

OSA - Barometro

Executive Summary
Agosto 2019



Barometro OSA – Executive Summary

Agosto 2019- Out-of-Stock al 4,2% e vendite perse al 6,3%

- Nel mese di agosto 2019 il tasso di Out-of-Stock per il Largo Consumo Confezionato è stato pari al 4,2%, in aumento sia rispetto allo scorso anno (+0,1 pto) che rispetto al mese di luglio (3,8%). I reparti mostrano aumenti nei tassi di OOS rispetto allo stesso mese dell'anno precedente nelle Bevande, Fresco, Cura Persona e Pet Care; cali nel Freddo, Cura Casa e Ortofrutta. Solo la Drogheria Alimentare è stabile. Al contrario, rispetto al progressivo, il Largo Consumo Confezionato risulta stabile, solo il Cura Persona risulta in aumento di +0,1pto. Bevande, Fresco, Cura Casa e Pet Care mostrano cali di -0,1pto. Tutti gli altri reparti risultano stabili.
- La % di vendite perse risulta stabile rispetto allo scorso anno, in aumento rispetto al mese di luglio.

Le dinamiche dei canali

- Analizzando i canali, osserviamo per il mese di agosto un aumento generalizzato negli Iper, mentre registriamo cali sia nei Super Piccoli, che Grandi. Gli Iper si attestano ad una % OOS di 4,4% in aumento di 0,5pti sull'anno precedente, anche tutti i reparti mostrano lo stesso andamento, con aumenti generalizzati. Nei Super Grandi il calo registrato è di -0,1pto, calo registrato anche nella Drogheria Alimentare, Freddo, Cura Casa e Ortofrutta. Le Bevande sono in aumento di +0,1pto, il settore dell'acqua è quella che registra il maggiore aumento (+0,8pti). Tutti gli altri reparti sono stabili. In calo sono anche i Super Piccoli (-0,1pto), con cali generalizzati in tutti i reparti (tutti -0,1pto), tranne per le Bevande, che conferma, come nei Super Grandi, un aumento di +0,1pto con il settore dell'acqua che registra il maggiore aumento (+0,4pti).
- In quanto a vendite perse, tutti i canali registrano comportamenti non omogenei. Il peso negli Iper si attesta al 5,6%, in leggerissimo calo su Luglio (-0,1pti) e in aumento su Agosto 2018 (+0,3Pti). I Supermercati Grandi (6,9%) risultano in aumento su Luglio di +2,3pti e stabili su Agosto 2018. I Super Piccoli (5,9%) in aumento su Luglio (4,1%) e in calo sull'anno precedente (-0,2 pti).

OSA - Barometro

Executive Summary

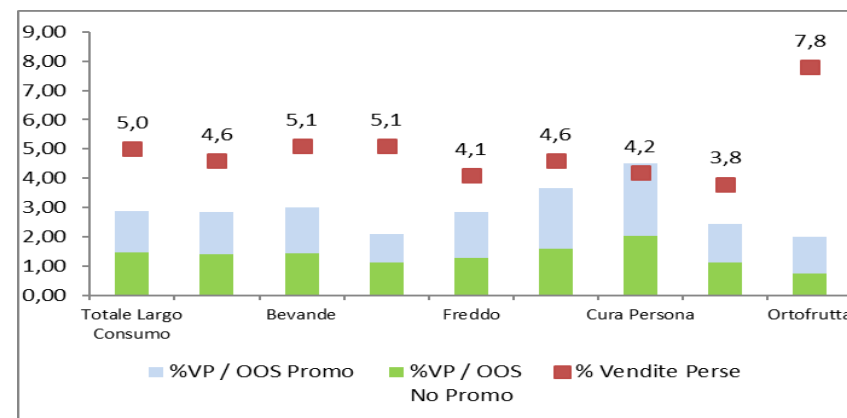
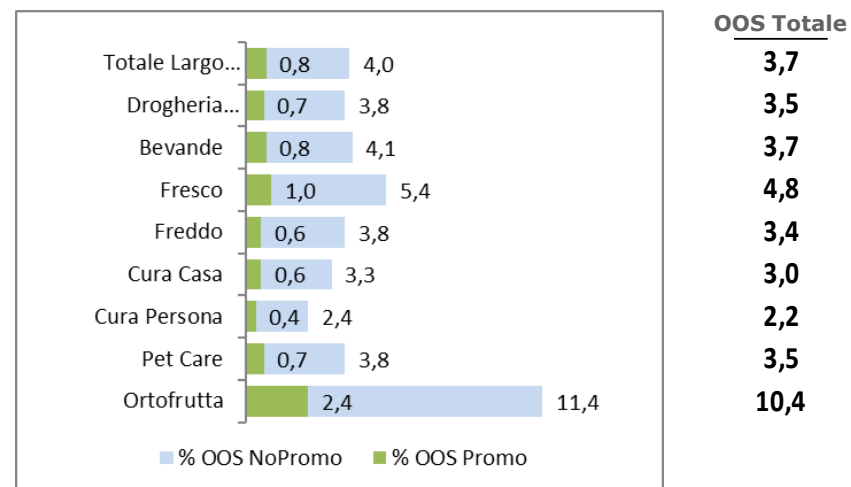

[Dettaglio](#)
[Legenda](#)

Mese	Agosto 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	6,3	4,4	5,6	4,3	6,9	3,8	5,9
Drogheria Alimentare	4,0	6,0	4,4	5,5	4,2	6,4	3,5	5,4
Bevande	4,1	6,3	4,3	5,6	4,1	6,8	3,8	5,9
Fresco	5,7	7,3	5,5	6,0	5,9	8,1	5,4	6,7
Freddo	3,9	4,6	4,5	4,5	3,9	4,6	3,6	4,7
Cura Casa	3,3	6,0	3,8	5,3	3,6	6,5	2,5	5,4
Cura Persona	2,5	5,2	3,0	4,6	2,5	5,5	1,8	5,6
Pet Care	3,7	4,4	3,6	4,4	4,0	4,6	3,3	3,9
Ortofrutta	10,5	7,8	10,7	7,0	11,1	8,4	9,6	7,1

% OOS

OOS al 3,7% in condizioni regolari, solo 0,8% in promo

- Nei primi otto mesi del 2019 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% con punte superiori all'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 0,8%, con comportamenti molto simili tra i reparti - con l'eccezione dell'Ortofrutta spostata su livelli molto superiori (2,4%) e Fresco (1%)
- 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, 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 il Cura Persona e Cura Casa.



Totale Italia - Anno Progressivo Gen-Agosto 2019