

OSA - Barometro

Executive Summary
Dicembre 2015



Barometro OSA – Executive Summary

Dicembre 2015 - Out-of-Stock al 3,4% e Vendite Perse al 4,5%

- Nel corso del mese di Dicembre 2015 il Tasso di Out-of-Stock per il Largo Consumo Confezionato si è assestato al 3,4%, in calo rispetto al mese di Novembre (-0,2pti). Tutti i reparti registrati piccoli aumenti delle percentuali di OOS sull'anno precedente, tranne per il reparto dell' Ortofrutta (-1,1pti). Mentre nel Fresco e nel Pet Care non abbiamo variazioni. A chiusura dell'anno il Tasso di OOS registrato è del 3,7%, in limitata crescita di 0,2 pti sul 2014.
- La % di Vendite Perse scende a Dicembre al 4,5% rispetto al valore di 5,3% registrato a Novembre. Tutti i reparti mostrano segnali positivi rispetto all'anno precedente con il Cura Persona che registra le performance migliori, scendendo di 0,9pti, seguita dal Cura Casa, in miglioramento di 0,8pti.
- Nell'ambito del Cura Persona la performance positiva è generalizzata: la categoria Profumeria guida questo miglioramento con OOS 0,5 e Vendite Perse a 1,7 (in miglioramento di -2,3p.ti sia sulle OOS che sulle Vendite Perse) seguono le categorie del Parafarmaceutico, Cosmetica e Viso (con un miglioramento di 1,2pti sulle OOS per tutte e tre le categorie). La categoria Igienico Sanitari è l'unica statica. Mentre le performance migliori sulle vendite perse (dopo la categoria della profumeria) le registriamo nella categoria della Prima Infanzia (con VP 2,8 in miglioramento di -1,8Pti)

Le Dinamiche dei Canali

- A Dicembre i canali hanno avuto performance e trend simili: gli Ipermercati mostrano miglioramenti rispetto al mese precedente con un Tasso di OOS al 3,8% (miglioramento di 0,8pti) e in netta diminuzione sull'anno precedente di 2pti); i Super Grandi mostrano miglioramenti molto contenuti sia rispetto al mese precedente (-0,2pti) che rispetto all'anno precedente (-0,1pti). Metre i Supermercati sotto i 1200mq mostrano stabilità sul mese (OOS al 3,1) e in leggero miglioramento rispetto al 2014 (-0,2pti).
- Le Vendite Perse in tutti i canali mostrano tendenza in decremento sul mese precedente: gli Ipermercati decrescono di 1,3pti, i Supermercati Piccoli decrescono di 0,3pti mentre Supermercati Grandi di 0,1pti.



INDICOD-ECR

OSA - Barometro

Executive Summary



[Dettaglio](#)

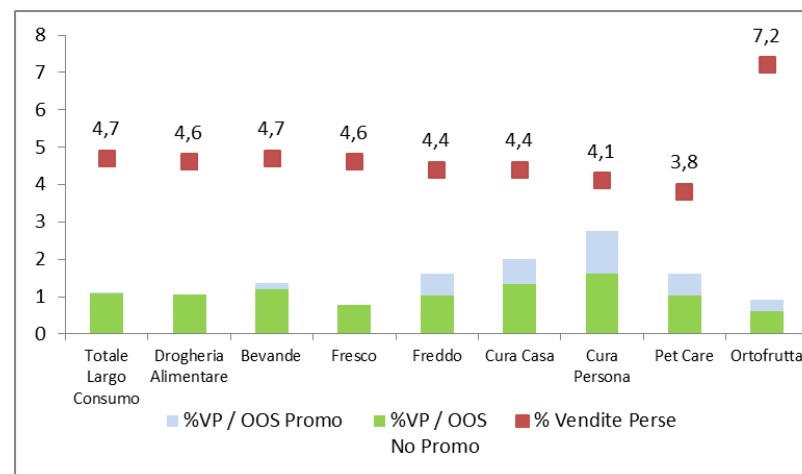
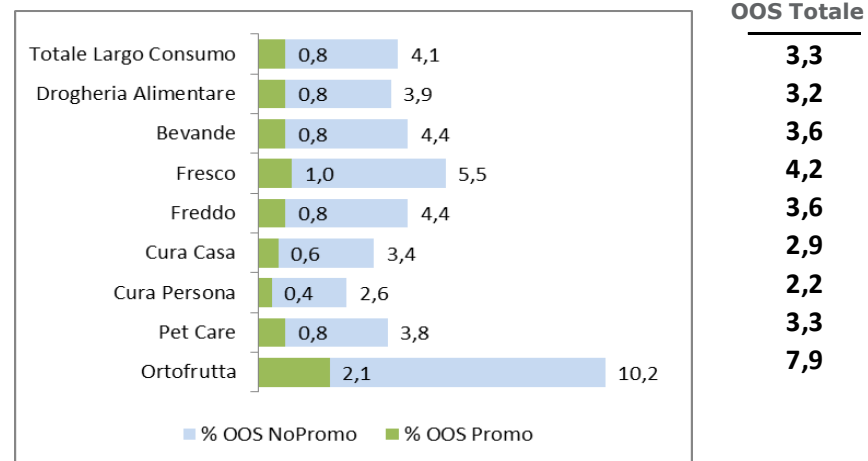
[Legenda](#)

Mese	Dicembre 2015							
	Totale Italia		Ipermercati		Supermercati >1200mq		Supermercati <=1200mq	
	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse
Totale Largo Consumo	3,4	4,5	3,8	5,0	3,5	4,4	3,1	4,4
Drogheria Alimentare	3,0	4,3	3,6	5,0	3,0	4,1	2,6	3,9
Bevande	3,8	3,9	3,9	4,4	3,7	3,7	3,8	4,1
Fresco	4,9	4,7	4,9	5,3	4,9	4,5	4,8	4,7
Freddo	4,1	4,5	5,0	4,7	4,4	4,6	3,5	4,1
Cura Casa	2,8	4,1	3,6	5,2	2,8	3,6	2,2	3,6
Cura Persona	1,9	3,3	2,4	3,6	2,0	3,1	1,5	3,3
Pet Care	3,1	3,5	2,9	3,6	3,1	3,4	3,1	3,5
Ortofrutta	9,7	8,5	9,8	7,7	10,3	8,9	8,9	8,2

% OOS

OOS al 4,1% in condizioni regolari, solo 0,8% in promo

- Nei dodici mesi del 2015 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 4,1% con punte superiori all'10% per l'Ortofrutta e del 5,5% per il Fresco.
 - In condizioni promozionali la probabilità di trovare un prodotto fuori stock si riduce drasticamente scendendo allo 0,4%, con comportamenti molto simili tra i reparti - con l'eccezione dell'Ortofrutta spostata su livelli molto superiori (2,1%).
- 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 in questi 12 mesi si evince che per la Drogheria Alimentare e il fresco in condizioni di Fuori Stock Promo la quantità di vendite perse è inferiore (0,2 e 0,1pti) rispetto al valore in condizioni normali: le occorrenze di OOS sono minori in promozione, ma sono economicamente più impattanti e più pericolose per industria e distribuzione. In particolare per il cura persona.



Totale Italia - Anno Progressivo Gen-Dic2015