

COMUNICATO STAMPA

Soddisfazione dei clienti nella GDO: un 2022 difficile provoca effetti anche nel 2023

Quali sono stati i **fenomeni a maggior impatto sul largo consumo in Italia?** E come si sono ripercossi sul **livello di servizio a scaffale?** Questi i temi affrontati nel workshop online organizzato da **GS1 Italy in ambito ECR** e in collaborazione con **Circana**.

Milano, 31 maggio 2023 – Sessanta minuti per riassumere i fatti salienti che hanno caratterizzato il 2022 del mondo del largo consumo in Italia e per approfondirne le ripercussioni nei punti vendita. Per poi passare ad analizzare i fattori che hanno influito direttamente sul livello di servizio a scaffale e sul comportamento dei consumatori nella distribuzione organizzata. Sono questi i temi affrontati dal webinar, appena concluso, **“Gli effetti a scaffale dell’out-of-stock in un anno di grande complessità”**, organizzato da **GS1 Italy in ambito ECR e in collaborazione con Circana** (nuova denominazione di IRI).

«Crediamo che questo capitale di informazioni e di analisi - commenta **Carolina Gomez, ECR project manager di GS1 Italy** - possano aiutare le imprese del largo consumo ad analizzare con consapevolezza il contesto in cui operano, il livello di servizio offerto e la relazione con il consumatore finale, e contribuire con elementi di valore alle decisioni strategiche».

Dopo un 2022 particolarmente complesso e difficile per le aziende, tanto da aver fatto ripartire il fenomeno degli “scaffali vuoti” (3,7% di tasso di out-of-stock) e aver aumentato le vendite perse (arrivate al 5,1%), **il primo trimestre 2023 ha confermato questo trend: il tasso di out-of-stock è aumentato di +0,2%, arrivando al 3,5%**, interessando in modo crescente i prodotti e le categorie a più alto valore unitario, per cui la gestione della profondità assortimentale è diventato un fattore critico. Questo ha determinato una **crescita di +0,6% delle vendite perse, che hanno toccato quota 4,7%**.

Ad aver determinato questo scenario sono soprattutto **quattro fenomeni**, su cui si sono concentrati **Carolina Gomez e Marco Colombo, global central operations di Circana**, che ne hanno delineato gli effetti sul livello di servizio offerto al consumatore finale nei punti vendita della distribuzione moderna.

1. Inflazione al consumo

La forte pressione sui costi ha spinto in alto i prezzi sugli scaffali del largo consumo. Rispetto al gennaio 2019, a dicembre 2022 i prezzi alla produzione dei comparti industriali alimentare, bevande e tabacco sono saliti di +25% e quelli medi di alimentari confezionati e bevande nel retail di +16%.

Questo fenomeno ha avuto importanti ripercussioni sull’andamento delle vendite in supermercati e ipermercati, che hanno guadagnato il 5,7% a valore rispetto al 2021 ma hanno perso il 1,7% a volume.

Alla diminuzione della rotazione dei prodotti a scaffale si è aggiunto il **ritorno alla crescita del tasso di out-of-stock (+0,2% per supermercati e ipermercati di vicinato, +0,3% per i grandi supermercati), arrivato al 3,7% contro il 3,5% del 2021.**

L'aumento del tasso di out-of-stock ha riguardato **tutti i reparti** a partire dalla primavera ed è stato particolarmente impattante per le bevande durante l'estate. Il comparto dei prodotti chimici per la cura della casa è riuscito a contenere il delta negativo mentre la drogheria alimentare ha recuperato nel corso del secondo semestre. Surgelati e fresco hanno peggiorato progressivamente la loro prestazione nel corso del 2022, mentre il petcare ha migliorato a fine anno. Ancora una volta l'ortofrutta si conferma il reparto con il più alto tasso di out-of-stock (10,5%).

2. Aumento dei costi di produzione

La crisi energetica, alimentare ed economica generata dal **conflitto in Ucraina** ha determinato una **minor disponibilità di materie prime** e, di conseguenza, un contingentamento della produzione. E questo ha diminuito la disponibilità a scaffale di alcuni prodotti: un caso particolare è quello degli **oli di semi e pasta di semola**.

Il timore di non trovare più i prodotti a scaffale o di dover pagare prezzi più alti ha generato **negli oli di semi un "effetto incetta", che, a marzo 2022, ha portato ad un incremento eccezionale di vendite rispetto allo stesso mese del 2021, ma anche a un tasso record di out-of-stock (10%)**. Con il passare dei mesi questo fenomeno è rientrato ma le vendite perse sono aumentate, sostenute dall'inflazione.

Una dinamica analoga si è registrata anche nella pasta di semola, determinando un **picco delle vendite superiore al 50% nei mesi primaverili, accompagnato dalla crescita dei prezzi medi fino alla soglia di +30% in estate**, per poi rientrare a +20% circa. Questo ha determinato **un aumento temporaneo del tasso di out-of-stock della pasta di semola**, dettato non tanto dalla difficoltà di reperimento della pasta in generale quanto da marchi e formati specifici, che intaccano il valore complessivo della categoria.

3. Scarsità di materie prime e di componenti essenziali

La minor disponibilità di alcuni prodotti essenziali nei processi di trasformazione ha caratterizzato il 2022 e si è fatta sentire in particolare per alcuni componenti, come l'**anidride carbonica**. L'effetto su alcuni mercati è stato significativo, com'è avvenuto nelle acque minerali: l'incremento del prezzo della CO₂ e la sua scarsità, aggiunti all'eccezionale stagione estiva, hanno determinato un aumento progressivo dei prezzi al pubblico e un andamento molto disomogeneo delle vendite. L'effetto sullo scaffale è stato immediato: ad agosto 2022 **il tasso di out-of-stock dell'acqua minerale gassata è salito al 27,1% (contro il 7,5% del 2021) e l'impatto sulle vendite perse è stato superiore del 20% rispetto al 2021.**

4. Cambiamento climatico e stagionalità estreme

Il 2022 è stato l'anno più caldo e siccitoso da quando si hanno rilevazioni attendibili: ha determinato degli impatti a scaffale? Non sembra, visto che nei mesi con i maggiori rialzi delle temperature non si sono registrati picchi nell'andamento dell'out-of-stock. Il caso delle **bevande gassate** è emblematico sia in termini di **out-of-stock (5% di**

tasso) sia di vendite perse (42%). Nel 2023 le vendite perse sono, poi, ulteriormente aumentate di +19%.

Per approfondimenti, i materiali del webinar "Gli effetti a scaffale dell'out-of-stock in un anno di grande complessità" sono disponibili sul [sito di GS1 Italy](#).

Maggiori informazioni sull'Optimal shelf availability sono disponibili sul [sito di GS1 Italy](#) e [Logistica collaborativa](#).

Per informazioni:

Ufficio Stampa GS1 Italy: Nuage Comunicazione
Alessandra Perrucchini - Tel. 3404212323
Emanuela Capitanio - Tel. 3474319334
email: nuagecomunicazione@libero.it

Pressroom e approfondimenti: <https://gs1it.org/chi-siamo/pressroom/>

GS1 Italy. *A partire dall'introduzione rivoluzionaria del codice a barre nel 1973, l'organizzazione non profit GS1 sviluppa gli standard più utilizzati al mondo per la comunicazione tra imprese. In Italia, GS1 Italy riunisce 40 mila imprese dei settori largo consumo, sanitario, bancario, della logistica, del foodservice e delle costruzioni. I sistemi standard GS1, i processi condivisi ECR, i servizi e gli osservatori di ricerca che GS1 Italy mette a disposizione semplificano e accelerano il processo della trasformazione digitale delle imprese e della supply chain, perché permettono alle aziende di creare esperienze gratificanti per il consumatore, aumentare la trasparenza, ridurre i costi e fare scelte sostenibili.*

web: gs1it.org - tendenzeonline.info
twitter: [@GS1Italy](https://twitter.com/GS1Italy) - [@tendenzeonline](https://twitter.com/tendenzeonline)
facebook: [@GS1Italy](https://facebook.com/GS1Italy)
instagram: [@GS1Italy](https://instagram.com/GS1Italy)
linkedin: [@GS1Italy](https://linkedin.com/company/GS1Italy)