

OSA - Barometro

Executive Summary
Novembre 2022



Barometro OSA – Executive Summary

Novembre 2022 - Out-of-Stock al 3,5% e vendite perse al 4,8%

- Il mese di novembre 2022 segna un tasso di Out-of-Stock per il Largo Consumo Confezionato pari al 3,5%, in calo di 0,2 pti rispetto al mese di ottobre 2022 ma in aumento di +0,1pto rispetto a novembre 2021. I reparti registrano aumenti dell'OOS su novembre 2021 in tutti i reparti tranne nel Pet Care e Ortofrutta che registra cali rispettivamente di -0,3 e -0,1pto e la Drogheria Alimentare che resta stabile. Il tasso di OOS da inizio anno si attesta al 3,8% , in aumento di +0,3 pti rispetto al 2021, con tutti i reparti che registrano aumenti tra il +0,2pti e il +0,3pti, solo le bevande registrano un aumento più alto di quelli registrati negli altri reparti (+0,5pti).
- La % di vendite perse a novembre è pari al 4,8% in aumento di +0,1 pto sia sul mese di ottobre 2022, che sul valore di novembre 2021. I reparti mostrano comportamenti disomogenei, stabile il Cura Casa, in calo la Drogheria Alimentare, Fresco e Ortofrutta, in aumento tutti gli altri. Considerando il consolidato gennaio-novembre invece registriamo aumenti generalizzati in tutti i reparti.

Le dinamiche dei canali

- Questa tendenza è confermata anche considerando i canali. A novembre gli Ipermercati mostrano OOS in aumento di (+0,1pto) rispetto al novembre 2021 con % di OOS che si attesta al 3,8%. Nei reparti osserviamo una prevalenza di aumenti tranne Pet Care che risulta in calo di -0,8pti e il Cura Casa e Persona stabili rispetto a novembre 2021. I Super Grandi con OOS al 3,6% mostrano aumenti rispetto a novembre 2021, stabilità nel reparto della Drogheria Alimentare e cali nel Pet Care e nell'Ortofrutta. Stesso andamento per i Super Piccoli con OOS al 3,2% in aumento di +0,1pto rispetto a novembre 2021, stabile la Drogheria Alimentare e in calo il Pet Care e l'Ortofrutta.
- Il dato del consolidato Gennaio-Novembre del 2022 mostra aumenti generalizzati nelle OOS: Ipermercati (3,9% +0,1pti), Super Grandi (4% +0,3pti), i Super Piccoli (3,3% +0,2pti).
- Per quanto riguarda le vendite perse, osserviamo andamenti disomogenei tra canali nel Novembre 2022: Ipermercati (VP 5,2% +0,3pti) aumenti generalizzati in tutti i reparti con l'aumento più consistente registrato nel reparto delle Bevande (+1,1pto). I Super Grandi registrano stabilità nelle VP che si attestano al 4,5%, con andamenti non omogenei nei singoli reparti. I Super Piccoli mostrano cali con VP al 5% (-0,1pto) con andamenti disomogenei nei diversi reparti.
- Il consolidato gennaio-novembre riporta il valore delle vendite perse a totale Italia al 5,1%, in aumento rispetto al 2021 di +0,3pti. Questo andamento è confermato in tutti i canali: Iper (VP al 5% in aumento di +0,2pti), Super Grandi (VP al 5,2% in aumento di +0,4pti) e nei Super Piccoli (VP al 4,6 in aumento di +0,2pti).

OSA - Barometro

Executive Summary


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

Mese

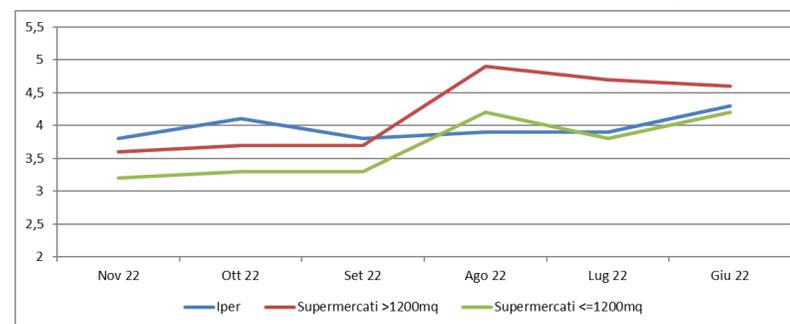
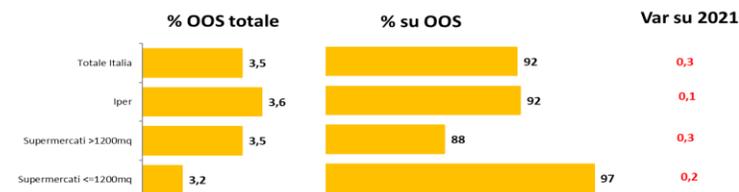
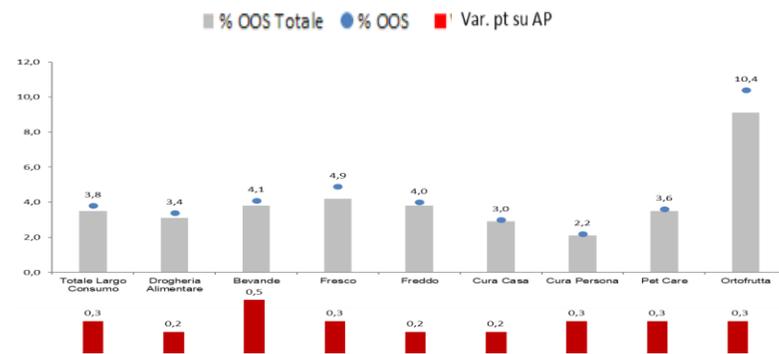
Novembre 2022

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

% OOS totale e parziale

Zero Sales al 92% in aumento sul 2021

- Negli 11 mesi del 2022 la % di OOS si è attestata al 3,8%, in aumento rispetto agli stessi mesi del 2021.
- Se esaminiamo livelli e tendenze delle due componenti dell'OOS - l'OOS totale (o *Zero Sales* - Vendite a Zero) e l'OOS parziale (o Abnormally Low Sales, Vendite Eccezionalmente Basse) osserviamo come la loro incidenza varia notevolmente tra Canali e tra Reparti, non così la tendenza.
- A totale Italia, l'incidenza dell'OOS totale è pari al 92% delle occorrenze - con picchi in particolare Cura Casa e Pet Care, mentre all'estremità opposta si collocano Fresco ed Ortofrutta con incidenze dell'86% ed 88% rispettivamente. La variazione rispetto al 2021 è compresa tra -0,2 e -0,5 pti.
- Nei canali la tendenza è confermata negli Iper, nei Super Grandi, e nei Super Piccoli.
- Nel corso dell'anno osserviamo andamenti omogenei nei super sia grandi che piccoli, con un aumento di OOS tra settembre e agosto, per poi risalire ad agosto per toccare il 4,9% nei Super Grandi e il 4,2% nei Super Piccoli, per poi scendere a novembre ed attestarsi su 3,6 per i super grandi e 3,2 nei super piccoli. Per gli Iper l'andamento è più stabile registrando a giugno un valore di 4,3 per arrivare a novembre al 3,8 con un picco ad ottobre 4,1.



Totale Italia - Anno Progressivo Gen-Novembre 2022

% OOS