

OSA - Barometro

Executive Summary
Luglio 2020



Barometro OSA – Executive Summary

Luglio 2020- Out-of-Stock al 4,4% e vendite perse al 5,9%

- Nel mese di Luglio 2020 il tasso di Out-of-Stock per il Largo Consumo Confezionato è stato pari al 4,4%, in aumento rispetto allo scorso anno (+0,4 pti) e stabile rispetto al mese di giugno. I reparti mostrano aumenti generalizzati nei tassi di OOS rispetto allo stesso mese dell'anno precedente che vanno da un aumento di 0,2pti delle Bevande sino a +1,2pti del reparto freddo. In calo invece il Cura persona (-0,1pto), il Pet Care (0,3pti) e l'Ortofrutta (-0,5pti).
- La % di vendite perse risulta in aumento rispetto allo scorso anno (+0,8pti), aumento riscontrato anche rispetto al mese di Giugno di +0,7pti. Questi aumenti si registrano anche in tutti i reparti, con il Fresco, Ortofrutta e Freddo con i maggiori aumenti (rispettivamente di 1pto;1,1 pti e 1,3pti). Solo il Pet Care registra cali di -1,1pto nelle vendite perse.

Le dinamiche dei canali

- Analizzando i canali, osserviamo comportamenti omogenei. Nel mese di luglio riscontriamo aumenti generalizzate in tutti i canali e in gran parte dei reparti. I reparti più in sofferenza risultano essere la Drogheria Alimentare, Bevande, Fresco, Freddo, e Cura Casa negli Iper con %OOS al 4,7% (+0,1pto) rispetto allo scorso anno. I reparti negli Ipermercati in calo sono quindi: l'Ortofrutta con -0,7pti; il Pet Care con -0,5pti e il Cura persona con -0,4pti. I Super Grandi registrano %OOS al 4,5% in aumento di 0,4pti, tutti i reparti mostrano aumenti compresi tra +0,5 del Fresco e +1,3pti del Freddo. Solo il Pet Care e l'Ortofrutta mostrano cali rispettivamente di -0,4 e -0,5pti. I Super Piccoli confermano le tendenze viste prima %OOS al 4,1% +0,7pti rispetto allo scorso anno. Tutti i reparti mostrano aumenti nelle %OOS tranne l'Ortofrutta registra un calo di -0,2pti.
- In quanto a vendite perse, il peso nell'Ipermercato si attesta al 6,1%, in aumento su giugno (+0,3) e sul 2019 (+0,5). I Supermercati Grandi (6%) risultano in aumento per quanto riguarda le vendite perse sia rispetto a luglio 2019 che su giugno di +1pti. I Super Piccoli (5,5%) in aumento su giugno (+0,3pti) e in aumento rispetto all'anno precedente +1,1pto.

OSA - Barometro

Executive Summary

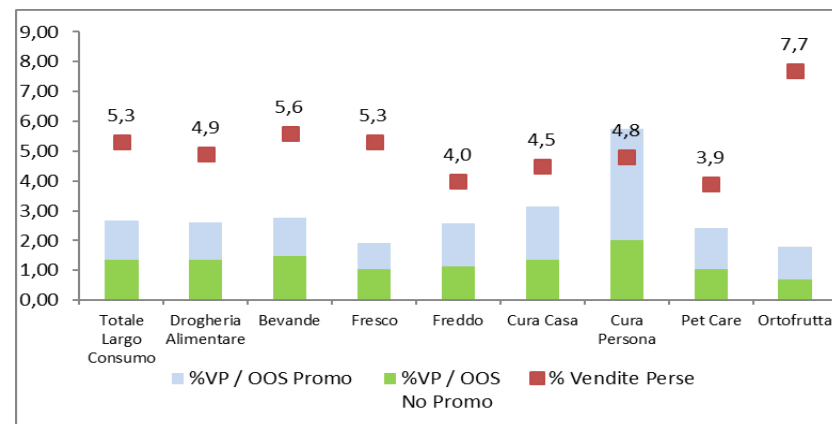
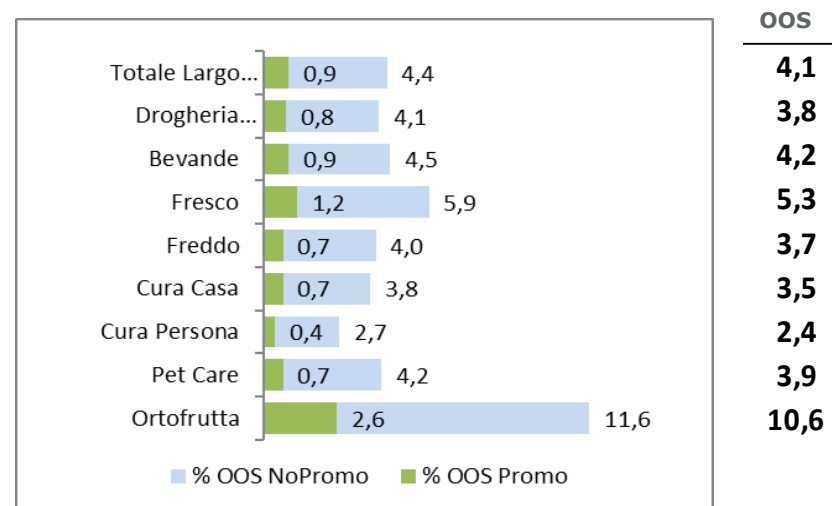

[Dettaglio](#)
[Legenda](#)

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

% OOS

OOS al 4,1% in condizioni regolari, solo 0,9% in promo

- Nei 7 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 4,4% con punte superiori al 11,6% per l'Ortofrutta e del 5,9% 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 (2,6%) 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.



Totale Italia - Anno Progressivo Gen-Luglio 2020