



Mini-guida

Prezzi e margini su Shopify

Un calcolo ripetibile del contributo di ogni ordine, per distinguere margine e ricarico e decidere quanto sconto puoi sostenere.

Francesco Guiducci

Edizione ottobre 2026 · Italiano

ifgdigital.com

Uso personale o interno alla propria attività; distribuzione non autorizzata vietata.

Sommario

Come usare questa guida	3
1 · Scegli una base coerente	3
2 · Distingui margine e ricarico	3
3 · Raccogli i costi senza contarli due volte	4
4 · Calcola il contributo dell'ordine	4
5 · Ricava un prezzo obiettivo	5
6 · Metti alla prova lo sconto	5
7 · Usa i campi Shopify per il loro scopo	5
8 · Prepara il foglio e il controllo mensile	6

Come usare questa guida

Questa guida costruisce un calcolo ripetibile del contributo di una vendita, distingue margine e ricarico e mostra quanto sconto un prodotto può sostenere. I numeri degli esempi sono ipotetici: non sono tariffe Shopify né risultati di clienti.

Sono Francesco Guiducci, consulente e sviluppatore Shopify freelance a Roma. Parto dal singolo ordine: i report dello store sono utili, ma vanno letti sapendo quali costi comprendono.

1 - Scegli una base coerente

Prima delle formule annota valuta, trattamento delle imposte e periodo dei costi. Ricavi e costi devono avere la stessa base: se lavori su ricavi al netto dell'IVA, non sottrarre costi esposti con l'IVA inclusa. Fai confermare dal tuo consulente il trattamento delle imposte recuperabili e non recuperabili.

Il prezzo pagato dal cliente, il ricavo e il payout bancario possono essere diversi. Nel seguito R è il ricavo usato dal modello. Gli esempi escludono le imposte per isolare l'aritmetica; non indicano il prezzo da mostrare al pubblico.

2 - Distingui margine e ricarico

Con ricavo R e costo del prodotto C:

- margine lordo prodotto in euro = $R - C$
- margine lordo prodotto percentuale = $(R - C) \div R \times 100$
- ricarico percentuale = $(R - C) \div C \times 100$

Con R = 100 € e C = 50 €, il margine è 50% e il ricarico 100%. Con R = 100 € e C = 60 €, il margine è 40% e il ricarico circa 66,67%. Cambia il denominatore.

Se R è zero, il margine percentuale non è definito; se C è zero, non lo è il ricarico. Nel foglio non sostituirli con uno 0% che non esiste.

Il margine lordo prodotto non è utile netto: restano i costi per acquisire, preparare, consegnare e gestire la vendita.

3 - Raccogli i costi senza contarli due volte

Voce	Come registrarla	Attenzione
Prodotto	Costo unitario e data	Distingui varianti e lotti
Imballaggio	Costo per ordine o per pezzo	Una scatola unica non va moltiplicata per i pezzi
Trasporto	Costo sostenuto e contributo del cliente, separati	La spedizione gratuita resta un costo
Pagamento	Percentuale, quota fissa e base di applicazione	La base può includere imposte e spedizione: controllala sul contratto
Acquisizione	Spesa attribuita per ordine nel periodo	Non tutti gli ordini sono di clienti nuovi
Resi	Costo atteso, ipotesi e dati storici	Evita un cuscinetto arbitrario uguale per tutti
Costi fissi	Totale mensile separato	Abbonamenti e personale non spariscono con un ordine in meno

Per stimare i resi usa probabilità $\times$ costo economico medio dell'evento, coerente con quanto hai già contato. Esempio: $5\% \times 12 \text{ €} = 0,60 \text{ €}$ per ordine. È una stima di scenario: confrontala poi con i dati effettivi.

Nei costi di un reso considera le commissioni di pagamento. Secondo Shopify, il rimborso di una transazione con Shopify Payments non comporta una commissione aggiuntiva, ma la commissione originale della carta non viene restituita.

4 - Calcola il contributo dell'ordine

Raggruppa in C_0 i costi variabili espressi in euro per ordine. Chiamata f la quota percentuale del pagamento e k la quota fissa. Solo se f si applica allo stesso R :

- contributo $= R \times (1 - f) - C_0 - k$
- margin di contribuzione $= \text{contributo} \div R$

Esempio ipotetico. $R = 50 \text{ €}$; prodotto 18 € , imballo 1 € , trasporto a carico del negozio 4 € , acquisizione 6 € , resi attesi 1 € : $C_0 = 30 \text{ €}$. Con $f = 2\%$ e $k = 0,25 \text{ €}$ il contributo è $50 \times 0,98 - 30 - 0,25 = 18,75 \text{ €}$, cioè il 37,5%.

Se la commissione si calcola su un importo lordo diverso da R , usa $f \times$ importo effettivamente addebitato. In quel caso la formula abbreviata va corretta nella base.

5 - Ricava un prezzo obiettivo

Con le stesse ipotesi, per ottenere un margine di contribuzione m:

- $R \text{ obiettivo} = (C_0 + k) \div (1 - f - m)$

Il denominatore deve essere positivo. Con $C_0 = 30 \text{ €}$, $k = 0,25 \text{ €}$, $f = 2\%$ e $m = 35\%$: $R = 30,25 \div 0,63 = 48,015873\dots \text{ €}$. Arrotondato a $48,02 \text{ €}$, il margine ricalcolato è circa $35,005\%$.

La formula $C \div (1 - m)$ vale quando C è già l'intero costo considerato e non dipende dal prezzo: non gestisce da sola le commissioni percentuali. Con ricavo 49 € e costo 17 € la differenza è 32 € e il rapporto $32 \div 49$ è $65,31\%$. Quei 32 € non sono l'utile netto se restano altri costi da sottrarre.

6 - Metti alla prova lo sconto

Applica lo sconto al ricavo, poi ricalcola i costi che dipendono dal prezzo. Con l'esempio da 50 € :

Scenario	Ricavo	Contributo	Margine di contribuzione
Prezzo pieno	50,00 €	18,75 €	37,50%
Sconto 10%	45,00 €	13,85 €	30,78%
Sconto 20%	40,00 €	8,95 €	22,38%
Acquisizione da 6 a 10 €	50,00 €	14,75 €	29,50%

Lo sconto del 20% riduce qui il contributo di circa il 52,27%. Per conservare lo stesso contributo totale servirebbero circa 2,095 volte gli ordini, a costi e composizione invariati. Non è una previsione che la promozione li porti.

Con un margine minimo del 25%, il ricavo minimo è $30,25 \div (1 - 0,02 - 0,25) = 41,438356\dots \text{ €}$. Su 50 € , lo sconto massimo teorico è circa $17,12\%$. Per un prezzo a centesimi arrotonda il ricavo minimo verso l'alto e verifica il risultato.

7 - Usa i campi Shopify per il loro scopo

Il prezzo definisce l'offerta. Il prezzo di confronto non serve a creare una convenienza che non esiste: prima di usarlo controlla la storia del prezzo e le regole applicabili alla promozione.

Il costo per articolo alimenta i report sui profitti. Shopify indica che il profitto è riportato solo per prodotti e varianti con un costo registrato al momento della vendita; senza costo, la vendita resta fuori dai numeri di profitto e le vendite nette di due report possono non coincidere. Il costo è un valore statico, riferito a un momento preciso.

Sconti e rimborsi riducono le vendite nette e quindi il margine. Il margine lordo del report si basa sulle vendite nette, mentre la pagina prodotto mostra il margine sul prezzo pieno: i due valori possono differire. Esempio di Shopify: una maglietta da 20 \$ con costo 10 \$ mostra il 50% sulla pagina prodotto; con uno sconto del 25% il report «Profitto lordo per prodotto» riporta circa il 33%. Non leggere il risultato come rendiconto completo di marketing, trasporto e costi fissi.

Prima di aggiornare un catalogo esistente esporta una copia, prova il flusso su pochi articoli e controlla le varianti. Non riscrivere i prezzi solo per farli coincidere con un modello incompleto.

8 · Prepara il foglio e il controllo mensile

Usa una riga per scenario con queste colonne: ID prodotto, data del costo, R, C₀, f, k, contributo, margine, ipotesi sui resi, data di verifica delle commissioni. Aggiungi una colonna che segnali valori mancanti e denominatori non positivi.

Ogni mese confronta previsione e dati: ricavo effettivo, sconti, commissioni, resi e costo di acquisizione. Se non hai attribuzioni affidabili, mostra scenari prudente, base e favorevole con ipotesi esplicite.

Per stimare quanti ordini coprono un costo fisso mensile F: $\text{ordini} = F \div \text{contributo medio per ordine}$, arrotondato per eccesso. Con 1.500 € e 18,75 € servono 80 ordini. È una semplificazione valida solo con contributo e mix stabili; non include imposte sul reddito, investimenti o scadenze di cassa.

Esercizio con soluzione. R = 80 €, C₀ = 42 €, f = 2,5%, k = 0,30 €. Calcola contributo e margine prima e dopo uno sconto del 15%, mantenendo le ipotesi.

Soluzione. A prezzo pieno il contributo è 35,70 €, margine 44,625%. Con lo sconto il ricavo è 68 € e il contributo 24 €, margine circa 35,294%. Conserva i decimali nel foglio e arrotonda solo ciò che mostri.

Chiusura. Per ogni prodotto hai base, costi, commissioni e resi dichiarati, il contributo per ordine, lo sconto massimo che regge il margine minimo scelto e una data di verifica mensile. Per i costi effettivi del provider di pagamento usa la documentazione e il contratto del provider; il trattamento fiscale va definito per la tua attività.

Fonti

- Shopify Help Center, report sui profitti: <https://help.shopify.com/en/manual/reports-and-analytics/shopify-reports/report-types/profit-reports>
- Shopify Help Center, determinare i prezzi: <https://help.shopify.com/en/manual/products/details/product-pricing/determine-pricing>
- Shopify Help Center, rimborsi e commissioni: <https://help.shopify.com/en/manual/payments/shopify-payments/payouts/refunds>

Fonti consultate il 17 ottobre 2026.