

OSA - Barometro

Executive Summary
Giugno 2019



Barometro OSA – Executive Summary

Giugno 2019 - Out-of-Stock al 4,2% e vendite perse al 5%

- Nel corso del mese di giugno 2019 il tasso di Out-of-Stock per il Largo Consumo Confezionato si è assestato al 4,2%, in aumento rispetto al mese di maggio (+0,4pti). I reparti registrano diminuzioni solo nelle Bevande e nel Cura Casa (entrambe -0,2pti), stabili il Cura Persona, il Pet Care e l'Ortofrutta. In aumento il Fresco, il Freddo (+0,1pto) e la Drogheria Alimentare (+0,3pti). Nei primi 6 mesi dell'anno la % di OOS si attesta al 4% in calo di -0,1pto rispetto al 2018. Tendenza confermata anche in tutti i reparti. Il calo maggiore si registra nel Pet Care con -0,3pti. Stabili solo il Freddo e l'Ortofrutta.
 - La % di vendite perse a giugno è al 5% in aumento rispetto al valore di 4,8% registrato a maggio. Anche per le vendite perse sono confermati gli andamenti visti per l'OOS. Solo il reparto delle Bevande mostra segnali positivi rispetto all'anno precedente (-0,6pti). L'Ortofrutta e il Fresco sono stabili, tutti gli altri reparti mostrano aumenti che vanno da +0,1 del Pet Care al +0,6 del Freddo.
-

Le Dinamiche dei Canali

- A giugno le superfici grandi hanno registrato aumenti dell'OOS. Gli Ipermercati hanno registrato aumenti dell'OOS rispetto all'anno passato (+0,2pti), con la metà dei reparti che registrano aumenti (la Drogheria Alimentare mostra il più alto aumento +0,6pti). Il Pet Care risulta stabile; mentre calano le Bevande e il Cura Casa (entrambi -0,2pti) e il Freddo con -0,1pto. Anche nei Super Grandi registriamo aumenti di +0,1pto. Il fresco e il Pet Care risultano stabili, la Drogheria Alimentare in aumento di +0,3pti, così come il Freddo di +0,1pto. Tutti gli altri reparti registrano cali (Ortofrutta e Cura Persona -0,1pto, Bevande e Cura Casa -0,2pti). I Super Piccoli risultano stabili rispetto allo scorso anno con OOS al 3,3%. Risultano stabili anche i reparti del Fresco, Freddo e Cura Persona. In calo l'Ortofrutta (-0,1pto), il Cura Casa e Bevande (-0,2pti). Mentre in aumento la Drogheria Alimentare (+0,2pti) e il Pet Care (+0,1pto)
- Andamento non omogeneo si registra riguardo alle vendite perse che risultano in aumento negli Iper (+0,2pti VP al 6,2%); stabile nei Super Grandi (VP al 4,7%) e in calo nei Super piccoli (-0,1pti VP al 4,2%). Andamenti disomogenei in tutti i reparti di tutti i canali.

OSA - Barometro

Executive Summary

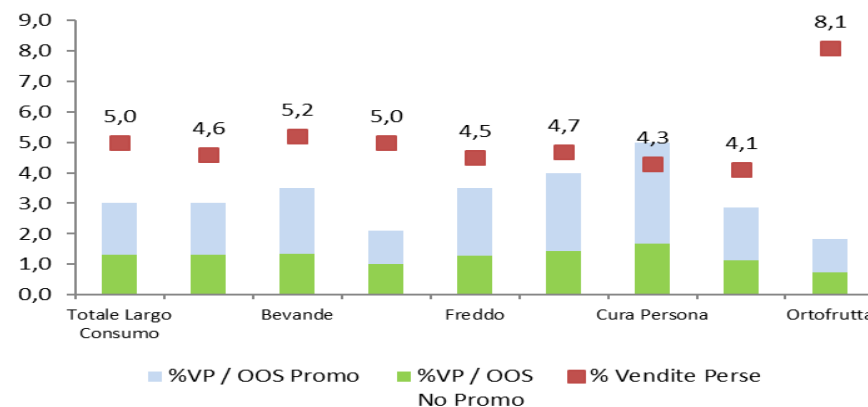
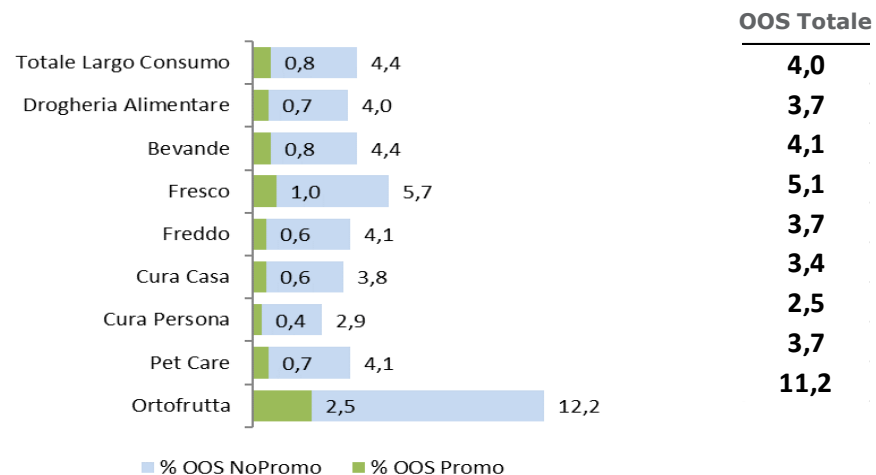
[Dettaglio](#)
[Legenda](#)

Mese	Giugno 2019							
	Totale Italia		Ipermercati		Supermercati >1200mq		Supermercati <=1200mq	
	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse
Totale Largo Consumo	4,2	5,0	5,5	6,2	4,3	4,7	3,3	4,2
Drogheria Alimentare	4,3	4,9	5,9	6,2	4,3	4,5	3,2	4,0
Bevande	3,8	4,9	5,1	6,2	3,9	4,5	3,0	4,1
Fresco	5,5	5,1	6,8	6,2	5,6	4,9	4,4	4,2
Freddo	3,6	4,3	5,3	6,2	3,6	3,8	2,6	3,3
Cura Casa	3,1	4,3	4,6	5,5	3,1	3,7	2,1	3,5
Cura Persona	2,4	3,9	3,4	4,8	2,2	3,4	1,4	3,2
Pet Care	3,8	4,1	4,4	5,3	3,8	3,6	3,2	3,3
Ortofrutta	12,8	7,8	15,4	9,3	13,6	8,0	10,5	5,9

% OOS

OOS al 4% in condizioni regolari, solo 0,8% in promo

- Nel primi sei mesi del 2019 la % di OOS è stata pari al 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 4,4% con punte pari al 12,2% per l'Ortofrutta e del 5,7% per il Fresco.
 - In condizioni promozionali la probabilità di trovare un prodotto fuori stock si riduce drasticamente scendendo allo 0,4% (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 Ean/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 questi 6 mesi 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-Giugno 2019

