

OSA - Barometro

Executive Summary
Giugno 2020



Barometro OSA – Executive Summary

Giugno 2020 - Out-of-Stock al 4,4% e vendite perse al 5,2%

- Nel corso del mese di giugno 2020 il tasso di Out-of-Stock per il Largo Consumo Confezionato si è assestato al 4,4%, in aumento rispetto al mese di Maggio (+0,4pti). I reparti registrano aumenti generalizzati, mentre l'Ortofrutta registra un calo di -0,1pti. Nei primi sei mesi dell'anno 2020 la % di OOS si attesta al 4% in aumento di +0,3pti rispetto ai primi sei mesi del 2019. Tendenza confermata anche in tutti i reparti.
 - La % di vendite perse a giugno sono al 5,2% in aumento rispetto al valore di 4% registrato a maggio. Anche per le vendite perse sono confermati gli andamenti visti per le OOS. Tutti i reparti registrano aumenti compresi tra +0,2 pti del Fresco e il +1,3pti del Cura Persona. Pet Care in calo di -0,4pti e stabile l'Ortofrutta. Andamento negativo anche considerando i primi sei mesi del 2020 con vendite perse al 5,2% in aumento di +0,3pti rispetto al 2019. Tutti i reparti confermano gli aumenti nelle vendite perse nel 2020, solo l'Ortofrutta, Freddo e Cura Casa mostrano cali rispetto al 2019.
-

Le dinamiche dei canali

- A giugno tutte le superfici registrano aumenti nell'OOS. Gli Ipermercati hanno registrato aumenti dell'OOS rispetto all'anno passato (+0,1 pti). Tendenza variabile nei reparti, con l'Ortofrutta, Pet Care e Drogheria Alimentare che registrano diminuzioni nell'OOS; il Fresco rimane stabile, mentre tutti gli altri reparti registrano aumenti. I Super Grandi registrano aumenti di mezzo punto. Aumenti registrati in tutti i reparti, ad eccezione dell'Ortofrutta che mostra una diminuzione di -0,6Pti. I Super Piccoli anch'essi in aumento di +1,1Pto, tutti i reparti confermano la stessa tendenza, con aumenti che vanno dal +0,8pti dell'Ortofrutta e del Pet Care al +1,7 del Freddo.
- Andamento confermato anche per quanto riguarda le vendite perse che risultano negli Iper a 5,8%(+0,1pti), i reparti mostrano aumenti nelle Bevande, Cura Casa e Cura Persona, mentre gli altri reparti mostrano cali nelle vendite perse. Il calo maggiore si registra nel Pet Care (-0,6pti). Aumento di 0,4pti nei Super Grandi (VP al 5%) aumenti confermati in tutti i reparti tranne nel Pet Care (-0,3pti) e Ortofrutta (-0,5pti). I Super Piccoli mostrano aumenti più consistenti rispetto agli altri formati (+1,1pti VP al 5,2%) aumenti generalizzati in tutti i reparti, solo il Pet Care risulta stabile. Il reparto con l'aumento più consistente è quello delle Bevande (+1,7pti), seguito dal Cura Persona (+1,3pti).

OSA - Barometro

Executive Summary

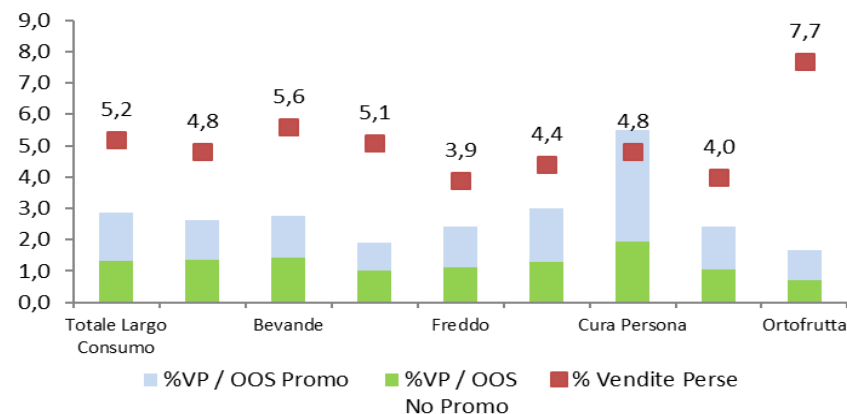
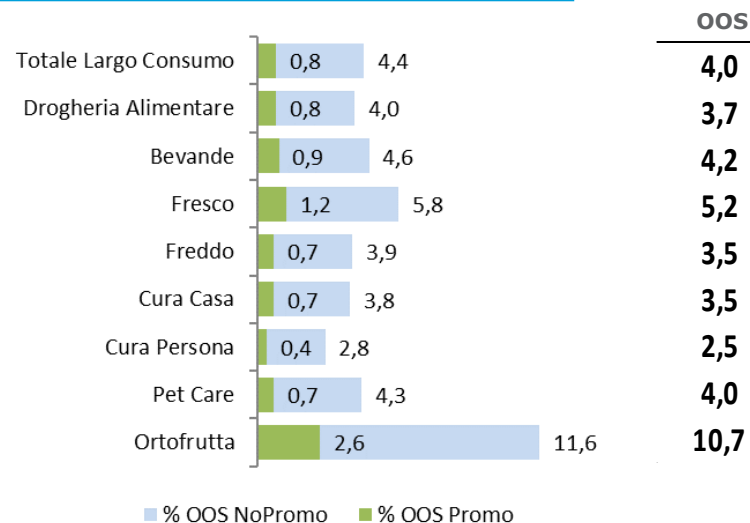

[Dettaglio](#)
[Legenda](#)

Mese	Giugno 2020							
	Totale Italia		Ipermercati		Supermercati >1200mq		Supermercati <=1200mq	
	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse
Totale Largo Consumo	4,4	5,2	4,6	5,8	4,3	5,0	4,3	5,2
Drogheria Alimentare	4,3	4,9	4,7	5,6	4,2	4,6	4,2	4,7
Bevande	4,0	5,7	4,3	6,3	3,8	5,3	3,9	5,8
Fresco	5,5	5,1	5,6	5,6	5,5	4,9	5,6	5,2
Freddo	4,4	4,6	5,0	4,9	4,3	4,6	4,2	4,2
Cura Casa	3,9	5,1	4,5	5,7	3,8	4,9	3,6	4,5
Cura Persona	2,5	5,0	2,7	5,2	2,4	5,0	2,2	4,5
Pet Care	3,6	3,2	3,6	3,6	3,5	3,0	3,9	3,2
Ortofrutta	11,6	7,7	11,8	8,7	11,9	7,4	11,0	7,7

% OOS

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

- Nel 2020 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 pari al 11,6% per l'Ortofrutta e del 5,8% 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 (2,6%).
- 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.



Totale Italia - Anno Progressivo Gennaio-Giugno 2020