

OSA - Barometro

Executive Summary
Luglio 2019



Barometro OSA – Executive Summary

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

- Nel mese di luglio 2019 il tasso di Out-of-Stock per il Largo Consumo Confezionato è stato pari al 4,5%, in aumento rispetto allo scorso anno (+0,3 pti) e in aumento anche rispetto al mese di giugno (4,2%). I reparti mostrano aumenti generalizzati nei tassi di OOS rispetto allo stesso mese dell'anno precedente; in calo solo il Cura Casa (-0,1pt) e il Freddo (-0,2pt).
- La % di vendite perse risulta stabile rispetto allo scorso anno, in aumento rispetto al mese di Giugno di +0,3pt.

Le Dinamiche dei Canali

- Analizzando i canali, osserviamo comportamenti omogenei. Nel mese di luglio riscontriamo aumenti generalizzati in tutti i canali solo i Super Piccoli risultano stabili. Negli Iper, riscontriamo un aumento di 0,7pti rispetto allo stesso mese dell'anno passato portando l'OOS a 5,6%. Anche i singoli reparti mostrano aumenti generalizzati, che vanno da +0,1pti del Freddo a +1,1pti della Drogheria Alimentare. In aumento i Super Grandi (con OOS che si attesta al 4,5%), in aumento di +0,1pti. In aumento anche i reparti del Pet Care e dell'Ortofrutta (entrambi registrano un +0,2pti) e della Drogheria Alimentare (con +0,3pti), stabili le Bevande e il Fresco; in calo il Freddo (-0,4pti), il Cura Casa (-0,2pti) e il Cura Persona (-0,1pti). Stabili i Super Piccoli, stabilità confermata anche nei reparti Cura Casa e Persona, mentre in aumento la Drogheria Alimentare, il Fresco, il Pet Care (+0,1pti rispettivamente) e l'Ortofrutta (+0,2pti). In calo solo le Bevande (-0,1pti) e il Freddo (-0,2pti).
- In quanto a vendite perse, il peso nell'Ipermercato si attesta al 6,1%, in diminuzione su giugno (-0,1pti) e in aumento sul 2018 (+0,2pti). I Supermercati Grandi (5,1%) risultano in calo per quanto riguarda le vendite perse rispetto a luglio 2018 (-0,1pti), mentre su giugno risultano in aumento (+0,4pti). I Super Piccoli (4,4%) in aumento su giugno (4,2%) e in calo rispetto all'anno precedente -0,1 pti.

OSA - Barometro

Executive Summary

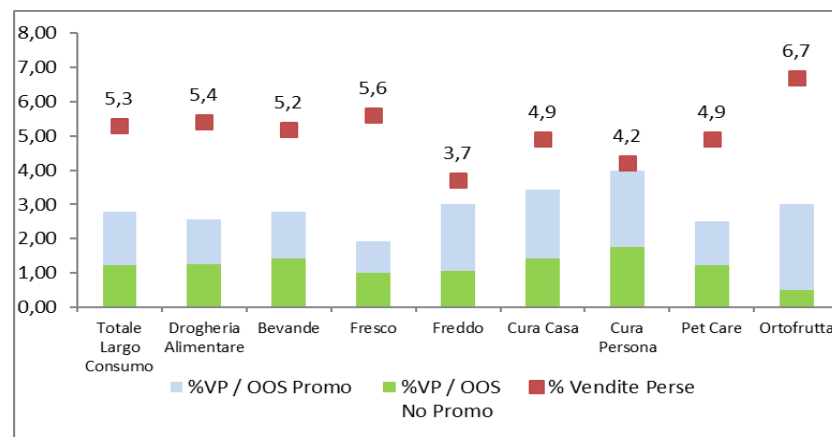
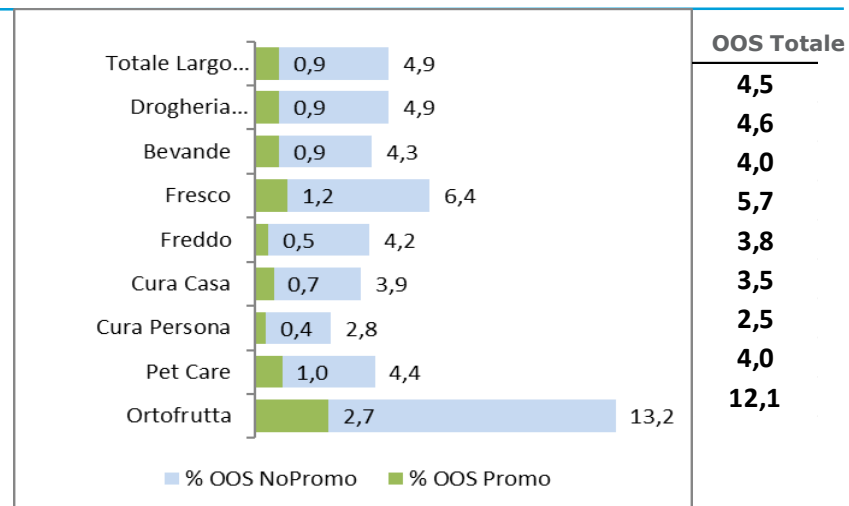

[Dettaglio](#)
[Legenda](#)

Mese	Luglio 2019							
	Totale Italia		Ipermercati		Supermercati >1200mq		Supermercati <=1200mq	
	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse
Totale Largo Consumo	4,5	5,3	5,6	6,1	4,5	5,1	3,5	4,4
Drogheria Alimentare	4,6	5,4	6,0	6,2	4,7	5,2	3,5	4,4
Bevande	4,0	5,2	5,3	6,2	4,0	4,9	3,1	4,3
Fresco	5,7	5,6	6,8	6,6	5,8	5,4	4,9	4,7
Freddo	3,8	3,7	5,3	5,1	3,8	3,3	2,9	3,2
Cura Casa	3,5	4,9	5,0	5,9	3,6	4,4	2,3	4,0
Cura Persona	2,5	4,2	3,5	4,7	2,4	3,9	1,5	3,8
Pet Care	4,0	4,9	4,7	6,0	4,1	4,5	3,3	3,8
Ortofrutta	12,1	6,7	14,9	7,4	12,5	7,1	10,1	5,2

% OOS

OOS al 4,5% in condizioni regolari, solo 0,9% in promo

- Nel mese di luglio 2019 la % di OOS è stata pari al 4,5%. 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 4,9% con punte superiori al 13,2% per l'Ortofrutta e del 6,4% 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 (2,7%) e Fresco (1,2%).
- 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-Luglio 2019