

# OSA - Barometro

Executive Summary  
Dicembre 2020



# Barometro OSA – Executive Summary

## Dicembre 2020 - Out-of-Stock al 3,1% e vendite perse al 4%

---

- Nel corso del mese di dicembre 2020 il tasso di Out-of-Stock per il Largo Consumo Confezionato si è assestato al 3,1%, in calo rispetto al mese di novembre (-0,4pti). I reparti registrano cali generalizzati, mentre il Cura Casa e il Cura persona aumentano di +0,3 e +0,4pti rispettivamente. Stabile il Pet Care. L'anno 2020 si chiude con la % di OOS al 3,9% in aumento di +0,3pti rispetto al 2019. Tendenza confermata anche in tutti i reparti, con aumenti che vanno da +0,1 dell'Ortofrutta al +0,5pti del Cura Casa.
  - La % di vendite perse a dicembre sono pari al 4% in calo rispetto al valore di 5% registrato a novembre. Anche per le vendite perse sono confermati gli andamenti visti per le OOS. Tutti i reparti registrano cali tranne che per il Cura Casa e il Cura Persona (+0,3 e +1,2pti rispettivamente). Andamento negativo considerando tutto il 2020 con vendite perse al 5,1% in aumento di +0,3pti rispetto al 2019. Tutti i reparti confermano gli aumenti nelle vendite perse nel 2020. Solo L'ortofrutta registra cali (-0,2pti) mentre il Cura Persona e il Freddo restano stabili rispetto al 2019.
- 

## Le dinamiche dei canali

- A Dicembre tutte le superfici registrano cali nell'OOS. Gli Ipermercati (%OOS al 3,4%) hanno registrato cali dell'OOS rispetto all'anno passato (-0,1 pto). Tendenza confermata nei reparti, con il Pet Care Cura Casa e Cura persona che registrano aumenti nelle OOS. I Super Grandi, (%OOS al 3,2%) registrano cali di -0,1pti. Cali registrati in tutti i reparti, ad eccezione del Cura Casa e del Cura persona che mostrano aumenti. I Super Piccoli (%OOS al 2,9%) anch'essi in calo di -0,1Pto, tutti I reparti confermano la stessa tendenza, con aumenti solo nei reparti del Pet Care e Cura Casa e Cura Persona.
- Andamento confermato anche per quanto riguarda le vendite perse (VP) che risultano negli Iper a 4,4% (-0,4pti), con solo i reparti del Cura Casa e Persona in aumento (+0,6pti e +1,8pti rispettivamente). I Super Grandi con vendite perse al 3,7% in calo di -0,6pti, confermato l'andamento dei reparti visto per gli Iper. Infine i Super Piccoli mostrano una % di vendite perse al 4,2% in calo di -0,2pti. Stesso andamento nei reparti visto negli Iper e nei Super Grandi. Guardando l'anno 2020 Osserviamo in tutti i canali aumenti nelle vendite perse rispetto al 2019. Iper VP al 5,9% (+0,4pti), Super Grandi VP al 4,9% (+0,2pti) e Super Piccoli VP al 4,6% (+0,1pti). Tendenza in aumento anche generalizzata anche in tutti i reparti dei diversi canali.

## OSA - Barometro

### Executive Summary

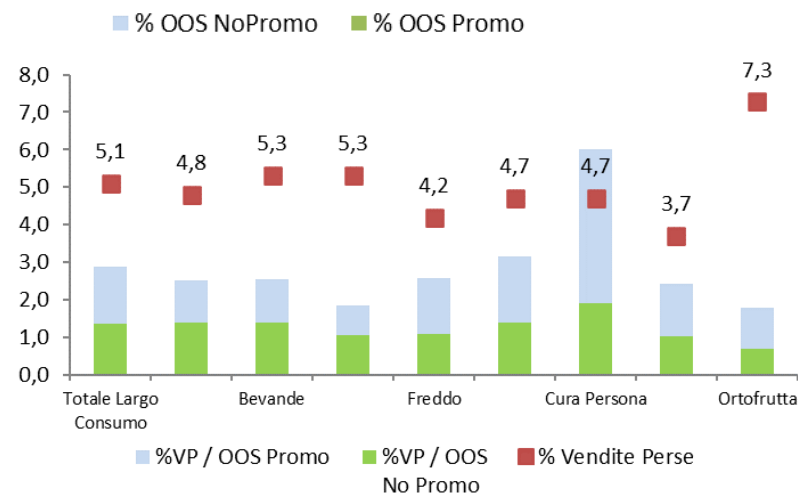
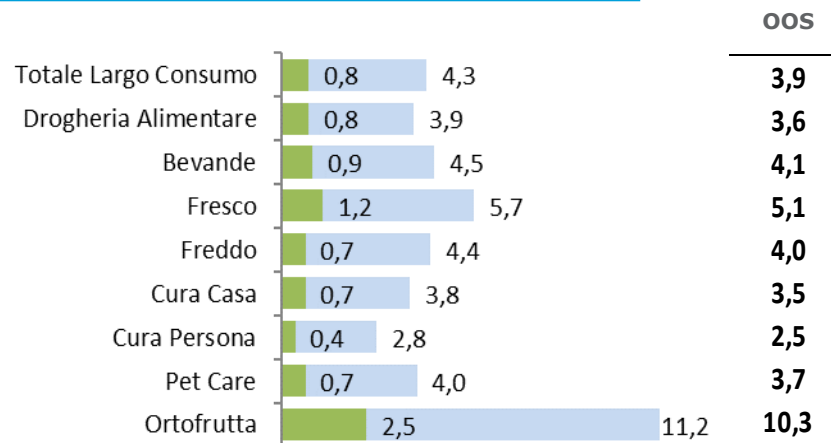

[Dettaglio](#)
[Legenda](#)

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

# % OOS

## OOS al 4,3% in condizioni regolari, solo 0,8% in promo

- Nel 2020 la % di OOS è stata pari al 3,9%: 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 4,3% con punte pari al 11,2% 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 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 in quest'anno 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-Dicembre 2020