

# OSA - Barometro

Executive Summary

Aprile 2022



# Barometro OSA – Executive Summary

## Aprile 2022- Out-of-Stock al 3,5% e Vendite Perse al 5,8%

- Nel mese di aprile 2022 il tasso di Out-of-Stock per il Largo Consumo Confezionato è stato pari al 3,5%, in aumento sia rispetto allo scorso anno (+0,1pto) che rispetto a marzo 2022 (+0,1pto). I reparti mostrano aumenti generalizzati nei tassi di OOS rispetto allo stesso mese dell'anno precedente con diminuzioni solo nel Fresco e nell'Ortofrutta (entrambi di -0,1punto). Le Bevande restano stabili. Analizzando il progressivo osserviamo lo stesso andamento, aumenti generalizzati in tutti i reparti tranne che per la Drogheria Alimentare, il Freddo e il Cura Casa che risultano stabili.
- La % di vendite perse risulta in aumento sia rispetto allo scorso anno (+0,4pti) sia rispetto al progressivo (+0,2pti) che rispetto al mese di marzo 2022 registrano aumenti di +1,5pti.

## Le dinamiche dei canali

- Analizzando i canali, osserviamo per il mese di aprile aumenti generalizzati nei super sia grandi che piccoli e stabilità negli Iper. Iper stabile ad aprile 2022 con OOS al 3,7%: stabilità confermata nei reparti Cura Persona e Pet Care, In aumento la Drogheria Alimentare (+0,1pto) e il Freddo (+0,3Pti). In calo tutti gli altri reparti (con cali che vanno da -0,1 a -0,2Pti). Super Grandi in aumento di +0,1pto (3,8%OOS), aumenti confermati in tutti i reparti ad eccezione del Fresco e dell'Ortofrutta. Anche le superfici piccole mostrano aumenti contenuti +0,1pto, con OOS al 2,9%. Tutti i reparti mostrano aumenti di +0,1pto tranne il Fresco e l'Ortofrutta che registrano entrambi cali di -0,2pti.
- Anche per quanto riguarda le vendite perse, tutti i canali registrano aumenti generalizzati. Il peso nell'Ipermercato si attesta al 5,7%, in aumento di +0,3pti su aprile 2021 e su marzo 2022(+1,1pti). I Supermercati Grandi 6,1% risultano in aumento sia su marzo 2022 (+1,8pti) che su aprile 2021 (+0,4pti). I Super Piccoli (4,5%) in aumento su marzo 2022 (+0,5pti) e sull'anno precedente di +0,2pti, aumenti confermati in tutti i reparti ad eccezione del Pet Care (-0,1pto) e del Cura Persona che risulta stabile.

## OSA - Barometro

### Executive Summary


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

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

# % OOS

## OOS al 3,7% in condizioni regolari, solo 0,7% in promo

- Nei primi 4 mesi del 2022 la % di OOS è stata pari al 3,4%: 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 3,7% con punte superiori al 10,3% per l'Ortofrutta e del 5% per il Fresco.
  - In condizioni promozionali la probabilità di trovare un prodotto fuori stock si riduce drasticamente scendendo allo 0,7%, con comportamenti molto simili tra i reparti - con l'eccezione dell'Ortofrutta spostata su livelli molto superiori (2,5%) e Fresco (1%)
- 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.

