

# OSA - Barometro

Executive Summary  
Agosto 2022



# Barometro OSA – Executive Summary

## Agosto 2022- Out-of-Stock al 4,5% e Vendite Perse al 6,6%

- Nel mese di Agosto 2022 il tasso di Out-of-Stock per il Largo Consumo Confezionato è stato pari al 4,5%, in aumento sia rispetto allo scorso anno (+0,4 pti) che rispetto a Luglio (+0,2pti). I reparti mostrano aumenti generalizzati nei tassi di OOS rispetto allo stesso mese dell'anno precedente, solo l'ortofrutta è in calo di -0,4pti. Stesso andamento in aumento su tutti i reparti anche considerando il progressivo. il Largo Consumo Confezionato risulta in aumento di +0,2pti (%OOS 3,8%). Aumenti tutti tra lo 0,2 e 0,3 pti, solo il Pet Care e le Bevande registrano aumenti di +0,4pti.
- La % di vendite perse risultano in calo rispetto allo scorso anno (-0,1pto VP al 6,6%) mentre in aumento rispetto al mese di Luglio (+1Pto).

## Le dinamiche dei canali

- Analizzando i canali, osserviamo per il mese di Agosto un aumento nei canali Super sia grandi che piccolo mentre riscontriamo stabilità negli Iper. Quindi Iper stabili con OOS al 3,9%. Stabilità confermata nei reparti Freddo, Cura Casa e Pet Care, aumenti nei reparti Bevande e Cura Persona mentre risultano in calo la Drogheria Alimentare, il Fresco e l'ortofrutta. I Super Grandi in aumento di +0,4pti, aumenti confermati in tutti i reparti ad eccezione delle dell'Ortofrutta che è in calo (-0,4pti). Osserviamo lo stesso andamento nelle superfici più piccole con OOS al 4,2% in aumento di +0,5Pti su Agosto 2021. Tutti i reparti registrano aumenti tra +0,2pti della Drogheria Alimentare e il +1,9pti delle Bevande. Nelle Bevande l'aumento maggiore lo riscontriamo nell'acqua con OOS al 14,6% in aumento di +7,7Pti rispetto ad Agosto dello scorso anno, nello specifico l'Acqua Gassata registra un aumento di +18,5 punti, registrando OOS al 24,8%. Solo l'Ortofrutta registra cali di -0,2 pti.
- Per quanto riguarda le Vendite Perse, tutti i canali registrano comportamenti disomogenei. Il peso nell'Ipermercato si attesta ad Agosto 2022 al 5%, in calo su Agosto 2021 (-0,6pti) e in aumento di +0,6pti su Luglio 2022. I Supermercati Grandi (7,5%) risultano stabili rispetto ad Agosto dello scorso anno, ma in aumento su Luglio di +1,3pti. I Super Piccoli (6%) in aumento sia su Luglio (+0,7pti) che su Agosto dell'anno precedente (+0,5pti).

## OSA - Barometro

### Executive Summary

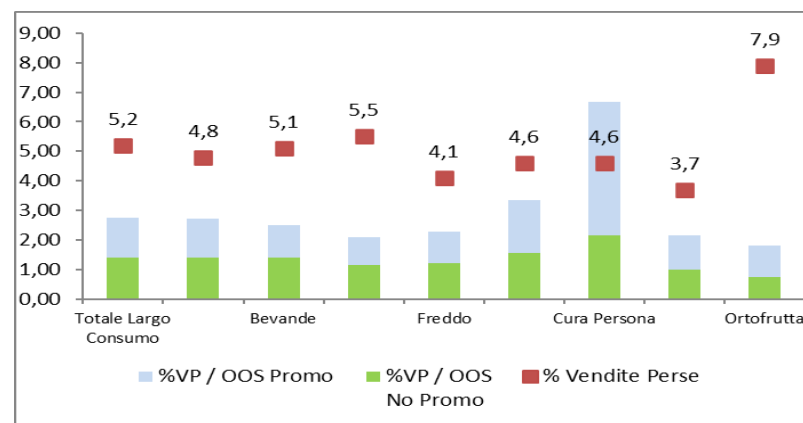
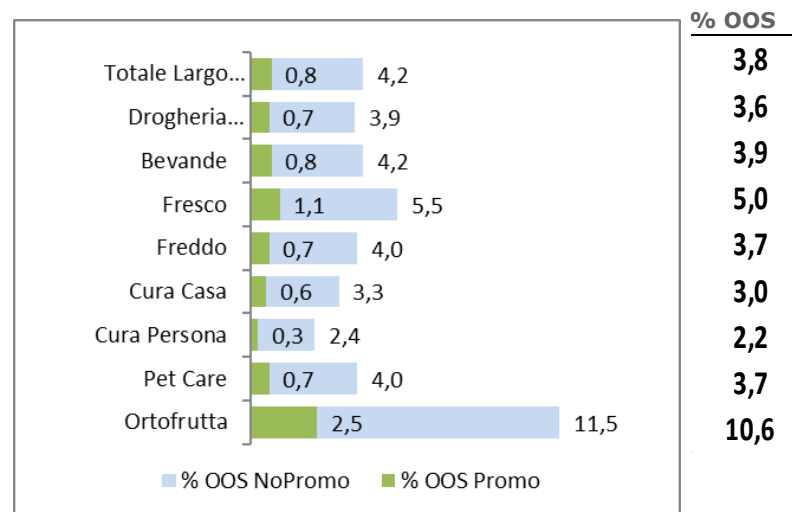

[Dettaglio](#)
[Legenda](#)

Mese	Agosto 2022							
	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>4,5</b>	<b>6,6</b>	<b>3,9</b>	<b>5,0</b>	<b>4,9</b>	<b>7,5</b>	<b>4,2</b>	<b>6,0</b>
Drogheria Alimentare	4,2	6,4	3,8	4,8	4,7	7,3	3,7	5,6
Bevande	5,4	6,6	4,9	5,5	5,6	7,2	5,3	6,1
Fresco	5,9	7,6	5,1	5,2	6,4	8,8	5,5	6,6
Freddo	4,6	4,8	4,7	4,2	4,8	4,9	4,3	5,1
Cura Casa	3,5	6,2	3,3	4,8	4,1	7,1	2,7	5,3
Cura Persona	2,4	5,4	2,3	4,2	2,7	6,1	1,9	5,3
Pet Care	3,8	4,4	3,2	3,5	4,2	4,9	3,7	3,8
Ortofrutta	10,4	7,2	9,4	5,8	11,2	7,9	9,7	6,7

# % OOS

## OOS al 4,2% in condizioni regolari, solo 0,8% in promo

- Negli 8 mesi del 2022 la % di OOS è stata pari al 3,8%: 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 4,2% con punte superiori all'11,5% 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 0,8%, con comportamenti molto simili tra i reparti – con l'eccezione dell'Ortofrutta spostata su livelli molto superiori (2,5%) e Fresco (1,1%)
- Le condizioni promozionali sono considerate a livello di GTIN(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-Agosto 2022