



OSA Barometro

Executive Summary

Marzo 2023



Barometro OSA – Executive Summary



Marzo 2023- Out-of-Stock al 3,3% e Vendite Perse al 4,6%

Nel mese di Marzo 2023 il Tasso di Out-of-Stock per il Largo Consumo Confezionato è stato pari al 3,3%, in calo rispetto allo scorso anno (-0,1 pts) mentre risulta stabile rispetto a Febbraio 2023. I reparti mostrano cali generalizzati nei tassi di OOS rispetto allo stesso mese dell'anno precedente con cali che vanno da -0,1pts del Cura Casa a -0,3pts del Fresco. Stabile la Drogheria Alimentare, Le Bevande e il Cura Persona. In aumento solo l'Ortofrutta. Analizzando il progressivo osserviamo un diverso andamento, aumento rispetto al progressivo 2022 di +0,2pts con aumenti generalizzati in quasi tutti i reparti; stabili il Cura Casa e il Cura Persona, in calo solo il Pet Care.

La % di vendite perse risulta in aumento rispetto allo scorso anno (+0,3pts) in aumento anche rispetto al progressivo 2023 (+0,6pts) e rispetto anche a Febbraio 2023 +0,3pts.

Le Dinamiche dei Canali

Analizzando i canali, osserviamo per il mese di Marzo cali negli Iper e Super Piccoli, mentre stabilità nei Super Grandi. Iper in calo di -0,1pts (OOS al 3,8%): cali confermati in tutti i reparti, tranne per l'Ortofrutta e il Cura Persona (con aumenti rispettivamente pari a +0,5 e +0,1pts), stabili Drogheria Alimentare e Bevande. Super Grandi risultano stabili rispetto a Marzo del 2022 (3,5%OOS). Stabilità confermata anche nei reparti della Drogheria Alimentare, Bevande e Ortofrutta, in calo tutti gli altri reparti. Le superfici piccole mostrano OOS al 2,7% in calo di -0,1pts con solo il reparto dell'Ortofrutta in aumento di +0,1pts. In calo i reparti del Freddo, Fresco e Pet Care, tutti gli altri stabili.

Andamento diverso se osserviamo le Vendite Perse. Il peso nell'Ipermercato si attesta al 4,9%, in aumento sia su Marzo 2022 (+0,3pts), che su Febbraio 2023 (+0,6pts). I Supermercati Grandi registrano Vendite perse al 4,6% in aumento sia Marzo 2023 di +0,3pts che su Febbraio 2023 di +0,2pts. I Super Piccoli (4%) risultano stabili su Marzo 2022 e in aumento di +0,1pts su Febbraio 2023.

Executive Summary – Tavole di Sintesi



	Totale Italia		% OOS					Totale Italia	
	AT22	AP22	Mar 23	Feb 23	Gen 23	Dic 22	Nov 22	Ott 22	
Totale Largo Consumo ▲	3,3	3,5	3,3	3,3	3,7	3,5	3,5	3,7	
Drogheria Alimentare	3,0	3,1	2,9	2,9	3,5	2,8	2,7	2,8	
Bevande	3,5	3,7	3,4	3,7	4,1	4,2	4,5	4,9	
Fresco	4,4	4,5	4,3	4,2	5,0	4,9	4,7	4,6	
Freddo	3,0	3,2	3,0	3,0	3,6	4,2	4,6	5,8	
Cura Casa	2,8	2,8	2,9	2,9	2,5	2,9	2,8	3,1	
Cura Persona	2,1	2,1	2,2	2,2	1,9	2,1	2,2	2,4	
Pet Care	3,8	3,6	3,5	3,9	3,5	3,2	3,1	3,1	
Ortofrutta	9,1	9,7	9,5	9,7	10,0	10,5	10,1	10,3	

	Totale Italia		% Vendite perse					Totale Italia	
	AT22	AP22	Mar 23	Feb 23	Gen 23	Dic 22	Nov 22	Ott 22	
Totale Largo Consumo ▲	4,1	4,7	4,6	4,3	5,4	5,2	4,8	4,7	
Drogheria Alimentare	3,5	4,3	4,1	3,8	4,9	4,3	4,1	4,0	
Bevande	3,7	4,6	4,4	4,0	5,6	5,8	5,9	5,2	
Fresco	4,3	4,7	4,5	4,1	5,7	5,5	4,9	5,1	
Freddo	3,4	3,9	3,8	3,6	4,4	4,7	4,3	4,8	
Cura Casa	3,7	4,2	4,2	4,1	4,2	5,0	4,0	4,0	
Cura Persona	4,4	4,7	4,8	5,1	4,4	4,1	4,0	4,2	
Pet Care	3,2	3,7	3,5	3,7	3,8	3,7	3,3	3,4	
Ortofrutta	6,7	7,9	7,7	7,9	8,2	9,1	7,5	6,7	

Note di periodo

AT22- Gen-Dic 2022

AP23- Gen-Mar 2023

% OOS

OOS al 3,8% in condizioni regolari, solo 0,7% in promo

Nei primi 3 mesi del 2023 la % di OOS è stata pari al 3,5%: 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 3,8% con punte superiori al 10,5% per l'Ortofrutta e del 5% per il Fresco.
- In condizioni promozionali la probabilità di trovare un prodotto fuori stock si riduce drasticamente scendendo allo 0,7%, con comportamenti molto simili tra i reparti – con l'eccezione dell'Ortofrutta spostata su livelli molto superiori (2,6%) e Fresco (1,1%)

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»

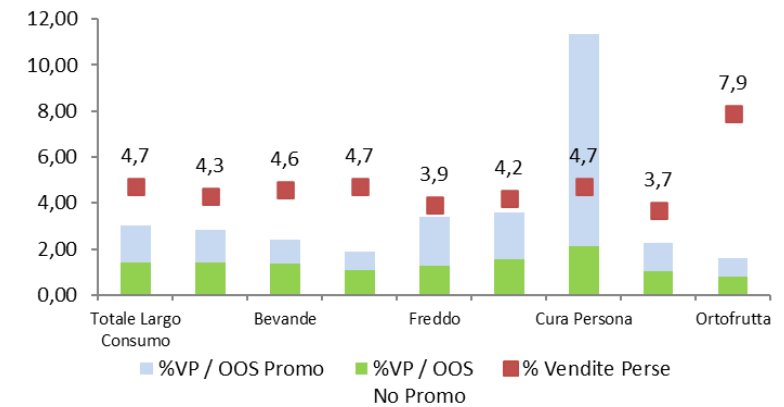
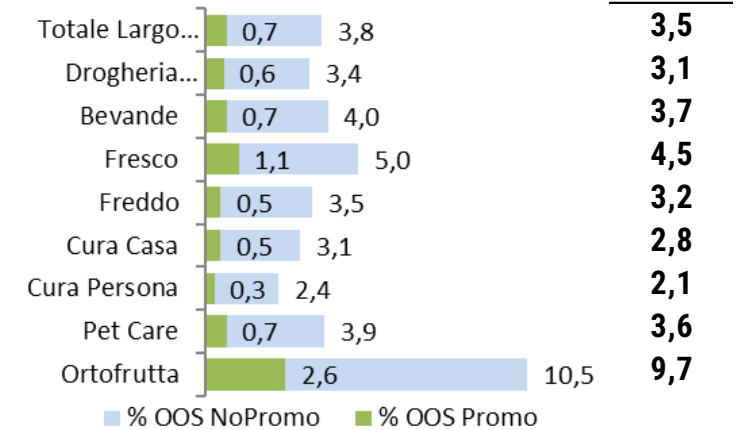
L'attenzione allo stock e al replenishment in condizioni promozionali può essere uno dei motivi del tasso di OOS Promo inferiore al regolare, insieme alla progressiva riduzione dell'efficacia promozionale che comporta vendite eccezionalmente alte in un numero sempre minore di casi.

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.



% OOS



Totale Italia - Anno Progressivo Gen-Marzo 2023