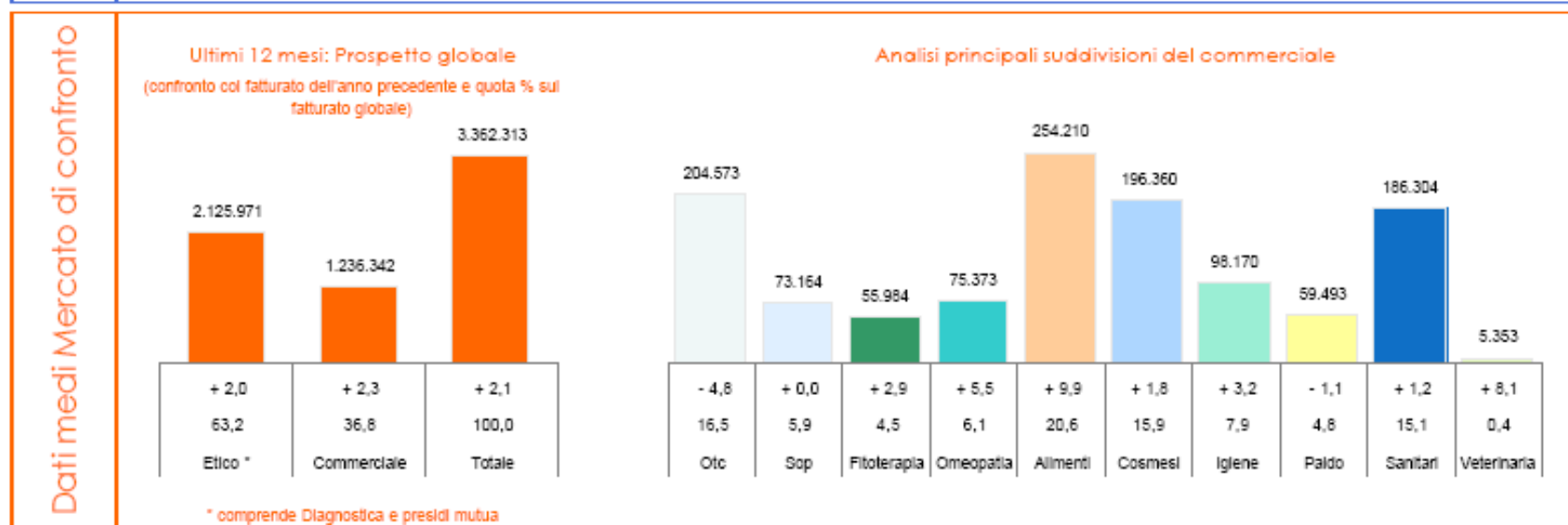
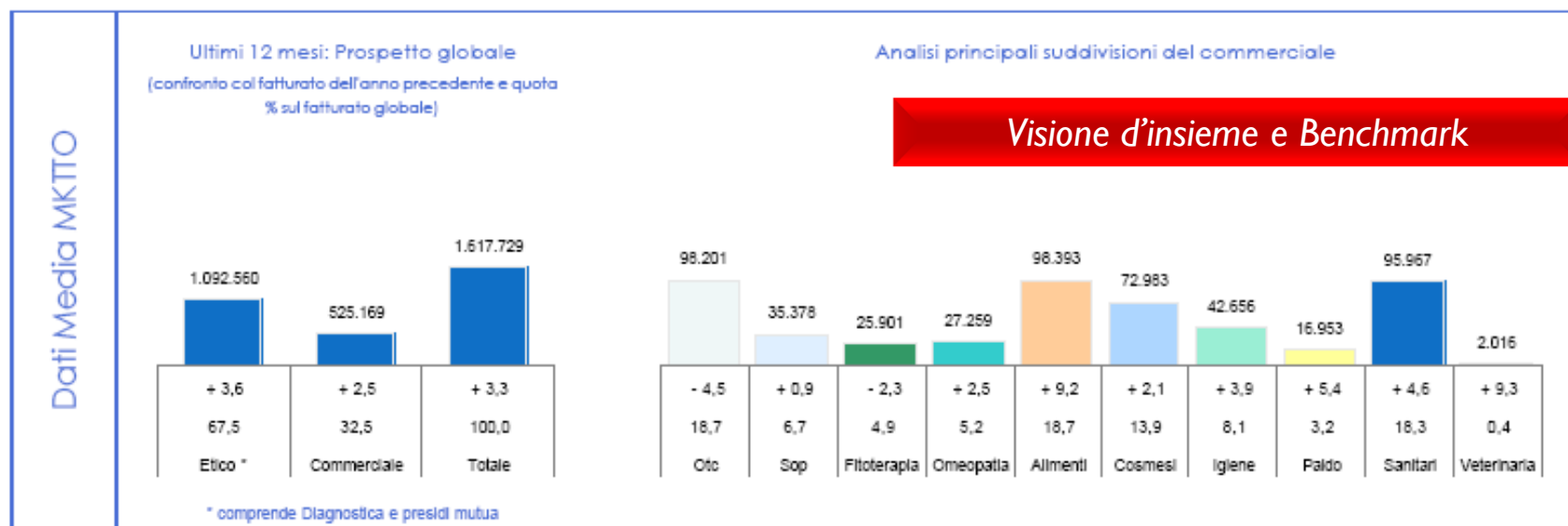
*Analizziamo un **report**  
che raccoglie, sintetizza e mette a confronto  
i dati di una farmacia  
con un mercato di riferimento.*



INDICE	<table border="1"> <tr><td><b>PROSPETTO GLOBALE</b></td><td>pagg. 1-3</td></tr> <tr><td>Generico</td><td>pagg. 4-5</td></tr> <tr><td>Sop</td><td>pagg. 6-7</td></tr> <tr><td>Otc</td><td>pagg. 8-9</td></tr> <tr><td>Analisi rotazione OTC</td><td>pagg. 10</td></tr> <tr><td><b>FITOTERAPIA</b></td><td>pagg. 11-12</td></tr> <tr><td><b>OMEOPATIA</b></td><td>pagg. 13-14</td></tr> <tr><td><b>ALIMENTI E DIETETICI</b></td><td>pagg. 15-16</td></tr> <tr><td>Integratori</td><td>pagg. 17-18</td></tr> <tr><td>Analisi rotazione Integratori</td><td>pagg. 19</td></tr> <tr><td>Alimenti per celiaci</td><td>pagg. 20-21</td></tr> <tr><td><b>DERMOCOSMESI</b></td><td>pagg. 22-23</td></tr> <tr><td>Trattamenti Viso</td><td>pagg. 24-25</td></tr> <tr><td>Trucco</td><td>pagg. 26-27</td></tr> <tr><td>Trattamenti Capelli</td><td>pagg. 28-29</td></tr> <tr><td>Trattamenti Corpo</td><td>pagg. 30-31</td></tr> <tr><td>Solari</td><td>pagg. 32-33</td></tr> </table>	<b>PROSPETTO GLOBALE</b>	pagg. 1-3	Generico	pagg. 4-5	Sop	pagg. 6-7	Otc	pagg. 8-9	Analisi rotazione OTC	pagg. 10	<b>FITOTERAPIA</b>	pagg. 11-12	<b>OMEOPATIA</b>	pagg. 13-14	<b>ALIMENTI E DIETETICI</b>	pagg. 15-16	Integratori	pagg. 17-18	Analisi rotazione Integratori	pagg. 19	Alimenti per celiaci	pagg. 20-21	<b>DERMOCOSMESI</b>	pagg. 22-23	Trattamenti Viso	pagg. 24-25	Trucco	pagg. 26-27	Trattamenti Capelli	pagg. 28-29	Trattamenti Corpo	pagg. 30-31	Solari	pagg. 32-33	<table border="1"> <tr><td><b>IGIENE</b></td><td>pagg. 34-35</td></tr> <tr><td>Igiene Corpo</td><td>pagg. 36-37</td></tr> <tr><td>Igiene Capelli</td><td>pagg. 38-39</td></tr> <tr><td>Igiene Orale</td><td>pagg. 40-41</td></tr> <tr><td>Igiene Intima</td><td>pagg. 42-43</td></tr> <tr><td><b>PAIDO</b></td><td>pagg. 44-45</td></tr> <tr><td>Alimenti Infanzia</td><td>pagg. 46-47</td></tr> <tr><td>Igiene Infanzia</td><td>pagg. 48-49</td></tr> <tr><td>Puericoltura</td><td>pagg. 50-51</td></tr> <tr><td><b>SANITARI</b></td><td>pagg. 52-53</td></tr> <tr><td>Medicazione</td><td>pagg. 54-55</td></tr> <tr><td>Elettromedicali</td><td>pagg. 56-57</td></tr> <tr><td>Ortopedia</td><td>pagg. 58-59</td></tr> <tr><td><b>VETERINARIA</b></td><td>pagg. 60-61</td></tr> <tr><td><b>DIAGNOSTICA E PRESID MUTUA</b></td><td>pagg. 62-63</td></tr> </table>	<b>IGIENE</b>	pagg. 34-35	Igiene Corpo	pagg. 36-37	Igiene Capelli	pagg. 38-39	Igiene Orale	pagg. 40-41	Igiene Intima	pagg. 42-43	<b>PAIDO</b>	pagg. 44-45	Alimenti Infanzia	pagg. 46-47	Igiene Infanzia	pagg. 48-49	Puericoltura	pagg. 50-51	<b>SANITARI</b>	pagg. 52-53	Medicazione	pagg. 54-55	Elettromedicali	pagg. 56-57	Ortopedia	pagg. 58-59	<b>VETERINARIA</b>	pagg. 60-61	<b>DIAGNOSTICA E PRESID MUTUA</b>	pagg. 62-63
	<b>PROSPETTO GLOBALE</b>	pagg. 1-3																																																																
Generico	pagg. 4-5																																																																	
Sop	pagg. 6-7																																																																	
Otc	pagg. 8-9																																																																	
Analisi rotazione OTC	pagg. 10																																																																	
<b>FITOTERAPIA</b>	pagg. 11-12																																																																	
<b>OMEOPATIA</b>	pagg. 13-14																																																																	
<b>ALIMENTI E DIETETICI</b>	pagg. 15-16																																																																	
Integratori	pagg. 17-18																																																																	
Analisi rotazione Integratori	pagg. 19																																																																	
Alimenti per celiaci	pagg. 20-21																																																																	
<b>DERMOCOSMESI</b>	pagg. 22-23																																																																	
Trattamenti Viso	pagg. 24-25																																																																	
Trucco	pagg. 26-27																																																																	
Trattamenti Capelli	pagg. 28-29																																																																	
Trattamenti Corpo	pagg. 30-31																																																																	
Solari	pagg. 32-33																																																																	
<b>IGIENE</b>	pagg. 34-35																																																																	
Igiene Corpo	pagg. 36-37																																																																	
Igiene Capelli	pagg. 38-39																																																																	
Igiene Orale	pagg. 40-41																																																																	
Igiene Intima	pagg. 42-43																																																																	
<b>PAIDO</b>	pagg. 44-45																																																																	
Alimenti Infanzia	pagg. 46-47																																																																	
Igiene Infanzia	pagg. 48-49																																																																	
Puericoltura	pagg. 50-51																																																																	
<b>SANITARI</b>	pagg. 52-53																																																																	
Medicazione	pagg. 54-55																																																																	
Elettromedicali	pagg. 56-57																																																																	
Ortopedia	pagg. 58-59																																																																	
<b>VETERINARIA</b>	pagg. 60-61																																																																	
<b>DIAGNOSTICA E PRESID MUTUA</b>	pagg. 62-63																																																																	
LEGENDA	<p><b>Fatturato</b> I valori di fatturato sono calcolati moltiplicando i pezzi venduti per il prezzo medio ponderato ricavato dal dettaglio delle vendite del periodo, quando disponibile. Se il dettaglio delle vendite non fosse disponibile, potrebbero rilevarsi scostamenti dal valore reale rilevanti soprattutto per i comparti o i prodotti caratterizzati da variazioni di prezzo molto dinamiche. In assenza di informazioni più precise e fruibili vengono utilizzati i prezzi di Banca Dati.</p> <p><b>Banca Dati</b> La suddivisione nelle principali aree merceologiche del Commerciale è realizzata utilizzando le classificazioni della Banca Dati Federfarma. La definizione della Dermocosmesi invece, pur partendo dai Gruppi Merceologici della stessa Banca Dati, è perfezionata attraverso uno studio continuo, finalizzato al controllo della classificazione iniziale dei principali prodotti.</p>	<p><b>Principali indicatori</b> pezzi: pezzi venduti nel periodo (mese, anno solare, ultimi 12 mesi)</p> <p><b>Δ% pezzi:</b> differenza percentuale in pezzi rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente</p> <p><b>euro:</b> fatturato del periodo (mese, anno solare, ultimi 12 mesi)</p> <p><b>Δ% euro:</b> differenza percentuale in euro rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente</p> <p>↕ : simbolo che indica la colonna di ordinamento</p>																																																																

### Suddivisione in categorie

Copertina





Quadro generale	DATI MENSILI: settembre 2009						PROGRESSIVO: gennaio - settembre 2009						ULTIMI 12 MESI: ottobre 2008 - settembre 2009					
	euro	Δ % euro	ctr mkt	quota %	pezzi	Δ % pezzi	euro	Δ % euro	ctr mkt	quota %	pezzi	Δ % pezzi	euro	Δ % euro	ctr mkt	quota %	pezzi	Δ % pezzi
<b>TOTALE</b>	130.462	+2,2	↔	100,0	11.925	+1,3	1.293.132	+4,0	↔	100,0	109.761	+2,0	1.617.729	+3,3	↔	100,0	148.485	+1,7
<b>ETICO</b>	82.646	+1,7	↔	63,3	6.935	+2,4	782.871	+3,9	↔	63,4	63.640	+3,4	1.022.795	+3,2	↔	63,2	85.703	+3,4
MUTUABILE	43.714	-1,6	↔	52,9	3.520	-0,8	414.445	+1,3	↔	54,3	33.103	+1,4	556.552	+0,6	↔	54,4	44.436	+1,2
NON MUTUABILE	32.367	+5,2	↔	39,2	2.275	+1,9	290.599	+7,2	↔	38,1	20.999	+3,2	388.928	+5,9	↔	38,0	28.367	+2,9
GENERICICO	6.565	+8,2	↔	7,9	1.140	+14,8	57.826	+7,1	↔	7,6	9.738	+11,5	77.314	+9,7	↔	7,6	12.900	+13,0
<b>COMMERCIALE</b>	41.771	+2,3	↔	32,0	4.603	-0,6	387.348	+3,2	↔	32,2	42.647	-0,2	525.169	+2,5	↔	32,5	58.421	-0,9
OTC	7.347	-3,7	↔	17,6	1.045	-5,7	70.800	-3,7	↔	18,3	9.948	-5,6	98.201	-4,5	↔	18,7	14.001	-6,4
SOP	2.646	-1,0	↔	6,3	490	-6,1	25.408	+1,1	↔	6,6	4.711	-4,4	35.378	+0,9	↔	6,7	6.578	-5,3
FITOTERAPIA	2.203	+1,8	↔	5,3	196	-2,2	18.883	-0,4	↔	4,9	1.675	-6,2	25.901	-2,3	↔	4,9	2.326	-7,0
OMEOPATIA	2.543	+13,1	↔	6,1	211	+5,1	19.645	+4,2	↔	5,1	1.793	+0,6	27.259	+2,5	↔	5,2	2.492	-0,5
<b>ALIMENTI E DIETETICI</b>	8.114	+9,1	↔	19,4	694	+7,2	74.555	+10,2	↔	19,2	6.321	+6,3	98.393	+9,2	↔	18,7	8.430	+5,4
Integratori	6.967	+8,9	↔	85,9	465	+6,5	64.699	+10,7	↔	86,8	4.397	+7,1	85.167	+9,7	↔	86,6	5.826	+6,1
Alimenti per cellaci	488	+29,3	↔	6,0	105	+18,1	3.913	+15,9	↔	5,2	845	+9,5	5.166	+15,0	↔	5,3	1.124	+8,7
Altri alimenti	659	-0,2	↔	8,1	124	+2,0	5.943	+1,5	↔	8,0	1.079	+1,0	8.059	+1,5	↔	8,2	1.479	+0,6
<b>DERMOCOSMESI</b>	5.213	+3,0	↔	12,5	322	+1,9	54.503	+2,5	↔	14,1	3.463	+2,7	72.983	+2,1	↔	13,9	4.641	+1,9
Trattamenti viso	2.247	+2,4	↔	43,1	120	-0,7	22.259	+3,7	↔	40,8	1.217	+0,8	31.304	+3,5	↔	42,9	1.723	+0,6
Trucco	321	-1,5	↔	6,2	22	-8,4	3.238	-0,4	↔	5,9	217	-5,0	4.729	+1,7	↔	6,5	319	-2,1
Trattamenti capelli	833	+7,4	↔	16,0	37	+5,0	4.816	-1,7	↔	6,8	251	+2,9	7.069	-1,7	↔	9,7	360	+3,5
Trattamenti corpo	1.255	+1,4	↔	24,1	72	-1,5	14.497	-1,3	↔	26,6	805	-0,4	18.427	-1,6	↔	26,2	1.039	-1,3
Solari	150	+5,0	↔	2,9	14	+20,5	5.522	+12,6	↔	10,1	397	+14,4	5.785	+12,5	↔	7,9	421	+13,9
Altri trattamenti	406	+5,2	↔	7,8	56	+11,5	4.170	+5,0	↔	7,7	575	+7,4	5.669	+2,1	↔	7,6	779	+4,5
<b>IGIENE</b>	3.393	-1,0	↔	8,1	401	-2,2	31.553	+4,1	↔	8,1	3.762	+2,4	42.656	+3,9	↔	8,1	5.093	+2,2
Igiene corpo	1.738	+0,1	↔	51,2	185	-0,8	17.038	+6,7	↔	54,0	1.829	+4,7	22.919	+6,4	↔	53,7	2.451	+3,9
Igiene capelli	461	-1,4	↔	13,6	39	-3,3	3.610	+1,1	↔	11,4	319	-0,3	5.013	+1,5	↔	11,8	443	+0,5
Igiene orale	605	-7,1	↔	17,8	113	-7,8	5.517	-3,7	↔	17,5	1.045	-2,4	7.553	-3,6	↔	17,7	1.435	-1,3
Igiene Intima	588	+2,9	↔	17,3	63	+5,5	5.388	+6,7	↔	17,1	569	+6,1	7.170	+6,1	↔	16,8	753	+5,0
<b>PAIDO</b>	1.304	-0,2	↔	3,1	211	-0,2	12.435	+5,2	↔	3,2	1.895	+3,0	16.953	+5,4	↔	3,2	2.590	+3,3
Alimenti Infanzia	353	-5,8	↔	27,1	67	-12,0	3.372	+4,3	↔	27,1	624	-5,0	4.676	+7,6	↔	27,6	870	-2,2
Igiene infanzia	672	+2,6	↔	51,5	112	+7,6	6.886	+7,1	↔	55,4	1.032	+10,1	9.127	+6,1	↔	53,8	1.383	+9,2
Puericultura	279	+0,9	↔	21,4	32	+2,4	2.177	+1,0	↔	17,5	240	-2,9	3.150	+0,6	↔	18,6	338	-4,0
<b>SANITARI</b>	8.079	+2,3	↔	19,3	943	+2,8	70.556	+4,9	↔	18,2	8.265	+2,9	95.967	+4,6	↔	18,3	11.186	+2,6
Medicazione	1.632	+0,2	↔	20,2	374	+1,9	15.148	+4,2	↔	21,5	3.323	+0,9	20.218	+4,9	↔	21,1	4.443	+1,2
Elettromedicali	439	-3,4	↔	5,4	16	+19,4	4.176	-6,4	↔	5,9	131	+8,8	6.605	-5,6	↔	6,9	208	+5,9
Ortopedia	279	+3,2	↔	3,4	10	-6,6	2.568	+5,8	↔	3,6	94	+0,3	3.402	+5,4	↔	3,5	121	-0,8
Altri sanitari	5.729	+3,3	↔	70,9	543	+3,2	48.664	+5,2	↔	69,0	4.717	+4,4	65.741	+5,8	↔	68,5	6.414	+3,7
<b>VETERINARIA</b>	165	+1,8	↔	0,4	9	-1,4	1.531	+9,8	↔	0,4	85	+2,2	2.016	+9,3	↔	0,4	113	+1,5
<b>ALTRO</b>	764	-6,6	↔	1,8	83	-10,1	7.479	+5,6	↔	1,9	729	-3,2	9.463	+5,5	↔	1,8	972	-3,2
<b>DIAGNOSTICA E PRESIDII MUTUI</b>	6.045	+8,7	↔	4,6	386	+4,9	52.914	+12,1	↔	4,4	3.274	+5,1	69.765	+10,8	↔	4,3	4.362	+4,3

Quadro generale	DATI MENSILI: settembre 2009						PROGRESSIVO: gennaio - settembre 2009						ULTIMI 12 MESI: ottobre 2008 - settembre 2009					
	euro	Δ % euro	ctr fcia	quota %	pezzi	Δ % pezzi	euro	Δ % euro	ctr fcia	quota %	pezzi	Δ % pezzi	euro	Δ % euro	ctr fcia	quota %	pezzi	Δ % pezzi
<b>TOTALE</b>	278.228	+2,5	☺	100,0	25.507	+1,1	2.518.250	+2,7	☺	100,0	230.733	+0,7	3.382.313	+2,1	☺	100,0	309.871	+0,5
<b>ETICO</b>	166.711	+1,2	☺	59,9	13.607	+2,4	1.498.275	+2,1	☺	59,5	121.807	+1,9	2.003.026	+1,5	☺	59,6	153.088	+2,0
MUTUABILE	85.634	-2,6	☺	51,4	6.674	-0,7	790.826	-0,9	☺	52,8	61.010	-0,2	1.059.159	-1,7	☺	52,9	81.765	-0,3
NON MUTUABILE	68.171	+5,2	☺	40,9	4.702	+1,8	595.399	+5,7	☺	39,7	42.074	+1,8	794.113	+4,9	☺	39,6	56.508	+1,7
GENERICO	12.906	+6,8	☺	7,7	2.231	+14,1	112.050	+5,1	☺	7,5	18.723	+9,7	149.754	+7,7	☺	7,5	24.815	+11,5
<b>COMMERCIALE</b>	101.027	+4,3	☺	36,3	11.187	-0,5	926.444	+2,9	☺	36,8	102.760	-0,9	1.236.342	+2,3	☺	36,8	138.618	-1,5
OTC	15.682	-4,6	☺	15,5	2.226	-7,7	150.108	-3,5	☺	16,2	21.071	-6,1	204.573	-4,8	☺	16,5	29.215	-7,0
SOP	5.676	-0,5	☺	5,6	990	-2,5	52.934	+1,2	☺	5,7	9.247	-2,7	73.164	+0,0	☺	5,9	12.839	-3,9
FITOTERAPIA	4.850	+8,6	☺	4,8	413	+4,0	41.404	+3,9	☺	4,5	3.533	+0,6	55.984	+2,9	☺	4,5	4.851	-0,2
OMEOPATIA	7.691	+22,5	☺	7,6	616	+8,5	55.238	+8,0	☺	6,0	4.974	+2,6	75.373	+5,5	☺	6,1	6.832	+1,3
<b>ALIMENTI E DIETETICI</b>	21.534	+10,1	☺	21,3	2.377	+4,1	194.660	+9,6	☺	21,0	21.467	+5,1	254.210	+9,9	☺	20,6	28.408	+5,5
Integratori	15.953	+11,4	☺	74,1	1.040	+7,6	145.553	+10,1	☺	74,8	9.742	+6,3	188.590	+10,0	☺	74,2	12.706	+5,9
Alimenti per celaci	3.963	+10,6	☺	18,5	1.011	+4,0	34.073	+12,8	☺	17,5	8.692	+7,1	45.230	+14,0	☺	17,8	11.581	+8,2
Altri alimenti	1.598	-2,4	☺	7,4	326	-5,6	15.034	-1,0	☺	7,7	3.033	-3,7	20.390	+0,5	☺	8,0	4.121	-2,6
<b>DERMOCOSMESI</b>	14.444	+3,5	☺	14,3	823	+1,2	149.239	+2,2	☺	16,1	8.751	+0,2	196.360	+1,8	☺	15,9	11.504	-0,7
Trattamenti viso	6.747	+4,8	☺	46,7	322	-2,1	63.619	+4,5	☺	42,6	3.148	-0,3	67.922	+4,2	☺	44,8	4.385	-0,9
Trucco	866	-1,2	☺	6,1	58	-3,9	8.660	-0,1	☺	5,9	566	-4,0	12.662	+0,9	☺	6,4	814	-2,7
Trattamenti capelli	2.215	+4,4	☺	15,3	97	+7,0	13.125	-1,0	☺	8,8	642	+2,2	18.944	-0,3	☺	9,6	896	+1,8
Trattamenti corpo	3.065	+1,1	☺	21,2	168	-0,1	35.263	-1,9	☺	23,6	1.651	-2,1	44.226	-2,0	☺	22,5	2.359	-2,7
Solari	469	+2,8	☺	3,2	37	+2,3	18.093	+5,6	☺	12,1	1.213	+3,4	18.903	+5,3	☺	9,6	1.279	+3,2
Altri trattamenti	1.062	+4,5	☺	7,4	141	+9,5	10.281	+2,9	☺	6,9	1.331	+3,1	13.703	-1,0	☺	7,0	1.771	-0,6
<b>IGIENE</b>	6.236	+3,9	☺	8,2	931	+0,2	74.092	+3,6	☺	8,0	8.548	+0,8	98.170	+3,2	☺	7,9	11.349	+0,4
Igiene corpo	4.363	+5,8	☺	53,0	455	+1,2	40.996	+5,3	☺	55,3	4.338	+1,7	53.942	+4,5	☺	54,9	5.718	+0,5
Igiene capelli	1.222	+4,2	☺	14,8	101	+0,5	9.234	+4,3	☺	12,5	801	+1,3	12.508	+4,1	☺	12,7	1.088	+1,5
Igiene orale	1.328	-3,0	☺	16,1	238	-3,6	12.114	-2,5	☺	16,3	2.183	-1,7	16.268	-1,9	☺	16,6	2.936	-0,7
Igiene intima	1.323	+4,9	☺	16,1	137	+3,6	11.748	+3,7	☺	15,9	1.226	+1,7	15.451	+3,8	☺	15,7	1.607	+1,5
<b>PAIDO</b>	4.748	-0,6	☺	4,7	753	-6,7	44.500	-0,9	☺	4,8	7.023	-6,3	59.493	-1,1	☺	4,8	9.445	-6,1
Alimenti infanzia	1.706	-2,2	☺	35,9	356	-11,9	15.799	-4,4	☺	35,5	3.424	-12,0	21.480	-3,7	☺	36,1	4.648	-11,3
Igiene infanzia	1.788	-1,2	☺	37,7	267	-1,7	18.824	+1,4	☺	42,3	2.582	+1,5	24.499	+0,9	☺	41,2	3.423	+1,4
Puericultura	1.254	+2,5	☺	26,4	130	-1,0	9.877	+0,4	☺	22,2	1.017	-4,1	13.513	-0,1	☺	22,7	1.375	-4,5
<b>SANITARI</b>	15.338	+2,1	☺	15,2	1.815	+3,0	138.221	+1,6	☺	14,9	16.050	-0,1	186.304	+1,2	☺	15,1	21.447	-0,8
Medicazione	2.921	+4,7	☺	19,0	705	+2,7	25.923	+2,9	☺	18,8	6.288	-0,4	33.861	+1,6	☺	18,2	8.274	-1,4
Elettromedicali	1.277	-3,5	☺	8,3	45	-5,5	11.551	-3,6	☺	8,4	406	-0,9	17.172	-4,6	☺	9,2	600	-2,8
Ortopedia	1.097	+5,5	☺	7,2	36	+3,1	10.395	+5,1	☺	7,5	327	+0,3	13.460	+5,0	☺	7,2	417	-0,1
Altri sanitari	10.042	+1,7	☺	65,5	1.028	+3,5	90.351	+1,5	☺	65,4	9.030	+0,1	121.811	+1,5	☺	65,4	12.156	-0,3
<b>VETERINARIA</b>	506	+6,0	☺	0,5	32	-5,8	4.113	+6,7	☺	0,4	275	-1,7	5.353	+8,1	☺	0,4	365	-0,1
<b>ALTRO</b>	2.321	+2,8	☺	2,3	210	-3,6	21.934	+3,0	☺	2,4	1.820	-3,8	27.358	+3,9	☺	2,2	2.364	-2,5
<b>DIAGNOSTICA E PRESIDII MUTUA</b>	10.488	+7,8	☺	3,8	713	+2,2	93.531	+11,3	☺	3,7	6.167	+3,9	122.946	+11,1	☺	3,7	8.165	+4,1

**\\ commerciale \ OTC**

**ANALISI DITTE - DATI MENSILI: settembre 2009**

fcia	mkt		▼ euro	Δ % euro	quota %	pezzi	Δ % pezzi
		<b>TOTALE OTC</b>	<b>7.347</b>	<b>-3,7</b>	<b>100,0</b>	<b>1.045</b>	<b>-5,7</b>
1	1	BAYER SpA	878	-8,0	12,0	121	-11,7
2	2	ANGELINI SpA	604	-0,9	10,9	135	-4,1
3	3	SANOPI-AVENTIS SpA	775	-4,1	10,5	103	-6,9
4	6	BOEHRINGER INGELHEIM	521	+1,5	7,1	80	-1,6
5	4	NOVARTIS CONSUMER HE	506	-5,1	6,9	71	-7,1
6	5	JOHNSON & JOHNSON	410	-2,9	5,6	55	-6,2
7	7	GLAXOSMITHKLINE C.HE	293	-3,3	4,0	42	-5,2
8	8	NOVARTIS FARMA SpA	227	+1,7	3,1	30	+2,2
9	9	RECKITT BENCKISER	192	+5,3	2,6	31	-2,0
10	13	MEDA PHARMA SpA	180	-0,8	2,4	22	-4,1
		Altre 108 ditte	2.561	-5,1	34,9	355	-5,4

**ANALISI PRODOTTI - DATI MENSILI: settembre 2009**

fcia	mkt		▼ euro	Δ % euro	quota %	pezzi	Δ % pezzi
		<b>TOTALE OTC</b>	<b>7.347</b>	<b>-3,7</b>	<b>100,0</b>	<b>1.045</b>	<b>-5,7</b>
1	2	ENTEROGERMINA'OS 20FL 2MLD/5ML	222	+6,8	3,0	19	+7,9
2	1	VOLTAREN EMULGEL'GEL 60G 1%	217	+4,2	3,0	29	+3,8
3	11	BUSCOPAN'30CPR RIV 10MG	122	+5,0	1,7	17	-0,2
4	4	MOMENT'24CPR RIV 200MG	111	-11,7	1,5	16	-2,2
5	3	MOMENTACT'12CPR RIV 400MG	109	+14,9	1,5	13	+10,1
6	15	YOVIS'OS GRAT 10BUST 1G (3G)	102	+1,1	1,4	9	-3,7
7	9	ENTEROGERMINA'OS 10FL 2MLD/5ML	99	-14,5	1,3	14	-11,5
8	5	ASPIRINA C'20CPR EFF CIVIT C	95	+1,4	1,3	16	+14,9
9	6	RINAZINA'SPRAY NAS 15ML 0,1%	95	+1,6	1,3	15	+0,1
10	19	VIVIN C'20CPR EFF 330MG+200MG	86	-0,3	1,2	14	-6,4
11	8	MAALOX PLUS'30CPR MAST	77	+3,7	1,1	14	+0,4
12	7	MOMENT'12CPR RIV 200MG	75	-12,8	1,0	17	-16,1
13	14	LASONIL'GEL 50G 2,5%	70	-7,5	0,9	9	-10,3
14	21	SUPRADYN'20CPR EFF	62	+13,2	0,8	6	+14,8
15	18	TANTUM VERDE'COLLUT 240ML	61	-6,4	0,8	10	-10,5
16	25	ZERINOL'20CPR RIV 300MG+2MG	61	-12,7	0,8	9	-17,2
17	12	ASPIRINA C'10CPR EFF CIVIT C	60	-25,9	0,8	14	-28,9
18	24	IMODIUM'8CPS 2MG	58	-7,0	0,8	12	-7,4
19	42	DULCOLAX'24CPR RIV 5MG	57	+9,8	0,8	9	+8,2
20	20	GYNOCANESTEN'CREMA VAG 30G 2%	55	-1,7	0,8	8	-7,7
21	27	BETADINE'SOLUZ CUT 125ML 10%	55	+2,5	0,7	6	-0,6
22	23	BUSCOFEN'12CPS MOLLI 200MG	54	-4,9	0,7	10	-4,7
23	17	FLECTOR'SCER MEDIC 180MG	54	-21,5	0,7	4	-27,2
24	16	CANESTEN'CREMA 30G 1%	54	-0,1	0,7	7	-3,9
25	28	FASTUM GEL'50G 2,5%	54	-11,1	0,7	7	-16,3
26	37	FLUJIMUCIL MUC'OS 30BUST 200MG	53	-1,4	0,7	7	-4,8
27	36	BRONCHENOLO'SCIR FL 160ML	50	-8,2	0,7	7	-6,5
28	30	SUPRADYN'30CPR RIV	49	-7,2	0,7	5	-10,6
29	29	BISOLVON LINCTUS'SCIR FL 250ML	48	+21,1	0,7	7	+24,9
30	26	KETODOL'20CPR 200MG+25MG R.M.	47	-12,4	0,6	6	-15,1
31	49	VOLTADOL'SCER MEDIC 140MG	46	-36,1	0,6	4	-28,1
32	33	TROSYD'SOLUZ UNG. 1FL 12ML 28%	46	+15,5	0,6	2	+13,8
33	100	CORSODYL'SOLUZ 150ML 200MG/100	46	+0,5	0,6	7	-5,0
34	87	KATOXYN'POLV SPRAY BOMB 10,18G	45	-13,5	0,6	5	-13,0
35	44	TANTUM ROSA P'SOL VAG 5FL140ML	44	+2,1	0,6	5	-2,3
36	22	VENORUTON'OS 30BUST 1G	44	+3,0	0,6	3	+1,5
37	34	ASPIRINA'AD 20CPR 0,5G	44	-7,3	0,6	11	-10,5
38	31	SOMATOLINE'EMULS 30BUST 10G	43	+8,7	0,6	1	+3,0
39	32	FLECTOR'10CER MEDIC 180MG	42	-12,7	0,6	2	-16,7
40	41	MYLICONGAS'50CPR MAST 40MG	41	+5,2	0,6	5	-8,7
		Altre 749 referenze	4.495	-4,3	61,2	663	-6,0

**ANALISI DITTE - PROGRESSIVO: gennaio - settembre 2009**

fcia	mkt		▼ euro	Δ % euro	quota %	pezzi	Δ % pezzi
		<b>TOTALE OTC</b>	<b>70.800</b>	<b>-3,7</b>	<b>100,0</b>	<b>9.948</b>	<b>-5,6</b>
1	1	BAYER SpA	8.665	-4,8	12,3	1.153	-9,3
2	2	SANOPI-AVENTIS SpA	8.009	-5,2	11,3	1.057	-6,1
3	3	ANGELINI SpA	7.077	-1,8	10,0	1.204	-6,2
4	6	BOEHRINGER INGELHEIM	4.810	+1,1	6,8	736	-1,1
5	4	NOVARTIS CONSUMER HE	4.759	-3,3	6,7	675	-3,9
6	5	JOHNSON & JOHNSON	4.419	+0,4	6,2	582	-3,8
7	7	GLAXOSMITHKLINE C.HE	2.803	-3,6	4,0	400	-5,7
8	8	NOVARTIS FARMA SpA	2.047	-3,0	2,9	270	-1,4
9	9	RECKITT BENCKISER	1.821	+2,9	2,6	304	+0,6
10	14	MEDA PHARMA SpA	1.567	-1,0	2,2	192	-4,8
		Altre 120 ditte	24.804	-5,7	35,0	3.374	-6,5

**ANALISI DITTE - ULTIMI 12 MESI: ottobre 2008 - settembre 2009**

fcia	mkt		▼ euro	Δ % euro	quota %	pezzi	Δ % pezzi
		<b>TOTALE OTC</b>	<b>98.201</b>	<b>-4,5</b>	<b>100,0</b>	<b>14.001</b>	<b>-6,4</b>
1	1	BAYER SpA	12.041	-6,8	12,3	1.650	-10,4
2	2	SANOPI-AVENTIS SpA	11.002	-4,9	11,2	1.462	-5,9
3	3	ANGELINI SpA	9.949	-2,4	10,1	1.707	-6,5
4	5	BOEHRINGER INGELHEIM	6.910	-0,8	7,0	1.060	-2,7
5	4	NOVARTIS CONSUMER HE	6.492	-3,6	6,6	923	-4,6
6	6	JOHNSON & JOHNSON	5.780	-2,6	5,9	775	-6,6
7	7	GLAXOSMITHKLINE C.HE	4.001	-3,0	4,1	577	-5,1
8	9	NOVARTIS FARMA SpA	2.847	-2,3	2,9	377	+0,2
9	8	RECKITT BENCKISER	2.756	+1,3	2,8	469	-0,2
10	15	A.MENARINI IND.FARM.	2.301	-13,9	2,3	351	-17,3
		Altre 128 ditte	34.120	-5,4	34,7	4.650	-6,4

\\ commerciale \ OTC

ANALISI DITTE - DATI MENSILI: settembre 2009

mk	fcia		▼ euro	Δ % euro	quota %	pezzi	Δ % pezzi
		<b>TOTALE OTC</b>	<b>15.682</b>	<b>-4,6</b>	<b>100,0</b>	<b>2.226</b>	<b>-7,7</b>
1	1	BAYER SpA	1.979	-8,6	12,6	269	-12,9
2	2	ANGELINI SpA	1.751	-0,4	11,2	299	-5,4
3	3	SANOPI-AVENTIS SpA	1.584	-5,8	10,1	204	-6,6
4	5	NOVARTIS CONSUMER HE	1.240	-1,4	7,9	179	-3,5
5	6	JOHNSON & JOHNSON	948	-1,9	6,0	121	-9,6
6	4	BOEHRINGER INGELHEIM	935	-7,4	6,0	142	-9,7
7	7	GLAXOSMITHKLINE C.HE	540	-1,6	3,4	75	-6,3
8	8	NOVARTIS FARMA SpA	530	-0,2	3,4	66	-2,4
9	9	RECKITT BENCKISER	503	+0,4	3,2	83	-5,3
10	12	ALFA WASSERMANN SpA	348	-10,4	2,2	57	-13,3
		Altre 122 ditte	5.325	-5,4	34,0	732	-7,4

ANALISI PRODOTTI - DATI MENSILI: settembre 2009

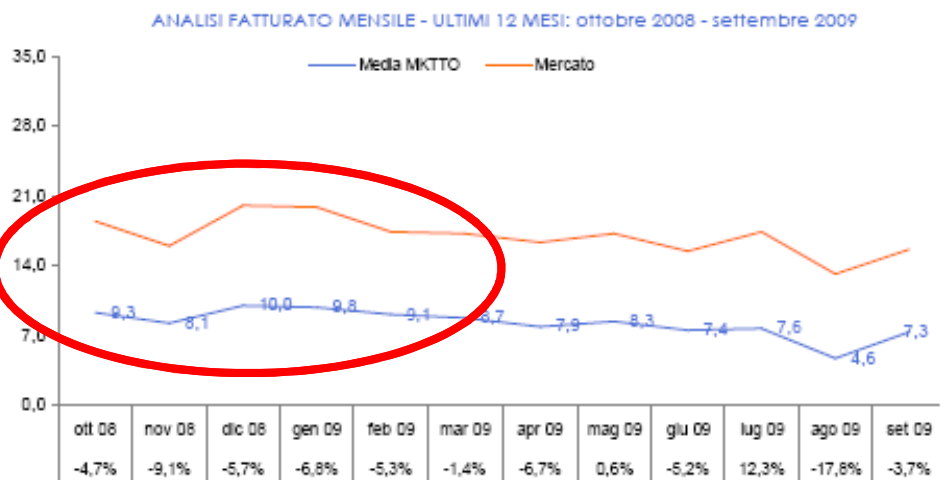
mk	fcia		▼ euro	Δ % euro	quota %	pezzi	Δ % pezzi
		<b>TOTALE OTC</b>	<b>15.682</b>	<b>-4,6</b>	<b>100,0</b>	<b>2.226</b>	<b>-7,7</b>
1	2	VOLTAREN EMULGEL*GEL 60G 1%	497	+1,2	3,2	63	-1,5
2	1	ENTEROGERMINA*OS 20FL 2MLD/SML	491	-9,1	3,1	41	-9,3
3	5	MOMENTACT*12CPR RIV 400MG	259	+12,7	1,6	33	+7,4
4	4	MOMENT*24CPR RIV 200MG	240	-1,0	1,5	32	-1,4
5	8	ASPIRINA C*20CPR EFF C/VIT C	216	-14,3	1,4	33	-13,6
6	9	RINAZINA*SPRAY NAS 15ML 0,1%	212	-0,3	1,3	32	-6,5
7	12	MOMENT*12CPR RIV 200MG	193	-2,9	1,2	44	-6,3
8	11	MAALOX PLUS*30CPR MAST	169	+2,3	1,1	32	+1,3
9	7	ENTEROGERMINA*OS 10FL 2MLD/SML	167	-12,2	1,1	24	-13,7
10	41	PURSENNID*40CPR RIV 12MG	163	-0,3	1,0	29	-4,2
11	3	BUSCOPAN*30CPR RIV 10MG	156	-3,5	1,0	22	-6,7
12	17	ASPIRINA C*10CPR EFF C/VIT C	150	-19,4	1,0	35	-23,6
13	46	REACTINE*14CPR 5MG+120MG R.P.	144	+9,7	0,9	13	+4,1
14	13	LASONIL*GEL 50G 2,5%	143	-14,8	0,9	19	-18,2
15	6	YOVIS*OS GRAT 10BUST 1G (3G)	133	-2,1	0,9	13	-6,9
16	24	CANESTEN*CREMA 30G 1%	131	+2,1	0,8	18	-1,3
17	23	FLECTOR*5CER MEDIC 180MG	131	-20,9	0,8	10	-23,6
18	15	TANTUM VERDE*COLLUT 240ML	130	-5,4	0,8	21	-6,9
19	10	VIVIN C*20CPR EFF 330MG+200MG	125	-16,8	0,8	19	-21,1
20	20	GYNOCANESTEN*CREMA VAG 30G 2%	116	+12,7	0,7	17	+7,2
		Altre 831 referenze	11.717	-4,6	74,7	1.678	-7,7

ANALISI DITTE - PROGRESSIVO: gennaio - settembre 2009

mk	fcia		▼ euro	Δ % euro	quota %	pezzi	Δ % pezzi
		<b>TOTALE OTC</b>	<b>150.108</b>	<b>-3,5</b>	<b>100,0</b>	<b>21.071</b>	<b>-6,1</b>
1	1	BAYER SpA	19.066	-4,1	12,7	2.537	-8,5
2	2	SANOPI-AVENTIS SpA	16.585	-6,5	11,0	2.108	-7,1
3	3	ANGELINI SpA	15.508	-1,4	10,3	2.675	-5,6
4	5	NOVARTIS CONSUMER HE	12.003	-0,9	8,0	1.704	-3,3
5	6	JOHNSON & JOHNSON	9.493	+0,5	6,3	1.224	-6,3
6	4	BOEHRINGER INGELHEIM	9.023	+0,4	6,0	1.374	-1,9
7	7	GLAXOSMITHKLINE C.HE	4.906	-4,1	3,3	693	-7,3
8	8	NOVARTIS FARMA SpA	4.611	-4,7	3,1	579	-6,3
9	9	RECKITT BENCKISER	4.465	+8,5	3,0	762	+5,8
10	12	ALFA WASSERMANN SpA	3.342	-2,7	2,2	557	-4,6
		Altre 137 ditte	51.107	-5,8	34,0	6.859	-7,8

ANALISI DITTE - ULTIMI 12 MESI: ottobre 2008 - settembre 2009

mk	fcia		▼ euro	Δ % euro	quota %	pezzi	Δ % pezzi
		<b>TOTALE OTC</b>	<b>204.573</b>	<b>-4,8</b>	<b>100,0</b>	<b>29.215</b>	<b>-7,0</b>
1	1	BAYER SpA	26.230	-6,5	12,8	3.603	-10,1
2	2	SANOPI-AVENTIS SpA	22.251	-7,4	10,9	2.847	-8,1
3	3	ANGELINI SpA	21.387	-2,2	10,5	3.729	-5,7
4	5	NOVARTIS CONSUMER HE	15.861	-2,3	7,8	2.275	-4,3
5	4	BOEHRINGER INGELHEIM	12.877	-2,1	6,3	1.961	-3,9
6	6	JOHNSON & JOHNSON	12.233	-2,8	6,0	1.617	-8,6
7	7	GLAXOSMITHKLINE C.HE	6.987	-4,7	3,4	998	-7,6
8	9	RECKITT BENCKISER	6.665	+5,8	3,3	1.156	+3,8
9	8	NOVARTIS FARMA SpA	6.215	-5,1	3,0	782	-5,6
10	11	ALFA WASSERMANN SpA	4.843	-4,4	2,4	824	-5,5
		Altre 142 ditte	69.025	-6,4	33,7	9.423	-8,3



## ANALISI ROTAZIONE OTC

Dati mensili Media MKTTO							Dati mensili medi Mercato di confronto								
fcia	mkt		euro	Δ % euro	quota %	▼ pezzi	Δ % pezzi	mkt	fcia		euro	Δ % euro	quota %	▼ pezzi	Δ % pezzi
		<b>TOTALE OTC</b>	<b>7.347</b>	<b>-3,7</b>	<b>100,0</b>	<b>1.045</b>	<b>-5,7</b>			<b>TOTALE OTC</b>	<b>15.682</b>	<b>-4,6</b>	<b>100,0</b>	<b>2.226</b>	<b>-7,7</b>
1	1	VOLTAREN EMULGEL*GEL 60G 1%	217	+4,2	3,0	29	+3,8	1	1	VOLTAREN EMULGEL*GEL 60G 1%	497	+1,2	3,2	63	-1,5
2	3	ENTEROGERMINA*OS 20FL 2MLD/5ML	222	+6,8	3,0	19	+7,9	2	4	MOMENT*12CPR RIV 200MG	193	-2,9	1,2	44	-6,3
3	14	BUSCOPAN*30CPR RIV 10MG	122	+5,0	1,7	17	-0,2	3	2	ENTEROGERMINA*OS 20FL 2MLD/5ML	491	-9,1	3,1	41	-9,3
4	2	MOMENT*12CPR RIV 200MG	75	-12,8	1,0	17	-16,1	4	9	ASPIRINA C*10CPR EFF C/VIT C	150	-19,4	1,0	35	-23,6
5	5	ASPIRINA C*20CPR EFF C/VIT C	95	+1,4	1,3	16	+14,9	5	5	ASPIRINA C*20CPR EFF C/VIT C	216	-14,3	1,4	33	-13,6
6	9	MOMENT*24CPR RIV 200MG	111	-11,7	1,5	16	-2,2	6	12	MOMENTACT*12CPR RIV 400MG	259	+12,7	1,6	33	+7,4
7	7	RINAZINA*SPRAY NAS 15ML 0,1%	95	+1,6	1,3	15	+0,1	7	7	RINAZINA*SPRAY NAS 15ML 0,1%	212	-0,3	1,3	32	-6,5
8	12	ENTEROGERMINA*OS 10FL 2MLD/5ML	99	-14,5	1,3	14	-11,5	8	11	MAALOX PLUS*30CPR MAST	169	+2,3	1,1	32	+1,3
9	4	ASPIRINA C*10CPR EFF C/VIT C	60	-25,9	0,8	14	-28,9	9	6	MOMENT*24CPR RIV 200MG	240	-1,0	1,5	32	-1,4
10	18	VIVIN C*20CPR EFF 330MG+200MG	88	-0,3	1,2	14	-6,4	10	27	PURSENNID*40CPR RIV 12MG	163	-0,3	1,0	29	-4,2
11	8	MAALOX PLUS*30CPR MAST	77	+3,7	1,1	14	+0,4	11	14	ASPIRINA*AD 20CPR 0,5G	95	-13,2	0,6	24	-15,4
12	6	MOMENTACT*12CPR RIV 400MG	109	+14,9	1,5	13	+10,1	12	8	ENTEROGERMINA*OS 10FL 2MLD/5ML	167	-12,2	1,1	24	-13,7
13	16	IMODIUM*8CPS 2MG	58	-7,0	0,8	12	-7,4	13	21	VEROLAX*AD SOL RETT 6CLISMI 9G	79	-3,7	0,5	23	-7,9
14	11	ASPIRINA*AD 20CPR 0,5G	44	-7,3	0,6	11	-10,5	14	3	BUSCOPAN*30CPR RIV 10MG	156	-3,5	1,0	22	-6,7
15	15	TANTUM VERDE*COLLUT 240ML	61	-6,4	0,8	10	-10,5	15	15	TANTUM VERDE*COLLUT 240ML	130	-5,4	0,8	21	-6,9
16	17	BUSCOFEN*12CPS MOLLI 200MG	54	-4,9	0,7	10	-4,7	16	13	IMODIUM*8CPS 2MG	108	-6,1	0,7	21	-12,1
17	34	YOVIS*OS GRAT 10BUST 1G (3G)	102	+1,1	1,4	9	-3,7	17	16	BUSCOFEN*12CPS MOLLI 200MG	109	+9,1	0,7	20	+4,9
18	26	DULCOLAX*24CPR RIV 5MG	57	+9,8	0,8	9	+8,2	18	10	VIVIN C*20CPR EFF 330MG+200MG	125	-16,8	0,8	19	-21,1
19	19	LASONIL*GEL 50G 2,5%	70	-7,5	0,9	9	-10,3	19	19	LASONIL*GEL 50G 2,5%	143	-14,8	0,9	19	-18,2
20	24	ZERINOL*20CPR RIV 300MG+2MG	61	-12,7	0,8	9	-17,2	20	24	CANESTEN*CREMA 30G 1%	131	+2,1	0,8	18	-1,3
21	13	VEROLAX*AD SOL RETT 6CLISMI 9G	29	+1,8	0,4	8	+2,0	21	80	CLISMALAX*1CLISMA 133ML	68	+4,8	0,4	17	+3,5
22	22	GYNOCANESTEN*CREMA VAG 30G 2%	55	-1,7	0,8	8	-7,7	22	22	GYNOCANESTEN*CREMA VAG 30G 2%	116	+12,7	0,7	17	+7,2
23	31	CITROSIL*8FAZZ IMBEVUTI 0,175%	26	+251,0	0,4	7	+248,0	23	35	IRIDINA DUE*COLL FL 10ML 0,05%	94	-5,1	0,6	16	-7,5
24	20	CANESTEN*CREMA 30G 1%	54	-0,1	0,7	7	-3,9	24	20	ZERINOL*20CPR RIV 300MG+2MG	108	-15,0	0,7	15	-17,9
25	65	CORSODYL*SOLUZ 150ML 200MG/100	46	+0,5	0,6	7	-5,0	25	32	KETODOL*20CPR 200MG+25MG R.M.	106	-12,0	0,7	15	-13,9
26	27	FASTUM GEL*50G 2,5%	54	-11,1	0,7	7	-16,3	26	18	DULCOLAX*24CPR RIV 5MG	86	+7,0	0,5	14	+4,3
27	10	PURSENNID*40CPR RIV 12MG	41	-3,8	0,6	7	-8,8	27	26	FASTUM GEL*50G 2,5%	105	-11,8	0,7	14	-15,4
28	38	BRONCHENOLO*SCIR FL 160ML	50	-8,2	0,7	7	-6,5	28	30	BISOLVON LINCTUS*SCIR FL 250ML	105	-13,3	0,7	14	-15,4
29	41	FLUIMUCIL MUC.*OS 30BUST 200MG	53	-1,4	0,7	7	-4,8	29	265	EUCLORINA*POLV SOL 10BUST 2,5G	89	+3,3	0,6	14	+1,6
30	28	BISOLVON LINCTUS*SCIR FL 250ML	48	+21,1	0,7	7	+24,9	30	41	MOMENDOL*12CPR RIV 220MG	65	-14,7	0,4	14	-18,4
31	67	ZERINOL*FLU*12CPR EFF	35	-4,1	0,5	6	+2,5	31	23	CITROSIL*8FAZZ IMBEVUTI 0,175%	48	+198,8	0,3	14	+186,7
32	25	KETODOL*20CPR 200MG+25MG R.M.	47	-12,4	0,6	6	-15,1	32	46	PROCTOLYN*CR RETT 30G	91	+9,2	0,6	13	+5,3
33	56	SOLUZIONE SCHOUM*FL 550G	39	+14,8	0,5	6	+9,9	33	79	REACTINE*14CPR 5MG+120MG R.P.	144	+9,7	0,9	13	+4,1
34	35	BETADINE*SOLUZ CUT 125ML 10%	55	+2,5	0,7	6	-0,6	34	17	YOVIS*OS GRAT 10BUST 1G (3G)	133	-2,1	0,9	13	-6,9
35	23	IRIDINA DUE*COLL FL 10ML 0,05%	35	-11,3	0,5	6	-11,3	35	34	BETADINE*SOLUZ CUT 125ML 10%	106	+1,9	0,7	12	+0,5
36	55	TACHIFLUDEC*10BUST LIMMIELE	32	-4,7	0,4	6	-14,9	36	74	NEOBOROCILLINA*20CPR 1,2+20MG	62	-10,3	0,4	12	-15,1
37	54	SUPRADYN*20CPR EFF	62	+13,2	0,8	6	+14,8	37	51	NEOCIBALGINA*12CPR	63	+6,0	0,4	12	-2,5
38	47	VOLTADVANCE*10CPR RIV 25MG	29	-22,3	0,4	6	-22,9	38	28	BRONCHENOLO*SCIR FL 160ML	94	-13,8	0,6	12	-18,5
39	66	MAGNESIA S.PELL*EFF LIM 100G	33	+0,1	0,5	6	-3,9	39	588	GLICEROLAX*AD 6 MICROCLISMI 9G	51	+12,3	0,3	12	+8,8
40	51	TANTUM VERDE*COLLUT 120ML	23	+2,4	0,3	6	+1,4	40	42	GEFFER*OS GRAT EFF 24BUST 5G	84	-0,1	0,5	12	-3,9
		Altre 749 referenze	4.625	-5,1	63,0	634	-7,3			Altre 811 referenze	10.029	-5,2	64,0	1.367	-8,4

\\ commerciale \ PAIDO

ANALISI DITTE - DATI MENSILI: settembre 2009

fcia	mkt		▼ euro	Δ % euro	quota %	pezzi	Δ % pezzi
		<b>TOTALE PAIDO</b>	<b>1.304</b>	<b>-0,2</b>	<b>100,0</b>	<b>211</b>	<b>-0,2</b>
1	1	CHICCO (ARTSANA SPA)	186	+4,2	14,3	26	+8,8
2	3	FATER	166	+5,7	12,7	29	+31,7
3	8	ROTTAPHARM SpA	79	-10,5	6,1	17	-9,8
4	4	MELLIN	78	-7,6	6,0	18	-3,9
5	2	PLASMON	74	-13,0	5,7	24	-18,4
6	11	TOEPPER GmbH	69	-0,8	5,3	6	-9,3
7	7	LAB.EXPANSIENZE ITA	68	+2,5	5,2	7	-3,5
8	15	FISSAN (SARA LEE HOU	59	-16,0	4,5	11	-16,8
9	13	BAYER SpA	54	+50,3	4,1	5	+40,1
10	6	AVENT GROUP LIMITED	40	-5,0	3,1	4	-13,2
		<b>Altre 129 ditte</b>	<b>430</b>	<b>+0,6</b>	<b>33,0</b>	<b>64</b>	<b>+1,3</b>

ANALISI DITTE - PROGRESSIVO: gennaio - settembre 2009

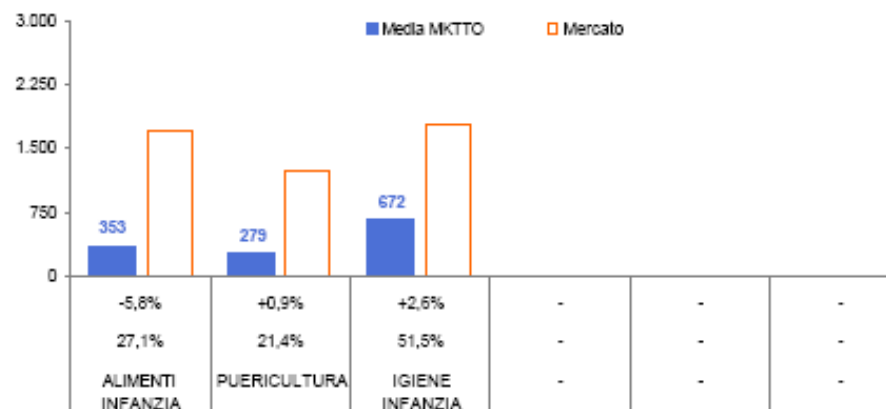
fcia	mkt		▼ euro	Δ % euro	quota %	pezzi	Δ % pezzi
		<b>TOTALE PAIDO</b>	<b>12.435</b>	<b>+5,2</b>	<b>100,0</b>	<b>1.896</b>	<b>+3,0</b>
1	3	FATER	1.515	+15,4	12,2	246	+35,7
2	1	CHICCO (ARTSANA SPA)	1.435	-1,0	11,5	188	-3,0
3	8	ROTTAPHARM SpA	865	-2,2	7,0	191	+9,5
4	4	MELLIN	760	+1,8	6,1	159	-4,2
5	2	PLASMON	714	-6,2	5,7	234	-13,5
6	10	TOEPPER GmbH	670	+12,4	5,4	62	+2,7
7	6	LAB.EXPANSIENZE ITA	657	-8,4	5,3	70	-14,6
8	15	FISSAN (SARA LEE HOU	614	-6,6	4,9	117	-5,9
9	13	BAYER SpA	496	+59,4	4,0	46	+54,3
10	7	AVENT GROUP LIMITED	319	+8,1	2,6	30	+5,3
		<b>Altre 176 ditte</b>	<b>4.391</b>	<b>+7,4</b>	<b>35,3</b>	<b>553</b>	<b>+4,4</b>

ANALISI DITTE - ULTIMI 12 MESI: ottobre 2008 - settembre 2009

fcia	mkt		▼ euro	Δ % euro	quota %	pezzi	Δ % pezzi
		<b>TOTALE PAIDO</b>	<b>16.953</b>	<b>+5,4</b>	<b>100,0</b>	<b>2.590</b>	<b>+3,3</b>
1	1	CHICCO (ARTSANA SPA)	2.075	-2,6	12,2	263	-5,2
2	3	FATER	2.070	+17,7	12,2	326	+36,5
3	8	ROTTAPHARM SpA	1.182	-1,1	7,0	260	+11,4
4	4	MELLIN	1.072	+4,3	6,3	221	-2,5
5	2	PLASMON	1.010	-2,9	6,0	332	-9,5
6	11	TOEPPER GmbH	923	+15,8	5,4	87	+7,3
7	6	LAB.EXPANSIENZE ITA	901	-10,3	5,3	96	-16,1
8	15	FISSAN (SARA LEE HOU	855	-4,3	5,0	163	-3,2
9	14	BAYER SpA	615	+55,7	3,6	58	+51,5
10	7	AVENT GROUP LIMITED	452	+17,3	2,7	41	+10,3
		<b>Altre 185 ditte</b>	<b>5.797</b>	<b>+6,4</b>	<b>34,2</b>	<b>742</b>	<b>+2,5</b>

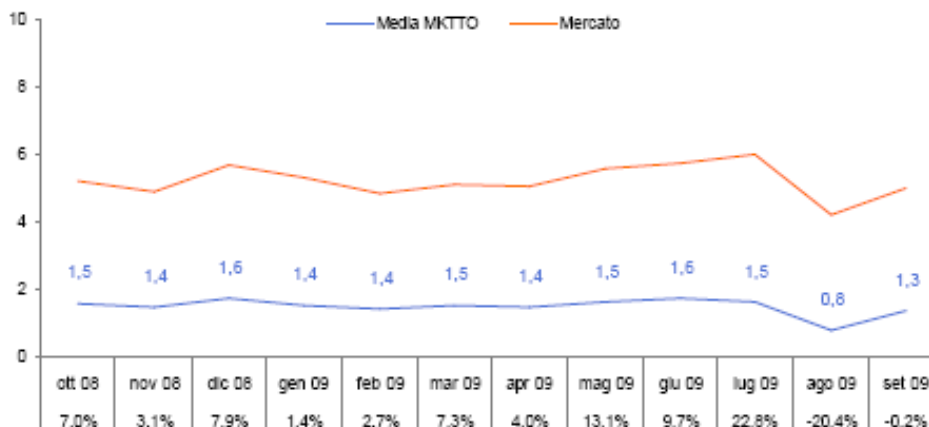
PRINCIPALI CATEGORIE - FATTURATO MENSILE: settembre 2009

(Per la Media MKTTO è riportata la differenza % con lo stesso mese dell'anno precedente e la quota % sul totale comparto)



ANALISI FATTURATO MENSILE - ULTIMI 12 MESI: ottobre 2008 - settembre 2009

(Per la Media MKTTO è riportata la differenza % con lo stesso mese dell'anno precedente)

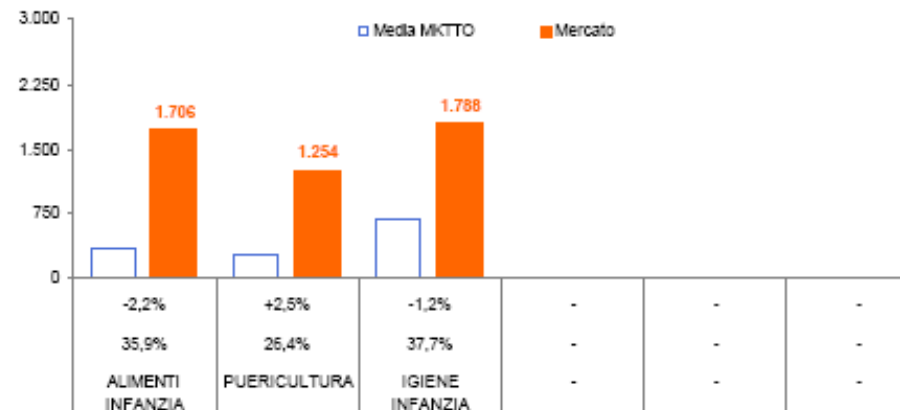


commerciale | PAIDO

ANALISI DITTE - DATI MENSILI: settembre 2009

fcia	mlt		▼ euro	Δ % euro	quota %	pezzi	Δ % pezzi
		<b>TOTALE PAIDO</b>	<b>4.748</b>	<b>-0,6</b>	<b>100,0</b>	<b>753</b>	<b>-6,7</b>
1	1	CHICCO (ARTSANA SPA)	644	+0,9	17,8	110	-4,7
2	5	PLASMON	401	-17,7	8,4	131	-22,8
3	2	FATER	366	-11,4	8,1	54	+1,3
4	4	MELLIN	374	+5,6	7,9	93	-2,4
5	21	HUMANA ITALIA	257	+0,5	5,4	41	+4,2
6	10	AVENT GROUP LIMITED	248	-5,2	5,2	23	-8,6
7	7	LAB EXPANSIENCE ITA	240	+18,7	5,1	27	+13,3
8	3	ROTTAPHARM SpA	168	-7,5	3,5	30	-13,8
9	14	MILUPA SpA	148	+2,3	3,1	19	-1,2
10	12	NOVARTIS CONSUMER HE	130	-14,7	2,7	23	-14,6
		<b>Altre 37 ditte</b>	<b>1.551</b>	<b>+5,8</b>	<b>32,7</b>	<b>203</b>	<b>-1,1</b>

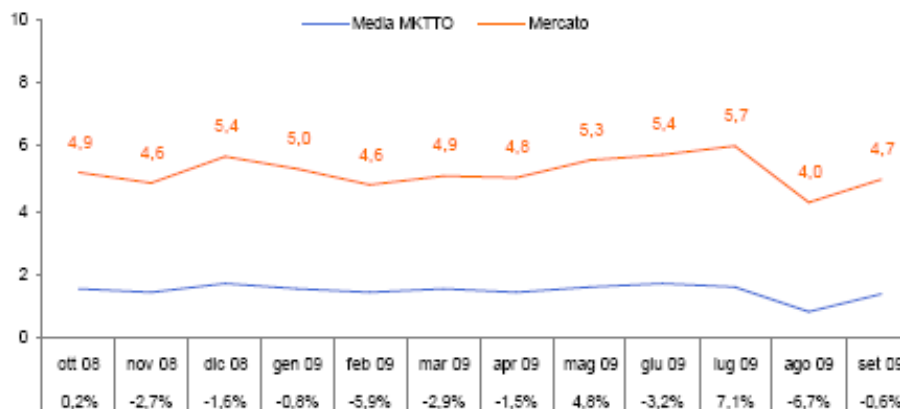
PRINCIPALI CATEGORIE - FATTURATO MENSILE: settembre 2009  
 (Per il Mercato è riportata la differenza % con lo stesso mese dell'anno precedente e la quota % sul totale comparto)



ANALISI DITTE - PROGRESSIVO: gennaio - settembre 2009

fcia	mlt		▼ euro	Δ % euro	quota %	pezzi	Δ % pezzi
		<b>TOTALE PAIDO</b>	<b>44.500</b>	<b>-0,9</b>	<b>100,0</b>	<b>7.023</b>	<b>-6,3</b>
1	2	CHICCO (ARTSANA SPA)	6.716	-3,7	15,1	866	-6,4
2	5	PLASMON	4.004	-17,4	9,0	1.345	-23,4
3	1	FATER	3.831	-8,6	8,6	532	+4,4
4	4	MELLIN	3.411	+1,9	7,7	876	-1,6
5	22	HUMANA ITALIA	2.287	-5,2	5,1	324	-6,9
6	7	LAB EXPANSIENCE ITA	2.120	+10,2	4,8	248	+5,3
7	10	AVENT GROUP LIMITED	1.968	-5,2	4,5	181	-8,2
8	3	ROTTAPHARM SpA	1.692	-9,2	3,8	298	-7,5
9	19	MILUPA SpA	1.347	-11,9	3,0	172	-15,3
10	6	TOEPFER GmbH	1.065	+8,4	2,4	102	-0,2
		<b>Altre 233 ditte</b>	<b>16.036</b>	<b>+8,7</b>	<b>36,0</b>	<b>2.058</b>	<b>+3,7</b>

ANALISI FATTURATO MENSILE - ULTIMI 12 MESI: ottobre 2008 - settembre 2009  
 (Per il Mercato è riportata la differenza % con lo stesso mese dell'anno precedente)



ANALISI DITTE - ULTIMI 12 MESI: ottobre 2008 - settembre 2009

fcia	mlt		▼ euro	Δ % euro	quota %	pezzi	Δ % pezzi
		<b>TOTALE PAIDO</b>	<b>59.493</b>	<b>-1,1</b>	<b>100,0</b>	<b>9.445</b>	<b>-6,1</b>
1	1	CHICCO (ARTSANA SPA)	9.265	-4,7	15,6	1.207	-6,4
2	5	PLASMON	5.509	-16,0	9,3	1.836	-22,3
3	2	FATER	5.133	-6,1	8,6	697	+5,8
4	4	MELLIN	4.529	+2,6	7,6	1.171	-0,6
5	21	HUMANA ITALIA	3.102	-5,5	5,2	443	-5,3
6	7	LAB EXPANSIENCE ITA	2.820	+8,1	4,7	331	+3,3
7	10	AVENT GROUP LIMITED	2.658	-4,3	4,5	241	-7,1
8	3	ROTTAPHARM SpA	2.225	-8,4	3,7	395	-5,4
9	17	MILUPA SpA	1.860	-9,3	3,1	237	-16,1
10	11	NOVARTIS CONSUMER HE	1.598	-2,0	2,7	291	-2,4
		<b>Altre 241 ditte</b>	<b>20.794</b>	<b>+8,4</b>	<b>35,0</b>	<b>2.594</b>	<b>+3,0</b>

\\ commerciale \ paído \ IGIENE INFANZIA

ANALISI DITTE - DATI MENSILI: settembre 2009

mkf	fcia	▼ euro	Δ % euro	quota %	pezzi	Δ % pezzi
	<b>TOTALE IGIENE INFANZIA</b>	<b>1.788</b>	<b>-1,2</b>	<b>100,0</b>	<b>267</b>	<b>-1,7</b>
1	1 FATER	386	-11,4	21,6	54	+1,3
2	3 LAB.EXPANSIONSCIENCE ITA	240	+18,8	13,4	27	+13,4
3	2 ROTTAPHARM SpA	168	-7,5	9,4	30	-13,8
4	8 CHICCO (ARTSANA SPA)	137	-7,4	7,6	24	-8,5
5	6 NOVARTIS CONSUMER HE	130	-14,7	7,3	23	-14,6
6	5 BAYER SpA	102	+45,6	5,7	9	+38,7
7	4 FISSAN (SARA LEE HOU	89	-9,1	5,0	19	-9,5
8	7 IST.GANASSINI	43	-2,0	2,4	5	+0,2
9	28 HUMANA ITALIA	34	-16,4	1,9	4	-13,0
10	16 JOHNSON & JOHNSON	30	+14,9	1,7	6	+15,7
	Altre 99 ditte	429	+4,0	24,0	66	+2,1

ANALISI PRODOTTI - DATI MENSILI: settembre 2009

mkf	fcia	▼ euro	Δ % euro	quota %	pezzi	Δ % pezzi
	<b>TOTALE IGIENE INFANZIA</b>	<b>1.788</b>	<b>-1,2</b>	<b>100,0</b>	<b>267</b>	<b>-1,7</b>
1	1 BEPANTHENOL PASTA LEN PROT100G	100	+49,2	5,6	9	+43,7
2	3 NARHINEL 10RIC SOFT	84	-6,2	4,7	17	-9,2
3	30 SALVIETTE DET LENIT 70PZ	38	+12,4	2,1	7	+11,8
4	9 NARHINEL ASPIRAT NAS+2RIC SOFT	35	-4,3	2,0	4	-5,2
5	7 PAMPERS BABY DRY MAXI 21PZ	35	-4,4	2,0	5	-4,5
6	6 PAMPERS PROGRESSI SENS NEW28	34	+5,9	1,9	3	+2,7
7	2 BABYGELLA SALV DET 72PZ	30	-32,7	1,7	10	-28,3
8	5 PAMPERS BABY DRY JUNIOR X 17	29	-13,5	1,6	4	-14,2
9	16 BABYGELLA PASTA PROT 150ML	23	-23,1	1,3	3	-26,4
10	13 VITAMINDERMINA POLV 100G	23	+12,9	1,3	3	+12,7
11	8 FISSAN PASTA AP 100ML NF	22	-0,9	1,2	3	-1,5
12	22 MUSTELA S&T DERMODET LIQ 500ML	22	+18,2	1,2	2	+19,9
13	4 MUSTELA S&T LATTE TOILETTE 500	20	+28,2	1,1	2	+21,5
14	27 PAMPERS BD AIRS MX 7-18KG 56PZ	17	-24,0	1,0	1	-15,4
15	29 STELATOPIA CR EMOLL 200ML	17	+5,3	1,0	1	+3,4
16	15 PAMPERS WIPE SOLE/LUNA 54+18	15	+689,1	0,8	10	+580,2
17	23 ERYPLAST LUTSINE PASTA ACQU125	15	-2,5	0,8	1	-5,7
18	46 PAMPERS PROGRESSI SENS MIDI26P	14	+5,0	0,8	1	-1,2
19	43 BABYGELLA BAGNO DEL 500ML	14	+9,9	0,8	2	+8,0
20	14 ELMEX 88 DENTIF 50ML	14	-11,7	0,8	4	-11,4
	Altre 778 referenze	1.183	-3,7	66,2	174	-4,9

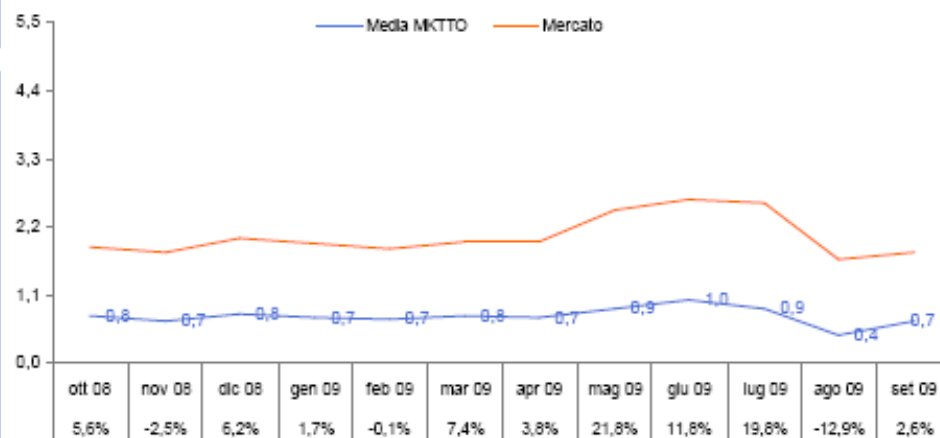
ANALISI DITTE - PROGRESSIVO: gennaio - settembre 2009

mkf	fcia	▼ euro	Δ % euro	quota %	pezzi	Δ % pezzi
	<b>TOTALE IGIENE INFANZIA</b>	<b>18.824</b>	<b>+1,4</b>	<b>100,0</b>	<b>2.582</b>	<b>+1,5</b>
1	1 FATER	3.831	-8,6	20,4	532	+4,4
2	3 LAB.EXPANSIONSCIENCE ITA	2.120	+10,3	11,3	248	+5,4
3	2 ROTTAPHARM SpA	1.692	-9,1	9,0	298	-7,5
4	11 CHICCO (ARTSANA SPA)	1.200	-8,2	6,4	210	-3,0
5	6 NOVARTIS CONSUMER HE	1.051	+0,4	5,6	191	-0,6
6	5 BAYER SpA	998	+68,1	5,3	93	+63,2
7	4 FISSAN (SARA LEE HOU	894	-13,0	4,7	182	-9,4
8	10 AVENE	728	+28,1	3,9	42	+20,6
9	9 VICHY	675	+6,9	3,6	35	-1,9
10	7 IST.GANASSINI	501	-8,4	2,7	57	-7,6
	Altre 148 ditte	5.134	+5,6	27,3	693	+2,2

ANALISI DITTE - ULTIMI 12 MESI: ottobre 2008 - settembre 2009

mkf	fcia	▼ euro	Δ % euro	quota %	pezzi	Δ % pezzi
	<b>TOTALE IGIENE INFANZIA</b>	<b>24.499</b>	<b>+0,9</b>	<b>100,0</b>	<b>3.423</b>	<b>+1,4</b>
1	1 FATER	5.133	-6,1	20,9	697	+5,8
2	3 LAB.EXPANSIONSCIENCE ITA	2.820	+8,4	11,5	331	+3,4
3	2 ROTTAPHARM SpA	2.225	-8,4	9,1	395	-5,4
4	9 CHICCO (ARTSANA SPA)	1.619	-10,0	6,6	286	-3,6
5	6 NOVARTIS CONSUMER HE	1.598	-2,0	6,5	291	-2,4
6	5 BAYER SpA	1.228	+61,9	5,0	116	+57,7
7	4 FISSAN (SARA LEE HOU	1.204	-11,5	4,9	243	-7,7
8	11 AVENE	793	+26,9	3,2	47	+16,6
9	10 VICHY	684	+6,7	2,8	36	-2,0
10	7 IST.GANASSINI	617	-7,5	2,5	70	-7,5
	Altre 153 ditte	6.578	+4,5	26,9	909	+1,7

ANALISI FATTURATO MENSILE - ULTIMI 12 MESI: ottobre 2008 - settembre 2009





\\ commerciale \ paido \ PUERICULTURA

ANALISI DITTE - DATI MENSILI: settembre 2009						
fcia	mk	▼ euro	Δ % euro	quota %	pezzi	Δ % pezzi
		<b>279</b>	<b>+0,9</b>	<b>100,0</b>	<b>32</b>	<b>+2,4</b>
1	1	168	+7,0	60,1	23	+12,6
2	2	40	-4,7	14,3	4	-13,1
3	6	19	-14,4	6,9	3	-27,5
4	5	11	-50,0	3,9	0	-50,0
5	4	6	-3,1	2,1	0	+84,6
6	11	5	-30,4	1,7	1	-32,7
7	20	4	+357,4	1,5	0	+550,0
8	9	3	-13,2	1,1	0	-30,2
9	30	3	+150,0	0,9	0	+150,0
10	24	2		0,7	0	
		<b>19</b>	<b>+22,1</b>	<b>6,8</b>	<b>2</b>	

ANALISI PRODOTTI - DATI MENSILI: settembre 2009						
fcia	mk	▼ euro	Δ % euro	quota %	pezzi	Δ % pezzi
		<b>279</b>	<b>+0,9</b>	<b>100,0</b>	<b>32</b>	<b>+2,4</b>
1	1	10	+38,5	3,4	2	+31,4
2	25	6	+284,3	2,3	1	+272,7
3	4	6	-4,5	2,2	1	-9,7
4	2	6	+19,3	2,2	1	+13,0
5	33	6	-50,0	2,2	0	-50,0
6	8	5	+96,1	1,8	0	+96,6
7	34	5	-30,4	1,7	1	-32,7
8	3	4	+54,6	1,6	0	+42,9
9	7	4	-0,3	1,4	1	-1,5
10	30	4	-14,3	1,3	0	-14,3
11	184	3	-21,2	1,2	0	-23,1
12	11	3	+7,1	1,1	0	+5,8
13	28	3		1,0	1	
14	46	3		1,0	0	
15	43	3		0,9	0	
16	152	3	+150,0	0,9	0	+150,0
17	6	2	-16,7	0,9	0	-20,5
18		2		0,8	0	
19	72	2	-50,0	0,8	0	-50,0
20	41	2	-19,7	0,8	0	-14,3
21	31	2	-8,1	0,8	0	-9,8
22	9	2	-3,8	0,8	0	-6,5
23	16	2	+19,5	0,8	0	+18,2
24	13	2		0,8	0	
25	24	2		0,8	0	
26	71	2	+76,7	0,7	0	+77,3
27	39	2	+89,5	0,7	0	+88,2
28	101	2		0,6	0	
29	55	2	+125,4	0,6	0	+92,3
30	17	2	+8,4	0,6	0	+8,3
31	19	2	+46,2	0,6	0	+46,2
32	14	2	+97,7	0,6	0	+100,0
33	48	2	-6,2	0,6	0	-6,2
34	62	2		0,6	0	
35	15	2	-32,7	0,6	0	-31,7
36	47	2	-13,2	0,6	0	-14,8
37	44	2	+63,6	0,5	0	+63,6
38	77	2		0,5	0	
39	42	1	-15,5	0,5	0	-16,0
40	20	1	+0,0	0,5	0	+0,0
		<b>161</b>	<b>-11,9</b>	<b>57,7</b>	<b>18</b>	<b>-12,6</b>

ANALISI DITTE - PROGRESSIVO: gennaio - settembre 2009						
fcia	mk	▼ euro	Δ % euro	quota %	pezzi	Δ % pezzi
		<b>2.177</b>	<b>+1,0</b>	<b>100,0</b>	<b>240</b>	<b>-2,9</b>
1	1	1.269	+2,5	58,3	161	-0,0
2	2	315	+7,5	14,5	30	+5,0
3	7	150	-29,2	6,9	20	-31,4
4	5	117	-17,1	5,4	2	-17,0
5	3	56	+38,8	2,6	2	+71,2
6	9	49	-1,3	2,2	6	-2,9
7	8	21	+1,5	1,0	3	-7,6
8	18	18		0,8	2	
9	11	17		0,8	1	
10	32	14	-51,6	0,7	2	-50,3
		<b>150</b>	<b>+15,4</b>	<b>6,9</b>	<b>13</b>	<b>+1,0</b>

ANALISI DITTE - ULTIMI 12 MESI: ottobre 2008 - settembre 2009						
fcia	mk	▼ euro	Δ % euro	quota %	pezzi	Δ % pezzi
		<b>3.150</b>	<b>+0,6</b>	<b>100,0</b>	<b>338</b>	<b>-4,0</b>
1	1	1.852	+1,4	58,8	226	-1,5
2	2	447	+16,9	14,2	41	+10,1
3	7	239	-25,8	7,6	31	-30,5
4	5	165	-15,9	5,2	2	-15,9
5	3	67	+17,5	2,1	2	+48,3
6	9	66	-3,1	2,1	8	-4,2
7	8	29	-14,9	0,9	3	-11,1
8	35	23	-38,1	0,7	3	-37,3
9	19	22		0,7	2	
10	27	22	+433,4	0,7	2	+397,2
		<b>217</b>	<b>+6,9</b>	<b>6,9</b>	<b>18</b>	<b>-10,4</b>

## *Leggere i dati*

*Compilate la scheda con i dati che trovate nei report a vostra disposizione*

### *Esercitazione*



## Esercitazione sul report

### 1. Chi è più "commerciale"?

Pagg. \_\_\_\_\_

- Farmacia media (MKTTO) \_\_\_\_\_%
- Mercato di confronto \_\_\_\_\_%

### 2. Chi ha minor dispersione tra le prime 10 ditte dell'OTC? Pagg. \_\_\_\_\_

Indice di dispersione

- Farmacia media (MKTTO) \_\_\_\_\_% altre ditte \_\_\_\_\_
- Mercato di confronto \_\_\_\_\_% altre ditte \_\_\_\_\_

### 3. Come valutate l'andamento del PAIDO sull'anno? Pagg. \_\_\_\_\_

- La farmacia media "performa" più del mercato  V  F
- Le sottocategorie sono ugualmente ripartite in farmacia e nel mercato  V  F
- L'igiene infanzia "pesa" di più sulla categoria nelle farmacia che nel mercato  V  F
- La farmacia tratta meno ditte del mercato  V  F
- Nell'anno mobile il fatturato della farmacia oscilla meno del mercato  V  F

### 4. Il caso Moment

Pagg. \_\_\_\_\_

#### a. Dove ruota di più il Moment 24 cpr riv 200 mg?

Rotazione

- Farmacia media (MKTTO) \_\_\_\_\_
- Mercato di confronto \_\_\_\_\_

#### b. Qual è l'incidenza di Moment 24 cpr riv 200 mg sul totale OTC?

- Farmacia media (MKTTO) \_\_\_\_\_%
- Mercato di confronto \_\_\_\_\_%

Interpretate il confronto tra queste due risposte

#### c. Quale referenza ha venduto meno pezzi nel mese rispetto all'anno precedente, nella farmacia media (MKTTO)?

$\Delta$  pz

- Moment 24 cpr riv 200 mg \_\_\_\_\_%
- Moment 12 cpr riv 200 mg \_\_\_\_\_%

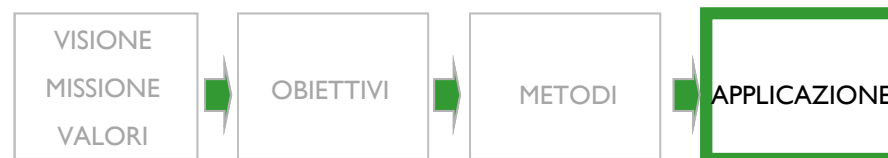
#### d. E quale ha fatturato meno, sempre rispetto all'anno precedente?

$\Delta$  €

- Moment 24 cpr riv 200 mg \_\_\_\_\_%
- Moment 12 cpr riv 200 mg \_\_\_\_\_%

Interpretate il confronto tra questi ultimi due dati ( $\Delta\%$  € /  $\Delta\%$  pz).

## *I numeri della farmacia*



## **REGOLA 4**

**QUALI AZIONI REALIZZARE?**



## *Esempio di azione*

### **Monitoraggio Piano Promozionale**



**1° STEP**  
**PENSIERO**  
*Pianificare*



**2° STEP**  
**DECISIONE**  
*Costruire*



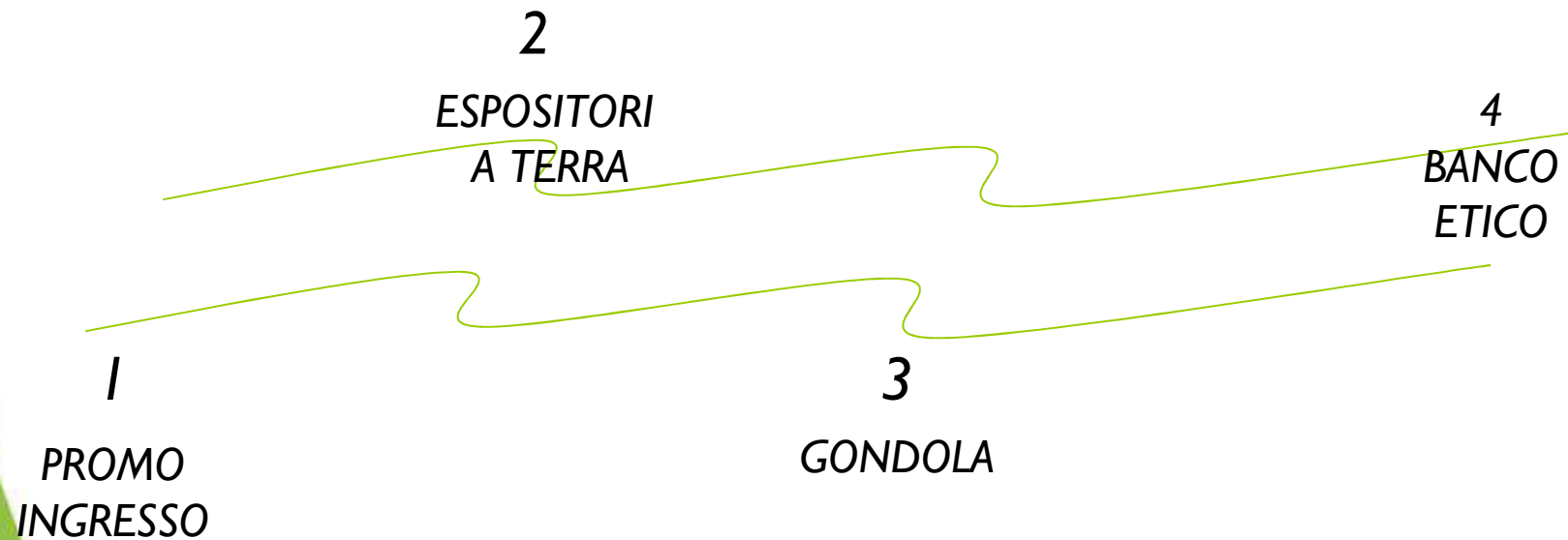
**3° STEP**  
**AZIONE**  
*Monitorare*



**4° STEP**  
**OTTIMIZZAZIONE**  
*Migliorare*

## *Esempio di azione*

### **Le aree promozionali da monitorare**



*secondo il percorso che fa il cliente in farmacia*



# Esempio di azione

## Il monitoraggio

	TOTALE PROMO				Promo Ingresso			Promo Gondola			Espositori Terra			Banco		
	oz	€	%	€	oz	€	€	oz	€	€	oz	€	€	oz	€	€
Settimana dal 02/10/2009 al 11/10/2009	473	€ 2.942,23	3,11%	€ 1.012,82	109	€ 639,82	€ 240,32	70	€ 209,22	€ 101,22	36	€ 702,11	€ 229,20	240	€ 1.240,01	€ 431,82
Settimana dal 12/10/2009 al 12/10/2009	344	€ 2.926,23	3,00%	€ 295,53	103	€ 636,07	€ 223,61	72	€ 446,70	€ 91,12	41	€ 216,52	€ 241,12	122	€ 1.026,92	€ 339,56
Settimana dal 19/10/2009 al 25/10/2009	433	€ 3.161,59	3,12%	€ 241,92	102	€ 705,32	€ 230,54	63	€ 444,70	€ 67,24	115	€ 224,17	€ 224,50	197	€ 1.177,40	€ 309,70
Settimana dal 26/10/2009 al 01/11/2009	0	€ 0,00		€ 0,00												
Settimana dal 02/11/2009 al 02/11/2009	0	€ 0,00		€ 0,00												
Settimana dal 09/11/2009 al 15/11/2009	0	€ 0,00		€ 0,00												
Settimana dal 16/11/2009 al 22/11/2009	0	€ 0,00		€ 0,00												

Indicazione della settimana monitorata

Totale promo: Quanto hanno realizzato le 4 aree?

Ingresso

Gondola

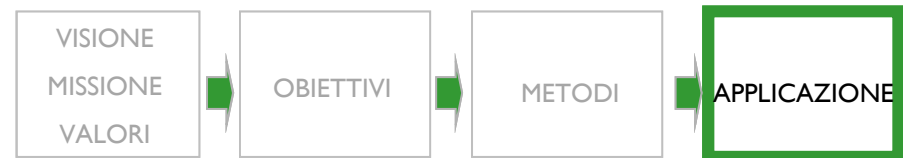
Esp. Terra

Banco

Come stanno andando rispetto la scorsa settimana?



## *I numeri della farmacia*



## **REGOLA 5**

# **QUANDO ANALIZZARE?**





## Quando analizzare i dati?

Leggere tutto non sempre  
è possibile...  
e neanche corretto!

**È fondamentale  
darsi un piano!**

Ecco un esempio...

### GIORNO

- Incassi
- Scontrini
- Ricette

### SETTIMANA

- Scontrino medio reparti
- Promozionale
- Numero ricette
- Numero pezzi

### MESE

- Scontrino medio
- Benchmark
- Curva di concentrazione

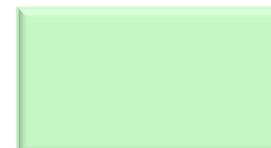
### TRIMESTRE

- Rotazione magazzino
- Curva concentrazione

### ANNO

- Assortimento
- Soddisfazione cliente/squadra
- Obiettivi
- Incentivazione

**Voi?**



*I numeri della farmacia*

## **REGOLA 6**

**CHI DEVE ANALIZZARE?**



# Chi legge i dati?

Farma% - luglio 2009



Dati Media STD00

Quadro generale	DATI MENSILI: luglio 2009						PROGRESSIVO: gennaio - luglio 2009						ULTIMI 12 MESI: agosto 2008 - luglio 2009					
	euro	Δ % euro	cf mit	quota %	pezzi	Δ % pezzi	euro	Δ % euro	cf mit	quota %	pezzi	Δ % pezzi	euro	Δ % euro	cf mit	quota %	pezzi	Δ % pezzi
<b>TOTALE</b>	313.877	+8,1	↗	100,0	29.821	+3,0	1.763.692	+6,7	↔	100,0	167.962	+1,9	2.959.121	+4,1	↔	100,0	286.329	+1,2
<b>ETICO</b>	137.928	+7,5	↔	43,9	11.653	+5,4	616.977	+3,0	↔	46,3	67.924	+0,9	1.398.899	+0,5	↔	47,3	117.046	+0,9
<b>MUTUABILE</b>	66.937	+4,3	↗	48,5	5.329	+3,7	405.861	+1,9	↔	49,7	31.704	-1,1	693.576	-1,8	↔	49,6	54.582	-1,9
<b>NON MUTUABILE</b>	59.072	+13,4	↔	42,8	4.324	+7,9	341.928	+4,9	↘	41,9	24.924	+2,0	584.766	+2,2	↘	41,8	43.037	+0,9
<b>GENERICO</b>	11.920	-1,1	↔	8,6	2.000	+5,0	69.188	+0,6	↔	8,5	11.296	+4,6	120.558	+6,5	↔	8,6	19.427	+9,7
<b>COMMERCIALE</b>	168.810	+6,7	↔	53,8	17.677	+0,8	904.640	+7,9	↗	51,3	97.033	+2,0	1.493.468	+5,5	↔	50,5	164.366	+1,0
<b>OTC</b>	19.826	-6,5	↔	11,7	2.648	-8,5	114.333	-3,3	↔	12,6	15.460	-7,8	197.038	-5,3	↔	13,2	27.244	-9,6
<b>SOP</b>	5.637	+0,7	↔	3,3	944	-2,3	34.453	+1,2	↔	3,8	5.792	-1,5	59.192	-1,4	↔	4,0	10.037	-4,5
<b>ALIMENTI E DIETETICI</b>	38.324	+18,2	↗	22,7	4.886	+13,6	215.807	+13,4	↔	23,9	29.179	+11,8	350.263	+12,0	↔	23,5	48.357	+11,1
Integratori	25.776	+15,7	↔	67,3	1.642	+13,8	137.359	+10,5	↔	63,6	8.637	+6,9	220.411	+8,7	↔	62,9	14.066	+5,4
Alimenti per celiaci	9.364	+18,2	↑	24,4	2.419	+10,7	61.034	+20,9	↗	28,3	15.651	+16,6	101.309	+21,4	↗	28,9	26.140	+17,4
Altri alimenti	3.183	+44,4	↑↑	8,3	825	+22,7	17.414	+12,1	↑	8,1	4.890	+6,3	28.542	+7,3	↗	8,1	8.151	+2,9
<b>DERMOCOSMESI</b>	41.213	+4,4	↔	24,4	2.324	-2,0	195.855	+6,7	↔	21,7	11.112	+2,9	313.828	+6,5	↔	21,0	17.983	+2,9
Trattamenti viso	15.345	+10,5	↔	37,2	704	+0,4	84.847	+9,6	↔	43,3	4.053	+5,6	144.905	+10,5	↗	46,2	7.109	+4,3
Trucco	1.300	+16,1	↑↑	3,2	89	-0,4	9.333	+5,1	↗	4,8	653	-4,6	16.762	+4,2	↗	5,3	1.209	-1,3
Trattamenti capelli	3.175	+30,4	↑↑↑	7,7	164	+25,2	15.169	+7,3	↗	7,7	664	+4,7	27.845	-1,3	↔	8,9	1.202	+1,0
Trattamenti corpo	8.573	+2,0	↔	20,8	410	-0,2	39.435	+1,3	↔	20,1	1.869	-2,6	60.165	+2,2	↔	19,2	2.958	-0,8
Solari	10.613	-4,7	↔	25,8	670	-7,8	35.842	+8,7	↔	18,3	2.435	+7,7	45.485	+11,1	↔	14,5	3.093	+11,0
Altri trattamenti	2.208	-11,7	↔	5,4	287	-8,2	11.228	-0,3	↔	5,7	1.438	-2,0	18.667	-3,5	↔	5,9	2.411	-2,9
<b>IGIENE</b>	15.006	+9,4	↔	8,9	1.765	+3,2	67.874	+6,1	↔	7,5	8.053	-0,6	114.671	+5,9	↔	7,7	13.724	-0,2
Igiene corpo	8.832	+10,9	↔	58,9	1.005	+5,2	37.568	+7,3	↔	55,3	4.248	-0,8	62.972	+9,0	↔	54,9	7.201	+0,0
Igiene capelli	1.770	+1,0	↓	11,8	155	-1,7	8.734	+5,4	↔	12,9	758	+2,2	15.942	+5,5	↔	13,9	1.376	+3,0
Igiene orale	2.132	+6,8	↔	14,2	366	-1,7	10.935	+2,4	↔	16,1	1.903	-2,1	18.438	+1,1	↔	16,1	3.255	-0,6
Igiene intima	2.272	+13,4	↗	15,1	239	+2,0	10.637	+6,6	↔	15,7	1.145	+1,4	17.318	+0,7	↘	15,1	1.892	-2,3
<b>PAIDO</b>	8.742	-0,5	↗	5,2	1.136	-15,8	43.177	+6,5	↑	4,8	5.864	-7,6	72.306	+8,4	↑	4,8	10.403	+0,3
Alimenti Infanzia	1.841	-11,2	↔	21,1	358	-29,1	10.812	-7,2	↔	25,0	1.967	-26,9	19.580	-2,1	↗	27,1	3.850	-14,9
Igiene Infanzia	4.274	-0,6	↗	48,9	545	-13,2	19.286	+9,3	↑↑	44,7	2.745	+6,0	30.342	+11,7	↑	42,0	4.591	+15,2
Puericoltura	2.627	+9,0	↑	30,1	233	+7,4	13.078	+16,3	↑↑↑	30,3	1.152	+8,0	22.383	+14,4	↑	31,0	1.952	+5,5
<b>SANITARI</b>	20.105	+7,7	↗	11,9	2.257	-0,7	107.662	+12,5	↔	11,9	11.001	-0,6	179.564	+7,4	↗	12,0	18.637	-2,5
Medicazione	4.456	+1,8	↔	22,2	953	-0,0	20.591	+2,9	↔	19,1	4.443	-2,4	33.771	-2,6	↘	18,8	7.376	-4,5
Elettromedicali	1.177	-28,4	↘	5,9	42	-6,7	10.981	+3,6	↑	10,2	357	-10,5	19.880	-4,5	↔	11,1	661	-15,6
Ortopedia	3.928	+47,2	↑↑↑	19,5	95	+8,7	18.151	+31,5	↑↑↑	16,9	460	+9,0	29.342	+23,1	↑↑↑	16,3	764	+5,1
Altri sanitari	10.544	+5,7	↗	52,4	1.167	-1,7	57.940	+13,0	↔	53,8	5.741	+0,7	96.571	+9,8	↗	53,8	9.836	-0,4
<b>FITOTERAPIA</b>	5.770	-4,1	↘	3,4	486	-13,7	39.400	+2,8	↔	4,4	3.331	-6,7	66.329	-6,1	↔	4,4	5.924	-9,0
<b>OMEOPATIA</b>	11.020	+19,7	↗	6,5	970	+12,2	69.341	+20,4	↑↑↑	7,7	5.966	+13,7	113.282	+13,1	↑	7,6	9.826	+8,2
<b>VETERINARIA</b>	429	-16,4	↓	0,3	28	-18,6	2.457	+4,7	↔	0,3	151	-1,1	4.129	+6,0	↔	0,3	260	+2,2
<b>DIAGNOSTICA E PRESIDI MUTUA</b>	7.139	+86,9	↑↑↑	2,3	491	+33,3	42.075	+104,2	↑↑↑	2,4	3.006	+30,4	66.753	+83,5	↑↑↑	2,3	4.917	+17,2



## Chi legge i dati?

		Voi?	Chi?
<b>GIORNO</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Incassi</li><li>- Scontrini</li><li>- Ricette</li></ul>		
<b>SETTIMANA</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Scontrino medio reparti</li><li>- Promozionale</li><li>- Numero ricette</li><li>- Numero pezzi</li></ul>		
<b>MESE</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Scontrino medio</li><li>- Benchmark</li><li>- Curva di concentrazione</li></ul>		
<b>TRIMESTRE</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Rotazione magazzino</li><li>- Curva concentrazione</li></ul>		
<b>ANNO</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Assortimento</li><li>- Soddisfazione cliente/squadra</li><li>- Obiettivi</li><li>- Incentivazione</li></ul>		

