

OSA - Barometro

Executive Summary
Dicembre 2022



Barometro OSA – Executive Summary

Dicembre 2022 - Out-of-Stock al 3,5% e vendite perse al 5,2%

- Nel corso del mese di dicembre 2022 il tasso di Out-of-Stock per il Largo Consumo Confezionato si è assestato al 3,5%, stabile rispetto al mese di novembre ma in aumento rispetto al dicembre 2021 (+0,3pti). I reparti registrano aumenti generalizzati, solo il Pet Care registra un calo di -0,2pti. L'anno 2022 si chiude con la % di OOS al 3,7% in aumento di +0,2pti rispetto all'anno 2021. Tendenza confermata anche in tutti i reparti, con aumenti che vanno da +0,2 al +0,4pti delle Bevande.
- La % di vendite perse a dicembre sono pari al 5,2% in aumento di +0,4pti registrato a novembre. Anche per le vendite perse sono confermati gli andamenti visti per le OOS. Tutti i reparti registrano aumenti che vanno da +0,3pti della Drogheria Alimentare al +1,3Pt di dell'Ortofrutta e delle Bevande. Andamento negativo considerando tutto il 2022 con vendite perse al 5,1% in aumento di +0,4pti rispetto al 2021. Tutti i reparti confermano gli aumenti nelle vendite perse nel 2022.

Le dinamiche dei canali

- A dicembre tutti i canali registrano aumenti nelle OOS. Gli Ipermercati (%OOS al 3,6%) +0,2pti rispetto al Dicembre 2021. Tendenza confermata in tutti i reparti ad eccezione del Cura Casa che risulta stabile e del Pet Care che registra cali di -0,7Pt. I Super Grandi (%OOS al 3,6%) anch'essi in aumento di +0,3Pto, tutti i reparti registrano aumenti generalizzati. Le OOS nei Super Piccoli si attestano al 3,2% in aumento di 0,2pti, con aumenti generalizzati in tutti i reparti ad eccezione del Pet Care che mostra un calo di -0,2pti.
- Aumenti confermati anche per quanto riguarda le vendite perse che risultano in aumento in tutti i canali. Negli Iper registriamo vendite perse al 5,3% (+0,7pti rispetto a dicembre 2021). Andamento omogeneo nei reparti, tutti in aumento. I Super Grandi registrano vendite perse al 5,3% in aumento di +0,7pti (rispetto a dicembre 2021). Tutti i reparti confermano gli aumenti. Infine i Super Piccoli mostrano una % di vendite perse al 5% in aumento di +0,6pti. Tutti i reparti mostrano un aumento rispetto a dicembre 2021, con le Bevande che registrano l'aumento più consistente (+1,4pti). Guardando l'anno 2022 osserviamo in tutti i canali aumenti generalizzati nelle vendite perse rispetto al 2021. Iper VP al 5% (+0,2pti), Super Grandi vendite perse al 5,2% (+0,4pti) e Super Piccoli vendite perse al 4,7% (+0,3pti). Tendenza in aumento anche in tutti i reparti dei diversi canali, solo il reparto del Cura Casa risulta stabile solo negli Iper.

OSA - Barometro

Executive Summary

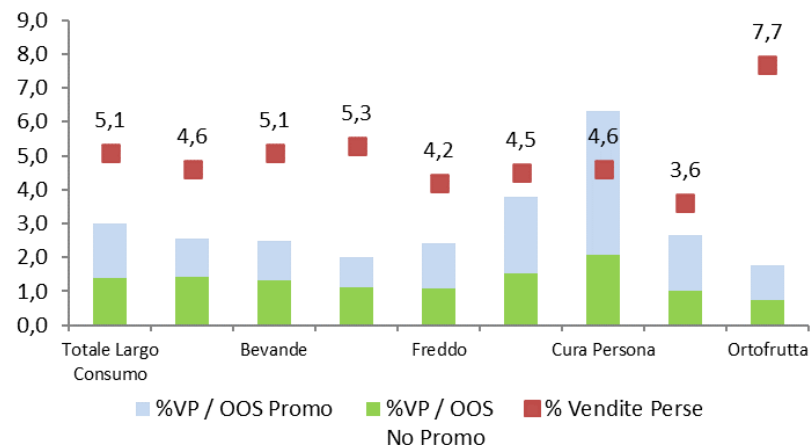
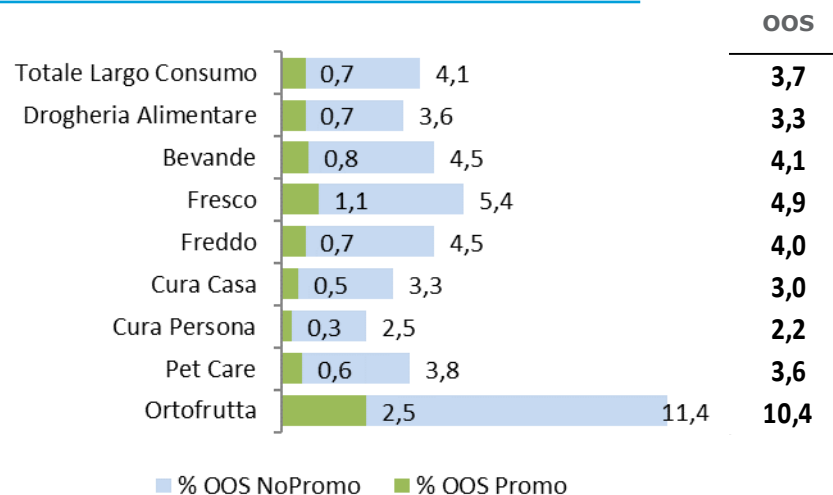

[Dettaglio](#)
[Legenda](#)

Mese	Dicembre 2022							
	Totale Italia		Ipermercati		Supermercati >1200mq		Supermercati <=1200mq	
	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse
Totale Largo Consumo	3,5	5,2	3,6	5,3	3,6	5,3	3,2	5,0
Drogheria Alimentare	2,8	4,3	3,0	4,7	2,9	4,3	2,4	3,9
Bevande	4,2	5,8	4,2	6,1	4,2	5,5	4,4	6,4
Fresco	4,9	5,5	4,9	5,4	5,2	5,7	4,5	5,0
Freddo	4,2	4,7	5,1	4,9	4,4	4,8	3,5	3,9
Cura Casa	2,9	5,0	3,3	5,5	3,0	5,0	2,3	4,2
Cura Persona	2,1	4,1	2,3	4,4	2,3	4,0	1,6	3,9
Pet Care	3,2	3,7	3,0	3,8	3,4	3,8	3,1	3,3
Ortofrutta	10,5	9,1	10,8	8,9	11,2	9,4	9,4	8,3

% OOS

OOS al 4,1% in condizioni regolari, solo 0,7% in promo

- Nel 2022 la % di OOS è stata pari al 3,7%: se distinguiamo la % di OOS accaduto in condizioni regolari rispetto alle condizioni promozionali osserviamo due condizioni significativamente differenti.
 - In condizioni normali il tasso di OOS sale al 4,1% con punte pari al 11,4% per l'Ortofrutta e del 5,4% per il Fresco.
 - In condizioni promozionali la probabilità di trovare un prodotto fuori stock si riduce drasticamente scendendo allo 0,3% (cura persona), con comportamenti molto simili tra i reparti - con l'eccezione dell'Ortofrutta spostata su livelli molto superiori (2,5%).
- Le condizioni promozionali sono considerate a livello di GTIN/negozio quando si registra una riduzione del 10% o superiore rispetto al prezzo regolare di vendita, qualificando quindi l'occorrenza come «promozionata»
- L'attenzione allo stock e al replenishment in condizioni promozionali può essere uno dei motivi del tasso di OOS promo inferiore al regolare, insieme alla progressiva riduzione dell'efficacia promozionale che comporta vendite eccezionalmente alte in un numero sempre minore di casi.
- La ratio tra %OOS promo e no promo è molto allineata tra reparti e non si registrano comportamenti distintivi rispetto al verificarsi di OOS.
- Se confrontiamo l'indice tra % Vendite Perse e %OOS nelle due condizioni in quest'anno si evince che in tutti i reparti in condizioni di Fuori Stock Promo la quantità di vendite perse è superiore rispetto al valore in condizioni normali, le occorrenze di OOS sono economicamente più impattanti e più pericolose per industria e distribuzione in particolare per il cura persona.



Totale Italia - Anno Progressivo Gennaio-Dicembre 2022

