

OSA - Barometro

Executive Summary
Dicembre 2019



Barometro OSA – Executive Summary

Dicembre 2019 - Out-of-Stock al 3,2% e vendite perse al 4,5%

- Nel corso del mese di dicembre 2019 il tasso di Out-of-Stock per il Largo Consumo Confezionato si è assestato al 3,2%, in diminuzione rispetto al mese di novembre (-0,3pti). I reparti registrano diminuzioni generalizzate, mentre l'Ortofrutta rimane stabile. Nel 2019 la % di OOS si attesta al 3,6% in calo di -0,1pti rispetto al 2018. Tendenza confermata anche in tutti i reparti con solo l'Ortofrutta a +0,1pti.
- La % di vendite perse a dicembre è pari al 4,5% in diminuzione rispetto al valore di 4,8% registrato a novembre. Anche per le vendite perse sono confermati gli andamenti visti per l'Out-Of-Stock. Tutti i reparti registrano cali compresi tra -0,2pti del Freddo e i -0,8pti del Pet Care. Andamento positivo anche considerando il 2019 con vendite perse al 4,8% in calo di -0,2pti rispetto al 2018. Tutti i reparti confermano diminuzioni nelle vendite perse nel 2019, solo l'Ortofrutta rimane stabile rispetto al 2018.

Le dinamiche dei canali

- A dicembre tutte le superfici registrano diminuzioni nell'Out-of-Stock. Gli Ipermercati hanno registrato diminuzioni dell'OOS rispetto all'anno passato (-0,2 pti). Tendenza confermata in tutti i reparti, solo l'Ortofrutta rimane stabile. I Super Grandi, registrano cali di -0,2pti. Cali registrati in tutti i reparti, tranne nell'Ortofrutta che segna +0,1pti, mentre il reparto che performa meglio è il Pet Care con -0,4pti, con il settore del Gatto che fa registrare le migliori performance (-0,5pti). I Super Piccoli sono anch'essi in calo di -0,3 pti, con l'Ortofrutta stabile, mentre gli altri reparti registrano cali tra -0,4 e -0,5 pti.
- Andamento confermato anche per quanto riguarda le vendite perse che risultano negli Iper a 4,8%(-0,8pti), calo confermato in tutti i reparti. Il calo maggiore si registra nel Pet Care (-1pti); calo di 0,3pti nei Super Grandi (VP al 4,3%) anche qui calo confermato in tutti i reparti tranne nel Cura Casa che risulta stabile. Super piccoli in calo di 0,6 pti (VP al 4,4%) cali generalizzati in tutti i reparti, con i prodotti dietetici e salutistici che registrano le migliori performance con -1,2 pti. Nel Fresco, se pur in calo di -0,5pti, gli altri prodotti freschi e le uova fresche registrano a dicembre un aumento rispettivamente di +0,2 e +0,1 pti.

OSA - Barometro

Executive Summary



Dettaglio

Legenda

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

% OOS

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

- Nel 2019 la % di OOS è stata pari al 3,6%. Se distinguiamo la % di OOS accaduto in condizioni regolari, rispetto alle condizioni promozionali osserviamo due situazioni significativamente differenti.
 - In condizioni normali il tasso di OOS sale al 4% con punte pari all'11,1% per l'Ortofrutta e del 5,3% 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 (2,4%).
- 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.

