

# OSA - Barometro

Executive Summary  
Novembre 2021



# Barometro OSA – Executive Summary

## Novembre 2021 - Out-of-Stock al 3,4% e Vendite Perse al 4,7%

- Il mese di novembre 2021 segna un tasso di Out-of-Stock per il Largo Consumo Confezionato pari al 3,4%, in aumento di 0,1 pto rispetto al mese di ottobre 2021, ma in calo rispetto a Novembre 2020. I reparti registrano comportamenti diversi: aumenti dell'OOS su Novembre 2020 nei reparti del Freddo, Pet Care e Ortofrutta, cali nel Cura Casa, Cura Persona e Drogheria Alimentare. Mentre registrano stabilità nelle Bevande e nel Fresco. Il tasso di OOS da inizio anno si attesta al 3,5% , in calo di -0,4 pti rispetto al 2020, con tutti i reparti che registrano cali tra il -0,2pti dell'Ortofrutta e i -0,7pti del Cura Casa.
- La % di Vendite Perse a Novembre 2021 è pari al 4,7% in aumento di +0,4 pti sul mese di ottobre 2021, ma in calo di -0,3 pti sul valore di novembre 2020. I Reparti mostrano comportamenti omogenei, tutti in calo, ad eccezione dell'Ortofrutta (+0,9pti), e del Fresco che risulta stabile. In calo anche considerando il consolidato Gennaio-Novembre, con tutti i reparti che confermano questa tendenza.

## Le dinamiche dei canali

- A novembre 2021 il canale Ipermercati mostra OOS in calo di (-0,7pti) rispetto al novembre 2020 con % di OOS che si attesta al 3,7%. Nei reparti osserviamo una prevalenza di cali tranne il freddo, che registra un aumento di +0,1pto mentre il Pet Care e l'Ortofrutta risultano stabili. I Super Grandi con OOS al 3,5% mostrano stabilità rispetto a novembre 2020, stabilità confermata anche nel reparto delle Bevande, mentre Fresco, Freddo, Pet Care e Ortofrutta risultano in aumento; Drogheria Alimentare, Cura Casa e Cura Persona in calo sempre su Novembre 2020. Stesso andamento per i Super Piccoli, stabili rispetto a novembre 2020 con OOS che si attestano al 3,1%, stabilità confermata anche nella Drogheria Alimentare e Pet Care. Cali registrati nel Cura Casa e Cura Persona, aumenti negli altri reparti.
- Il dato del consolidato gennaio-novembre del 2021 mostra cali generalizzati nelle OOS: Ipermercati (3,7% -0,9pti), Super Grandi (3,7% -0,3pti), i Super Piccoli (3,1% -0,4pti).
- Per quanto riguarda le vendite perse, osserviamo andamenti disomogenei nel novembre 2021: Ipermercati (VP 4,9% -1,6pti) cali generalizzati in tutti i reparti con il calo più consistente registrato Cura Persona (-2,5pti). I Super Grandi registrano stabilità nelle VP che si attestano al 4,5%, con andamenti non omogenei nei singoli reparti. I Super Piccoli mostrano aumenti con VP al 5,1% (+0,7pti) con aumenti generalizzati in tutti i reparti ad eccezione del Pet Care e il Cura Persona in calo rispettivamente di -0,3pti e -0,6Pti.
- Il consolidato gennaio-novembre riporta il valore delle Vendite Perse a totale Italia al 4,7%, in calo rispetto al 2020 di -0,4pti. Questo andamento è confermato in tutti i canali: Iper (VP al 4,8 in calo di -1,1pti), Super Grandi (VP al 4,8% in calo di -0,1pto) e nei Super Piccoli (VP al 4,4 in calo di -0,2pti).

## OSA - Barometro

### Executive Summary


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

Mese

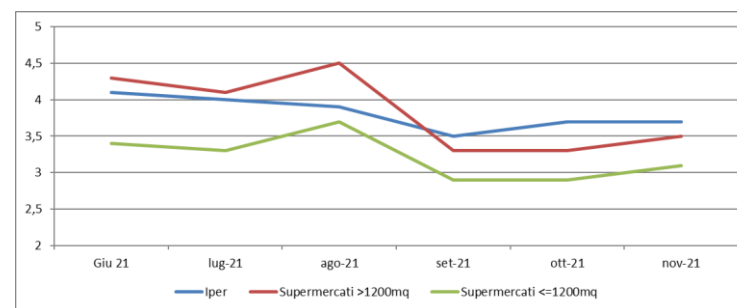
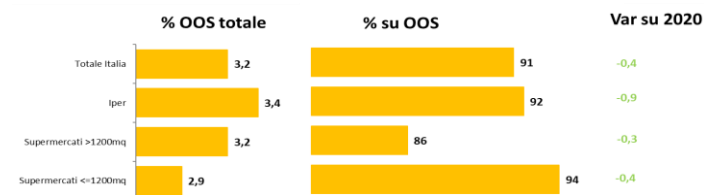
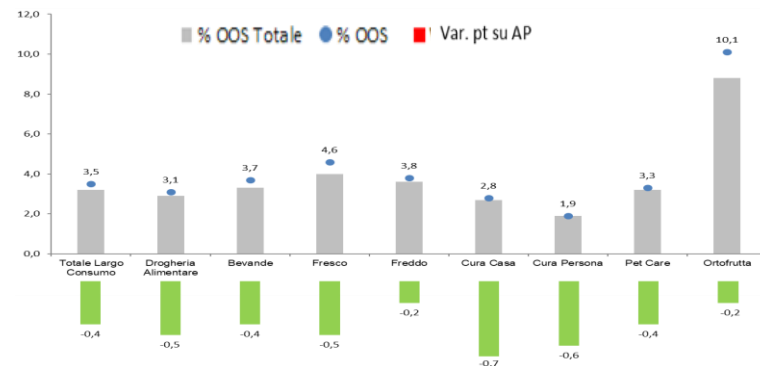
Novembre 2021

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

# % OOS totale e parziale

## Zero Sales al 91% in calo sul 2020

- Negli 11 mesi del 2021 la % di OOS si è attestata al 3,5%, in calo rispetto agli stessi mesi del 2020.
- Se esaminiamo livelli e tendenze delle due componenti dell'OOS - l'OOS Totale (o *Zero Sales* - Vendite a Zero) e l'OOS Parziale (o Abnormally Low Sales, Vendite Eccezionalmente Basse) osserviamo come la loro incidenza varia notevolmente tra Canali e tra Reparti, non così la tendenza.
- A Totale Italia, l'incidenza dell'OOS Totale è pari al 91% delle occorrenze - con picchi in particolare Cura Persona e Pet Care, mentre all'estremità opposta si collocano l'Ortofrutta ed il Fresco con incidenze dell'87% in entrambe. La variazione rispetto al 2020 è compresa tra -0,2 e -0,7 pts.
- Nei canali la tendenza è confermata negli Iper nei Super Grandi, e nei Super Piccoli.
- Nel corso dell'anno osserviamo andamenti omogenei nei super sia grandi che piccoli, con un calo di OOS tra giugno e luglio, per poi risalire ad agosto per toccare il 4,5% nei Super Grandi e il 3,7% nei Super Piccoli, per poi scendere a settembre e rimanere pressoché stabile sino a novembre. Negli Iper osserviamo un calo pressoché costante dai valori di 4,1 di giugno, tocca il 3,5 a settembre per poi stabilizzarsi al 3,7 a novembre.



Totale Italia - Anno Progressivo Gen-Novembre 2021

% OOS

