

OSA - Barometro

Executive Summary
Luglio 2022



Barometro OSA – Executive Summary

Luglio 2022- Out-of-Stock al 4,3% e Vendite Perse al 5,6%

- Nel mese di Luglio 2022 il Tasso di Out-of-Stock per il Largo Consumo Confezionato è stato pari al 4,3%, in aumento sia rispetto a luglio del 2021 (+0,5pti) ed in calo rispetto al mese di Giugno (-0,1pto). I reparti mostrano aumenti generalizzati nei tassi di OOS rispetto allo stesso mese dell'anno precedente che vanno da +0,3pti del Fresco sino a +0,7pti del reparto Freddo. Solo l'Ortofrutta resta stabile.
- La % di vendite perse risultano in aumento rispetto allo scorso anno (+0,3Pti), mentre restano stabili rispetto al mese di Giugno 2022. L'aumento registrato a luglio 2022 rispetto allo scorso anno si registra anche in tutti i reparti, con le sole Bevande e l'Ortofrutta che risultano stabili.

Le Dinamiche dei Canali

- Analizzando i canali, osserviamo comportamenti omogenei nei Super sia Grandi che piccoli. Mentre gli Iper registrano cali nel mese di Luglio. Gli Iper, infatti registrano un tasso di OOS al 3,9% in calo di -0,1 pto rispetto a luglio 2021. Mentre nei reparti registriamo andamenti non omogenei. In calo la Drogheria Alimentare (-0,1pto), così come il Pet Care (-0,1pto) il Fresco (-0,3pti) e l'Ortofrutta (-0,9pti), stabili le Bevande e il Cura Casa, in aumento Il Freddo e il Cura Persona (entrambi di +0,3pti) I Super Grandi registrano OOS al 4,7% in aumento di +0,6pti, con tutti i reparti in aumento tranne l'Ortofrutta che resta stabile. I Super Piccoli mostrano OOS al 3,8% in aumento di +0,5pti rispetto a luglio 2021, tutti i reparti registrano aumenti, con le Bevande che registrano l'aumento più alto di +0,7pti con il settore dell'Acqua che mostra l'aumento più cospicuo +2,7pti, e solo le Birre risultano in calo di -0,2pti.
- In quanto a Vendite Perse, il peso nell'Ipermercato si attesta al 4,4%, in calo sia su Giugno (-0,9) che sul 2021 (-0,5pti). I Supermercati Grandi (6,2%) risultano in aumento per quanto riguarda le vendite perse sia rispetto al Luglio 2021 (+0,6pti) che su Giugno (+0,3pti). I Super Piccoli (5,3%) in aumento sia su Giugno (+0,6pti) che rispetto all'anno precedente +0,7pti.

OSA - Barometro

Executive Summary


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

Mese	Luglio 2022							
	Totale Italia		Ipermercati		Supermercati >1200mq		Supermercati <=1200mq	
	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse
Totale Largo Consumo	4,3	5,6	3,9	4,4	4,7	6,2	3,8	5,3
Drogheria Alimentare	4,3	6,0	4,1	4,5	4,9	6,8	3,7	5,4
Bevande	4,1	5,6	3,9	4,4	4,4	6,1	3,9	5,7
Fresco	5,4	5,9	5,0	4,6	5,9	6,6	4,8	5,3
Freddo	4,4	4,1	4,7	3,5	4,7	4,3	3,7	4,2
Cura Casa	3,4	5,2	3,3	4,1	3,9	5,8	2,6	4,7
Cura Persona	2,1	4,4	2,0	3,4	2,4	4,8	1,7	4,7
Pet Care	3,9	4,6	3,3	3,5	4,3	5,1	3,7	4,4
Ortofrutta	10,8	6,1	10,5	5,8	11,6	6,5	9,9	5,1

% OOS

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

- Nei 7 mesi del 2022 la % di OOS è stata pari al 3,7%: 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 4,1% con punte superiori al 11,6% per l'Ortofrutta e del 5,4% 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 (2,6%) 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.

