

OSA - Barometro

Executive Summary
Marzo 2022



Barometro OSA – Executive Summary

Marzo 2022- Out-of-Stock al 3,4% e vendite perse al 4,3%

- Nel mese di marzo 2022 il tasso di Out-of-Stock (OOS) per il Largo Consumo Confezionato è stato pari al 3,4%, in aumento rispetto allo scorso anno (+0,2 pti) mentre risulta stabile rispetto a febbraio 2022. I reparti mostrano aumenti generalizzati nei tassi di OOS rispetto allo stesso mese dell'anno precedente con aumenti che vanno da +0,1pti delle Bevande a +0,6pti del Fresco. Stabile solo la Drogheria Alimentare. Analizzando il progressivo osserviamo un diverso andamento, stabilità rispetto al progressivo 2021 stabili anche il Fresco e il Cura Casa, in calo la Drogheria Alimentare mentre in aumento tutti gli altri reparti.
- La % di vendite perse risulta in aumento rispetto allo scorso anno (+0,4pti) in aumento anche rispetto al progressivo 2021 (+0,1pto) e rispetto anche a febbraio 2022 +0,2pti.

Le dinamiche dei canali

- Analizzando i canali, osserviamo per il mese di marzo aumenti generalizzati in tutti i canali. Iper in aumento di +0,1pto (OOS al 3,9%). Aumenti confermati in tutti i reparti, tranne per la Drogheria Alimentare, Bevande e Cura Casa tutte in calo di -0,1pto. Il Fresco registra l'aumento più alto tra i reparti con +0,7pti. Super Grandi in aumento di +0,2pti (OOS al 3,5%), con aumenti confermati in tutti i reparti. Anche le superfici piccole mostrano lo stesso andamento (OOS al 2,8%) in aumento di +0,1pto con Drogheria Alimentare e Cura Casa stabili.
- Anche per quanto riguarda le vendite perse, tutti i canali registrano comportamenti omogenei. Il peso nell'Ipermercato si attesta al 4,6%, in aumento su febbraio 2022 (+0,2pti), mentre risulta stabile su marzo 2021. I Supermercati Grandi registrano vendite perse al 4,3% in aumento su marzo 2021 di 0,5pti e in aumento su febbraio 2022 di +0,3pti. I Super Piccoli (4%) in aumento sia su febbraio 2022 (+0,1pto) che sull'anno precedente di +0,4pti.

OSA - Barometro

Executive Summary


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

Mese	Marzo 2022							
	Totale Italia		Ipermercati		Supermercati >1200mq		Supermercati <=1200mq	
	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse
Totale Largo Consumo	3,4	4,3	3,9	4,6	3,5	4,3	2,8	4,0
Drogheria Alimentare	2,9	3,5	3,5	4,0	3,1	3,4	2,3	3,3
Bevande	3,4	3,9	3,9	4,1	3,5	3,9	3,0	3,8
Fresco	4,6	4,5	5,4	4,8	4,7	4,5	3,9	4,0
Freddo	3,2	3,8	4,1	4,4	3,4	3,7	2,4	3,4
Cura Casa	3,0	4,1	3,7	4,3	3,3	4,1	2,1	3,4
Cura Persona	2,2	4,1	2,4	4,0	2,5	4,3	1,5	3,4
Pet Care	3,7	3,1	4,0	3,3	3,8	3,1	3,5	2,9
Ortofrutta	9,4	7,9	9,7	8,8	10,1	7,9	8,2	7,0

% OOS

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

- Nei primi 3 mesi del 2022 la % di OOS è stata pari al 3,3%. 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 3,7% con punte superiori al 9,9% 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 (2,4%) e Fresco (1%)
- 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 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.

