

OSA - Barometro

Executive Summary
Novembre 2016



Barometro OSA – Executive Summary

Novembre 2016 - Out-of-Stock al 3,5% e Vendite Perse al 4,6%

- Il mese di Novembre 2016 segna un Tasso di Out-of-Stock per il Largo Consumo Confezionato pari al 3,5%, abbastanza in linea con il dato osservato nel mese precedente, (in flessione di 0,1 pti rispetto al mese precedente) e in flessione rispetto allo stesso mese del 2015 (-0,2pti). Tutti i reparti hanno registrato una diminuzione dell'OOS sul 2015 – risultano stabili il Cura Casa e il Cura Persona(3,2pti). Le migliori performance sono state registrate dall'Ortofrutta con un -0,5 pti. Il tasso di OOS da inizio anno si attesta al 3,7% - stabile rispetto al 2015 – solo l'Ortofrutta (+1,1) e il Fresco (+0,1) registrano un peggioramento, mentre tutti gli altri reparti registrano OOS in diminuzione.
- La % di Vendite Perse a Novembre è pari al 4,6% in sensibile aumento (-0,1pti) sul mese di Ottobre, ma in calo di 0,8 pti sul valore di Novembre 2015. Tutti i Reparti mostrano segnali positivi sul 2015 – con l'impatto delle Vendite perse che diminuisce di un valore tra gli -0,1 pti e -2,5 pti. La migliore performance è segnata dall'Ortofrutta e in particolar modo dal reparto Frutta.

Le Dinamiche dei Canali

- A Novembre tutti i canali hanno segnalato un comportamento omogeneo per trend con OOS in diminuzione di 0,3pti sul 2015 per Ipermercati (OOS al 4,1%), di 0,2pti nei Super Grandi (OOS al 3,5%) e stabili nei Super Piccoli (OOS al 3,2%). Questa diminuzione è confermata in tutti i reparti dei diversi canali, con l'Ortofrutta che registra le migliori performance.
- Il consolidato Gennaio-Novembre riporta il valore di OOS a totale Italia al 3,7%, stabile rispetto al 2015. Questa stabilità è confermata anche nei canali Iper e Super Grandi (con OOS rispettivamente al 4,2% e 3,8%) i Super Piccoli al 3,1% mostrano un miglioramento rispetto al 2015 di -0,1 pto.
- In quanto a Vendite Perse Novembre registra un miglioramento dell'indicatore in tutti i canali. I Super grandi registrano i migliori andamenti con una diminuzione di 0,9 pti rispetto all'anno precedente (con Vendite Perse al 4,2%), seguito dagli Ipermercati con una diminuzione di -0,7pti (con Vendite Perse al 5,5%) e infine i Super Piccoli, con Vendite Perse al 4,5% in diminuzione di 0,3pti rispetto al 2015.
- Il dato complessivo del 2016 mostra per i grandi canali una tendenza negativa per la % di Vendite Perse rispetto al 2015 e migliorativa nei super piccoli: Iper (+0,2pti) con stabilità nel Cura Persona, le peggiori performance le registra il Fresco (+0,5); i Super Grandi (+0,1) con le peggiori performance registrate nell'Ortofrutta (+0,4) e le migliori nel Freddo e Drogheria Alimentare (-0,2 e 0,1pti); I Super Piccoli al contrario mostrano vendite perse in diminuzione rispetto al 2015 di -0,2pti e in tutti i reparti si registrano diminuzioni generalizzate che vanno da -0,1 a -0,5pti.

Executive Summary – Tavole di Sintesi



INDICOD-ECR

OSA - Barometro

Executive Summary



[Dettaglio](#)

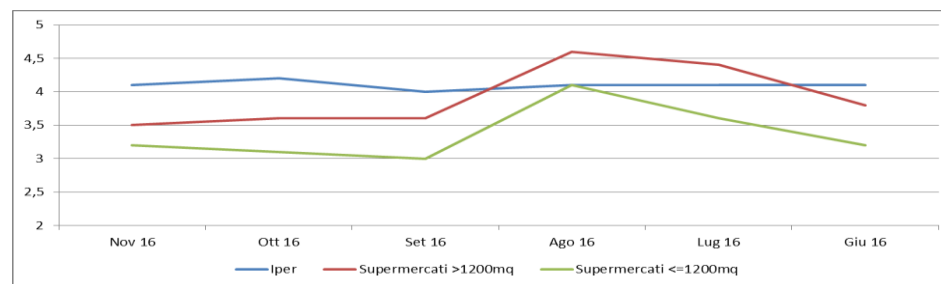
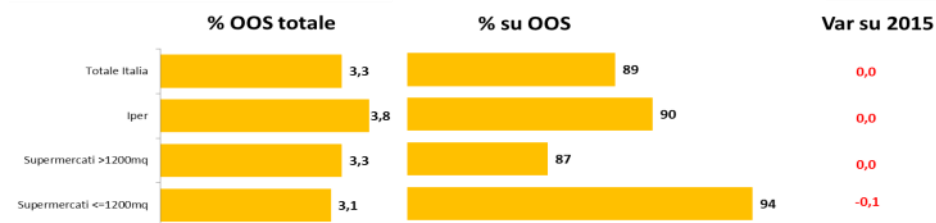
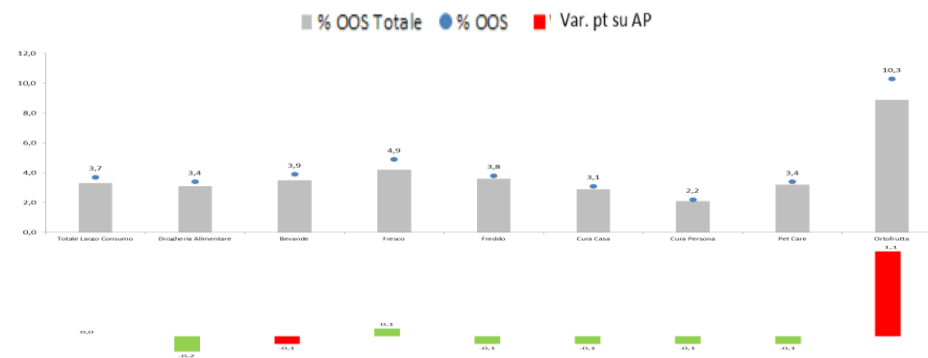
[Legenda](#)

Mese	Novembre 2016							
	Totale Italia		Ipermercati		Supermercati >1200mq		Supermercati <=1200mq	
	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse
Totale Largo Consumo	3,5	4,6	4,1	5,5	3,5	4,2	3,2	4,5
Drogheria Alimentare	3,0	4,3	3,8	5,7	3,0	3,8	2,5	3,9
Bevande	4,3	4,8	4,8	5,8	4,3	4,3	4,2	4,7
Fresco	4,7	4,5	5,0	5,5	4,8	4,0	4,5	4,8
Freddo	4,5	4,2	5,7	4,5	4,6	4,2	3,8	3,8
Cura Casa	3,0	3,9	3,9	5,0	3,0	3,4	2,3	3,7
Cura Persona	2,2	3,6	2,8	4,0	2,2	3,3	1,5	3,5
Pet Care	3,2	3,4	3,3	3,7	3,2	3,3	3,1	3,4
Ortofrutta	10,2	8,1	11,0	8,2	10,5	8,4	9,6	7,2

% OOS Totale e Parziale

Zero Sales all'89% e stabilità rispetto al 2015

- Negli 11 mesi del 2016 la % di OOS si è attestata al 3,7%, stabile rispetto al 2015.
- 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 all'89% delle occorrenze - con picchi in particolare nella Cura Persona, Cura Casa e Freddo, mentre all'estremità opposta si collocano Fresco ed Ortofrutta con incidenze dell'86%. La variazione rispetto al 2015 è molto contenuta (tra -0,1 e -0,2 pts) con l'eccezione dell'Ortofrutta che mostra aumenti dell'OOS (+1,1pts) e il Fresco (+0,1).
- Nei canali la tendenza è confermata, con generale stabilità rispetto al 2015; le superfici grandi (Iper e Super >1200mq) mostrano una % di Vendite OOS a Zero intorno al 90% (Iper) e 87% (super grandi), mentre soffrono le superfici più piccole (94%).
- Nel corso dell'anno osserviamo andamenti non omogenei tra i diversi canali. Nei mesi di Giugno-Agosto 2016 si registrano rialzi del Tasso % di OOS Totale nei super sia grandi che piccoli, mentre si registra stabilità negli Iper. Questa stabilità degli Iper è confermata sino a Novembre (con un leggerissimo aumento, +0,2pts nel mese di ottobre). Nei Super (grandi e piccoli) l'andamento tende a diminuire dopo l'aumento massimo registrato ad Aprile raggiungendo il valore più basso a Settembre per i Super Piccoli, mentre a Novembre per i Super Grandi.



% OOS

Totale Italia - Anno Progressivo Gen-Novembre 2016

