

OSA - Barometro

Executive Summary
Dicembre 2021



Barometro OSA – Executive Summary

Dicembre 2021 - Out-of-Stock al 3,2% e Vendite Perse al 4,6%

- Nel corso del mese di dicembre 2021 il tasso di Out-of-Stock per il Largo Consumo Confezionato si è assestato al 3,2%, in calo rispetto al mese di novembre (-0,2pti) ma in aumento rispetto al Dicembre 2020. I reparti registrano aumenti generalizzati, mentre il Cura Casa e il Cura Persona calano di -0,3pti ciascuno e la Drogheria Alimentare resta stabile. L'anno 2021 al contrario si chiude con la % di OOS al 3,5% in calo di -0,4pti rispetto all'anno 2020. Tendenza confermata anche in tutti i reparti, con cali che vanno da -0,2 dell'Ortofrutta al -0,7pti del Cura Casa.
- La % di Vendite Perse a dicembre sono pari al 4,6% in calo di -0,1pti registrato a novembre. Anche per le vendite perse sono confermati gli andamenti visti per l'OOS. Tutti i reparti registrano aumenti che vanno da +0,3pti del Pet Care al +1,5Pti dell'Ortofrutta, tranne che per il Cura Casa e il Cura Persona (-0,1 e -1,2pti rispettivamente) che registrano cali. Andamento positivo considerando tutto il 2021, con vendite perse al 4,7% in calo di -0,4pti rispetto al 2020. Tutti i reparti confermano i cali nelle vendite perse nel 2021.

Le dinamiche dei canali

- A dicembre i supermercati sia grandi, che piccoli registrano aumenti nell'OOS. Gli Ipermercati (%OOS al 3,4%) rimangono stabili nell'OOS rispetto a dicembre 2020. Tendenza non confermata nei reparti. Infatti si registrano cali nella Drogheria Alimentare, Cura Casa e Cura Persona, mentre aumenti in tutti gli altri reparti. I Super Grandi, (%OOS al 3,4%) registrano aumenti di +0,2pti. Aumenti confermati in tutti i reparti tranne che nella Drogheria Alimentare che risulta stabile e il Cura Casa e Persona che registrano cali. I Super Piccoli (%OOS al 3%) anch'essi in aumento di +0,1Pti, tutti i reparti confermano la stessa tendenza vista nei super grandi, con aumenti generalizzati e cali nei soli reparti del Cura Casa e Cura Persona e stabilità nella Drogheria Alimentare.
- Aumenti confermati anche per quanto riguarda le Vendite Perse che risultano negli Iper a 4,6% (+0,4pti rispetto a Dicembre 2020). Andamento non omogeneo nei reparti, in calo la Drogheria Alimentare, Il Cura Casa e Persona, Stabile il Freddo e in aumento i restanti reparti. I Super Grandi con Vendite Perse al 4,6% in aumento di +0,9pti (rispetto a dicembre 2020). Tutti i reparti confermano gli aumenti, tranne il Cura Persona che è in calo di -0,6pti. Infine i Super Piccoli mostrano una % di vendite perse al 4,4% in aumento di +0,2pti. Tutti i reparti mostrano un aumento rispetto al dicembre 2020, tranne per il Freddo, Cura Casa e Cura Persona che registrano cali (rispettivamente di -0,1; -0,4 e -1,3pt). Guardando l'anno 2021 osserviamo in tutti i canali cali generalizzati nelle vendite perse rispetto al 2020. Iper vendite perse al 4,8% (-1,1pti), Super Grandi vendite perse al 4,8% (-0,1pti) e Super Piccoli vendite perse al 4,4% (-0,2pti). Tendenza in calo anche in tutti i reparti dei diversi canali.

OSA - Barometro

Executive Summary

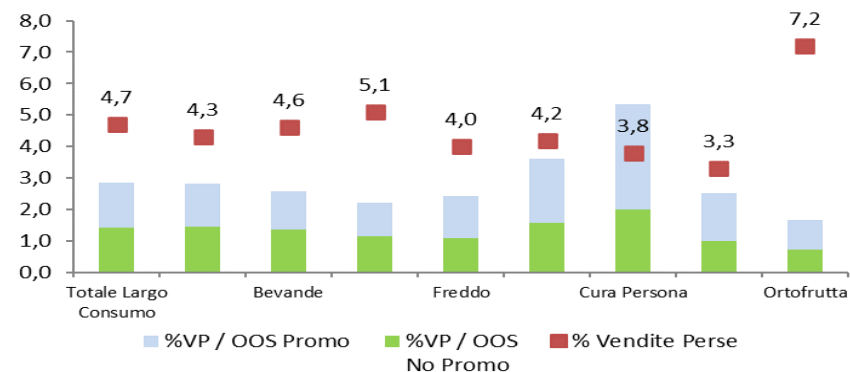
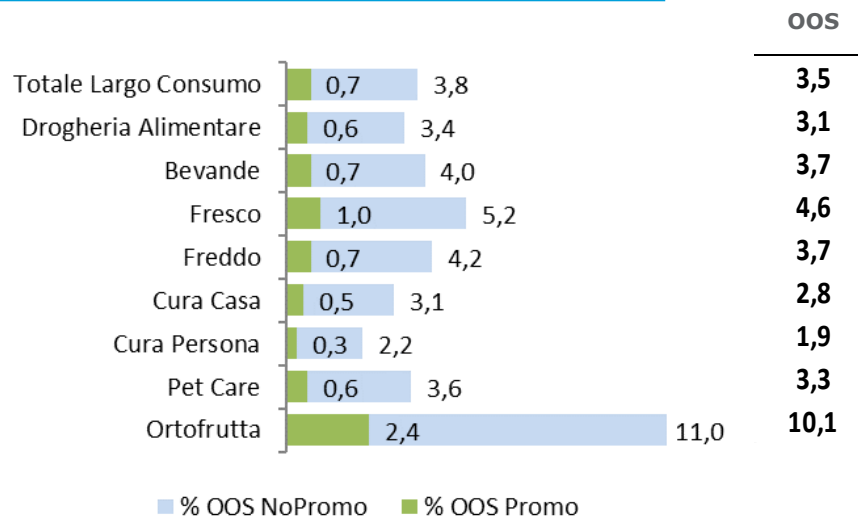

[Dettaglio](#)
[Legenda](#)

Mese	Dicembre 2021							
	Totale Italia		Ipermercati		Supermercati >1200mq		Supermercati <=1200mq	
	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse
Totale Largo Consumo	3,2	4,6	3,4	4,6	3,4	4,6	3,0	4,4
Drogheria Alimentare	2,6	4,0	2,9	4,1	2,7	4,0	2,3	3,7
Bevande	3,7	4,5	3,7	4,6	3,6	4,2	3,8	5,0
Fresco	4,6	5,0	4,6	4,8	4,8	5,1	4,3	4,5
Freddo	3,7	3,8	4,2	3,7	3,8	3,9	3,1	3,4
Cura Casa	2,7	4,4	3,3	4,7	2,8	4,4	2,1	3,7
Cura Persona	1,9	3,5	2,0	3,5	2,1	3,6	1,4	3,4
Pet Care	3,4	3,2	3,7	3,3	3,4	3,2	3,3	3,1
Ortofrutta	9,9	7,8	10,1	8,2	10,6	7,8	8,8	7,5

% OOS

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

- Nel 2021 la % di OOS è stata pari al 3,8%: 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 pari all'11% per l'Ortofrutta e del 5,2% per il Fresco.
 - In condizioni promozionali la probabilità di trovare un prodotto fuori stock si riduce drasticamente scendendo allo 0,3% (cura persona), con comportamenti molto simili tra i reparti - con l'eccezione dell'Ortofrutta spostata su livelli molto superiori (2,4%).
- 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-Dicembre 2021