

# OSA - Barometro

Executive Summary  
Marzo 2018



# Barometro OSA – Executive Summary

## Marzo 2018 - Out-of-Stock al 3,4% e Vendite Perse al 5,3%

- Nel mese di Marzo 2018 il Tasso di Out-of-Stock per il Largo Consumo Confezionato è stato pari al 3,4%, in diminuzione rispetto allo scorso anno (-0,2pti) e in leggero calo rispetto al mese di Febbraio (3,5%). Rispetto allo stesso mese dell'anno precedente riscontriamo stabilità nel Pet Care, aumenti nelle Bevande, Freddo e Cura Casa (tutti deli + 0,1pto). Tutti gli altri reparti registrano delle diminuzioni nei tassi di OOS: nella Drogheria Alimentare (-0,3pti) nel Fresco e nel Cura Persona (di -0,2pti), mentre l'Ortofrutta registra le migliori performance con diminuzioni di 0,5pti.
- Al contrario riscontriamo aumenti generalizzati nelle vendite perse, a Marzo si attestano al 5,3% in aumento di 0,7pti. Tutti i reparti mostrano peggioramenti rispetto allo stesso mese nell'anno precedente, con variazioni che vanno da 0,2pti della Drogheria Alimentare e Pet Care, sino al +1pto delle Bevande e del Fresco. Osserviamo anche un aumento nelle % di vendite perse anche rispetto a Febbraio di +0,7pti

## Le Dinamiche dei Canali

- Analizzando i canali, emerge che negli Iper e nei Super Grandi nel mese di Marzo riscontriamo diminuzioni generalizzate in tutti I reparti delle OOS a cui però corrispondono aumenti generalizzati nelle Vendite perse. Nei Super Piccoli invece riscontriamo aumenti nelle OOS (3% +0,1pto rispetto a Marzo dello scorso anno) e + 0,3 pti nelle vendite Perse.
- Per quanto riguarda il dato complessivo per questi tre mesi (gennaio-marzo), osserviamo cali a Totale Italia (-0,1pto con OOS al 3,6%) e Ipermercati (-0,3pti con OOS al 4,3%). Stabilità nei Super Grandi (OOS al 3,6%) e aumenti nei Super Piccoli (+0,1pto con OOS al 3,2%).
- Analizzando le Vendite Perse negli ultimi 3 mesi riscontriamo aumenti in tutti i canali: Iper +0,1pto (Vendite perse pari al 5,9%), Super Grandi +0,2pti (Vendite perse pari al 4,7%) e Super Piccoli +0,2 pti (Vendite perse pari al 4,4%).

# Executive Summary – Tavole di Sintesi



## OSA - Barometro

### Executive Summary



[Dettaglio](#)

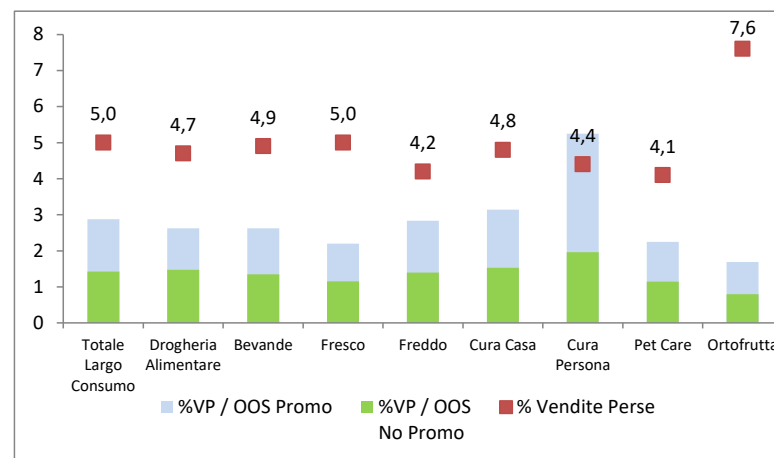
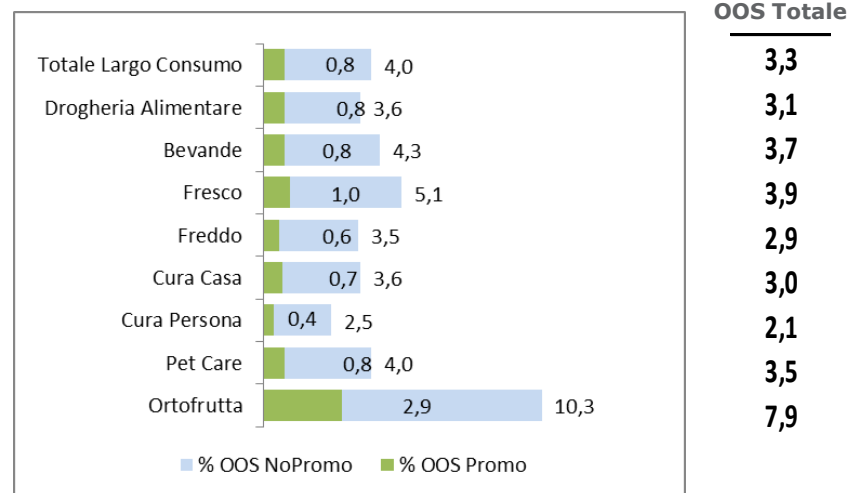
[Legenda](#)

Mese	Marzo 2018							
	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>3,4</b>	<b>5,3</b>	<b>4,1</b>	<b>6,4</b>	<b>3,4</b>	<b>5,0</b>	<b>3,0</b>	<b>4,2</b>
Drogheria Alimentare	3,0	4,7	3,8	6,0	3,0	4,3	2,5	3,6
Bevande	3,7	5,5	4,5	7,1	3,7	5,1	3,4	4,5
Fresco	4,4	5,3	5,1	6,5	4,4	5,2	3,9	4,1
Freddo	3,2	4,5	4,1	5,2	3,3	4,4	2,5	3,5
Cura Casa	3,2	5,0	4,1	5,8	3,3	4,8	2,4	3,6
Cura Persona	2,2	4,5	2,8	5,2	2,2	4,2	1,6	3,6
Pet Care	3,6	3,9	4,0	5,1	3,4	3,4	3,4	3,2
Ortofrutta	9,9	8,3	10,5	9,3	10,6	8,4	8,6	6,7

# % OOS

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

- Nei primi tre mesi del 2018 la % di OOS è stata pari al 3,6%: 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'10% per l'Ortofrutta e del 5,1% per il Fresco.
  - In condizioni promozionali la probabilità di trovare un prodotto fuori stock si riduce drasticamente scendendo allo 0,4%, con comportamenti molto simili tra i reparti - con l'eccezione dell'Ortofrutta spostata su livelli molto superiori (2,9%) 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 la Cura Persona e Cura Casa.



Totale Italia - Anno Progressivo Gen-Marzo 2018

