

OSA - Barometro

Executive Summary
Marzo 2019



Barometro OSA – Executive Summary

Marzo 2019 - Out-of-Stock al 3,8% e vendite perse al 4,8%

- Nel mese di Marzo 2019 il Tasso di Out-of-Stock per il Largo Consumo Confezionato è stato pari al 3,8%, stabile rispetto allo scorso anno e in calo rispetto al mese di Febbraio (3,9%). Rispetto allo stesso mese dell'anno precedente tutti i reparti registrano diminuzioni. Le bevande è il reparto che registra le più alte riduzioni di OOS (-0,4pti), solo la Drogheria Alimentare e il Pet Care mostrano aumenti di +0,1pto.
- Anche le vendite perse, risultano in calo. A marzo si attestano al 4,8% in calo di 0,7pti. Tutti i reparti mostrano miglioramenti rispetto allo stesso mese nell'anno precedente. Osserviamo un consistente calo delle % di vendite perse delle Bevande -1,1pto.

Le Dinamiche dei Canali

- Analizzando i canali, emerge che negli Iper il mese di marzo è stato molto positivo infatti, riscontriamo diminuzioni generalizzate in tutti i reparti dell'OOS a cui corrispondono diminuzioni generalizzate anche nelle vendite perse. Solo la drogheria alimentare registra un aumento di +0,1 pto nell'OOS a cui però corrisponde una diminuzione di vendite perse di -0,4pti. All'interno della drogheria alimentare troviamo il settore delle Ricorrenze che registra le più alte variazioni di OOS rispetto a marzo dell'anno precedente (+9,3pti oos e +4,4pti vendite Perse). Nei Super Grandi invece riscontriamo aumenti nell'OOS (3,9% +0,1pto rispetto a marzo dello scorso anno) e 4,4% -0,8 pti nelle vendite perse, ma questo andamento non è generalizzato su tutti i reparti. Infatti riscontriamo aumenti nell'OOS sul Pet Care, Freddo e Drogheria Alimentare e diminuzioni in tutti gli altri reparti. Per quanto riguarda le vendite perse, il solo reparto che mostra aumenti è il Pet Care (+0,1pto). I Super Piccoli mostrano stabilità nell' OOS(3%) stabilità e cali nei reparti, solo nel Pet Care registriamo un aumento di 0,1pto. Registriamo diminuzioni nelle vendite perse (4,1% in calo di 0,1pto) anche qui le diminuzioni sono generalizzate tranne per il Pet care e il Freddo entrambe in aumento di +0,1pto.
- Per quanto riguarda il dato complessivo per questi primi tre mesi (Gennaio-Marzo), osserviamo cali a Totale Italia (-0,1pto con OOS al 4% VP 4,7% -1,4pti), Ipermercati (-0,2pti con OOS al 5,2% VP 5,9% -2,3pti), Super Grandi (OOS al 4% -0,1pto VP 4,3% -1,2pti)) e Super Piccoli (-0,2Pto con OOS al 3,1% VP 4,2% -0,5pti).

OSA - Barometro

Executive Summary

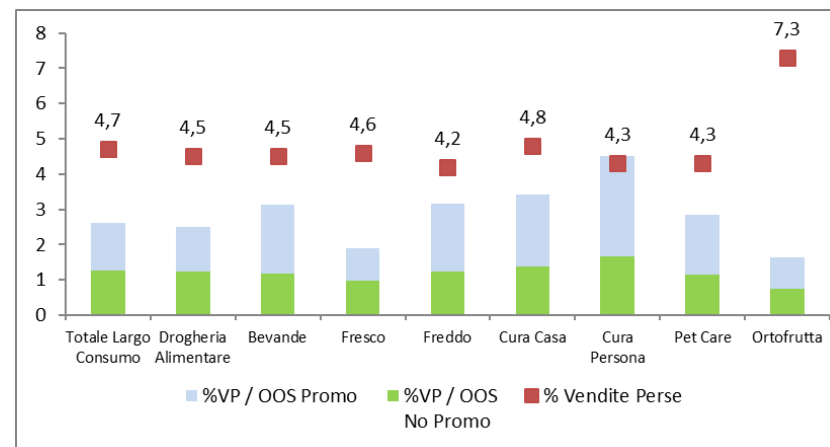
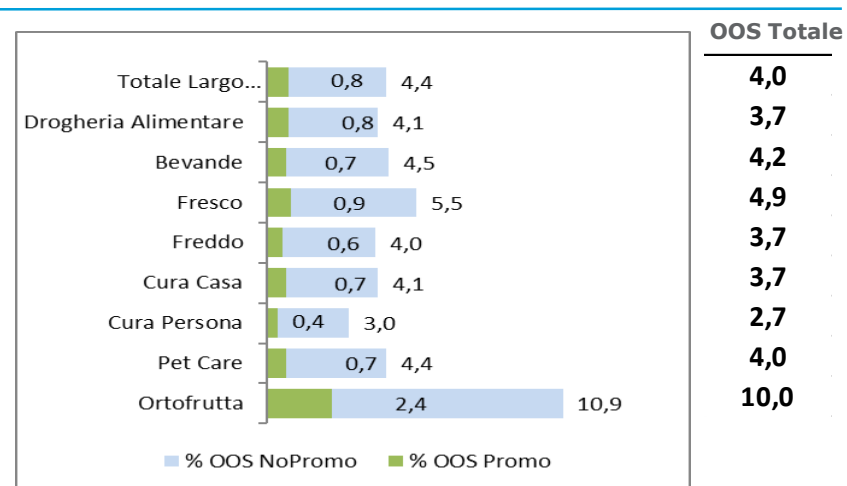
[Dettaglio](#)
[Legenda](#)

Mese	Marzo 2019							
	Totale Italia		Ipermercati		Supermercati >1200mq		Supermercati <=1200mq	
	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse
Totale Largo Consumo	3,8	4,8	4,9	6,1	3,9	4,4	3,0	4,1
Drogheria Alimentare	3,5	4,5	4,7	5,9	3,5	4,0	2,6	3,6
Bevande	3,7	4,6	4,7	5,8	3,7	4,1	3,1	4,0
Fresco	4,7	4,7	5,9	6,1	4,8	4,2	4,0	4,1
Freddo	3,6	4,5	5,1	5,8	3,8	4,0	2,6	3,7
Cura Casa	3,6	4,8	5,1	6,0	3,6	4,4	2,4	3,7
Cura Persona	2,6	4,2	3,4	4,9	2,6	3,8	1,6	3,4
Pet Care	4,0	4,3	4,5	5,5	4,0	3,8	3,5	3,4
Ortofrutta	10,2	7,7	11,8	9,4	10,9	7,5	8,4	6,4

% OOS

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

- Nei 3 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 superiori all'10% per l'Ortofrutta e del 5,5% 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 (2,4%).
- 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 2019

