

OSA - Barometro

Executive Summary
Agosto 2020



Barometro OSA – Executive Summary

Agosto 2020- Out-of-Stock al 4,7% e vendite perse al 7,2%

- Nel mese di agosto 2020 il tasso di Out-of-Stock per il Largo Consumo Confezionato è stato pari al 4,7%, in aumento sia rispetto allo scorso anno (+0,5 pti) che rispetto a Luglio (+0,3pti). I reparti mostrano aumenti generalizzati nei tassi di OOS rispetto allo stesso mese dell'anno precedente, solo le Bevande e il Cura Persona mostrano cali entrambi di -0,2pti. Stesso andamento in aumento su tutti i reparti anche considerando il progressivo. Il Largo Consumo Confezionato risulta in aumento di +0,3pti (%OOS 4,1%). L'aumento più importante è registrato nel Fresco (+0,6pti), tutti gli altri reparti mostrano aumenti tra il +0,2 e 0,4pti.
- La % di vendite risultano in aumento sia rispetto allo scorso anno (+0,8pti VP al 7,2%) che rispetto al mese di luglio (+1,3Pti).

Le dinamiche dei canali

- Analizzando i canali, osserviamo per il mese di agosto un aumento generalizzato in tutti i canali. Iper in aumento di +0,7pti. Aumenti confermati in tutti i reparti ad eccezione del Cura Persona (in calo di -0,2pti). I Super Grandi in aumento di +0,6pti, aumento confermato in tutti i reparti con aumenti che vanno dallo 0,2 dell'Ortofrutta e Pet Care a +1,1 del Freddo. In calo solo Bevande (-0,3pti) e Cura Persona (-0,1Pto). Per le Superfici più piccole la situazione è più dinamica. È confermato l'aumento come per gli altri canali di +0,3pti. Mentre nei reparti si registrano aumenti nella Drogheria Alimentare (+0,6pti), +0,4pti per il Fresco e Freddo e +0,5pti per il Cura Casa. Registrano cali di -0,5pti le Bevande e di -0,2pti il Cura Persona, mentre risultano stabili il Pet Care e l'Ortofrutta.
- Anche per quanto riguarda le Vendite Perse, tutti i canali registrano comportamenti omogenei. Il peso nell'Ipermercato si attesta al 6,7%, in aumento su luglio (+0,6pti) e di +1pto su agosto 2019. I Supermercati Grandi (7,8%) risultano in aumento su luglio (+1,8pti) e su agosto 2019 (+0,9pti). I Super Piccoli (6,1%) in aumento su luglio (5,5%) che sull'anno precedente (+0,2pti).

OSA - Barometro

Executive Summary

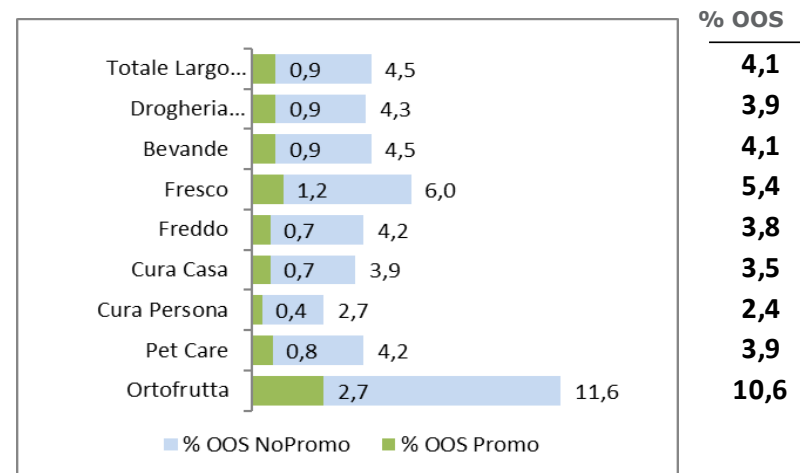

[Dettaglio](#)
[Legenda](#)

Mese	Agosto 2020							
	Totale Italia		Ipermercati		Supermercati >1200mq		Supermercati <=1200mq	
	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse
Totale Largo Consumo	4,7	7,2	5,1	6,7	4,9	7,8	4,1	6,1
Drogheria Alimentare	4,8	7,2	5,4	6,9	5,1	7,8	4,1	5,7
Bevande	3,9	5,9	4,6	5,9	3,9	6,2	3,3	5,3
Fresco	6,3	8,9	6,5	8,0	6,6	9,8	5,8	7,5
Freddo	4,9	5,9	5,9	6,1	5,1	6,3	4,0	4,7
Cura Casa	3,9	6,7	4,8	6,1	4,2	7,3	3,0	5,3
Cura Persona	2,3	4,8	2,8	4,3	2,3	5,3	1,6	4,0
Pet Care	3,8	3,8	3,7	3,8	4,2	3,9	3,3	3,2
Ortofrutta	10,7	8,9	11,1	8,8	11,3	9,5	9,6	7,6

% OOS

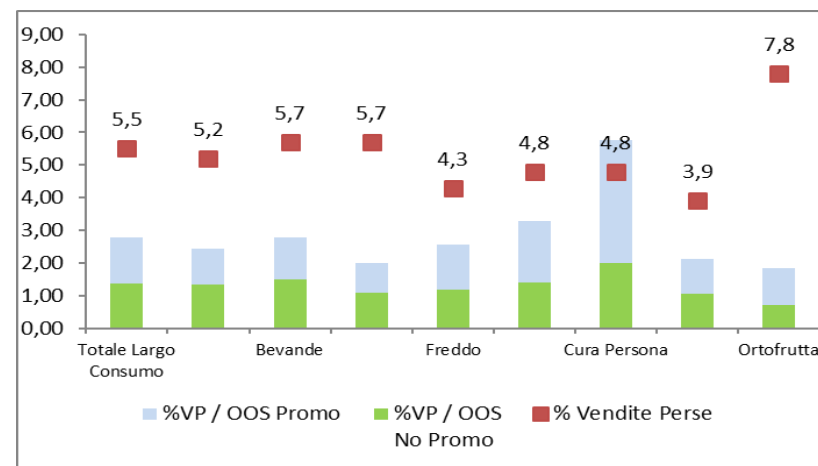
OOS al 4,5% in condizioni regolari, solo 0,9% in promo

- Negli 8 mesi del 2020 la % di OOS è stata pari al 4,1%: 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 4,5% con punte superiori all'11,6% per l'Ortofrutta e del 6% per il Fresco.
 - In condizioni promozionali la probabilità di trovare un prodotto fuori stock si riduce drasticamente scendendo allo 0,9%, con comportamenti molto simili tra i reparti - con l'eccezione dell'Ortofrutta spostata su livelli molto superiori (2,7%) e Fresco (1,2%)
- 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 si evince che: le occorrenze di OOS sono minori in promozione, ma sono economicamente più impattanti e più pericolose per industria e distribuzione. In particolare per la Cura Persona e Cura Casa.



% OOS

4,1
3,9
4,1
5,4
3,8
3,5
2,4
3,9
10,6



Totale Italia - Anno Progressivo Gen-Agosto 2020