

OSA - Barometro

Executive Summary
Settembre 2015



Barometro OSA – Executive Summary

Settembre 2015 - Out-of-Stock al 3,5% e Vendite Perse al 3,7%

- Nel corso del mese di settembre 2015 il Tasso di Out-of-Stock per il Largo Consumo Confezionato si è assestato al 3,5%, in calo rispetto al mese di Agosto (-0,7pti). Tutti i reparti registrano piccoli aumenti delle percentuali di OOS sull'anno precedente, tranne per la Drogheria Alimentare e il fresco, nel Cura Casa non abbiamo variazioni. In particolare il più elevato aumento lo riscontriamo nel Freddo, con una differenza di 0,7 pti. A chiusura del primo semestre il Tasso di OOS registrato è del 3,6%, in limitata crescita di 0,1 pti. sul 2014.
- La % di Vendite Perse scende a Settembre al 3,7% rispetto al valore di 5,8% registrato ad Agosto. Tutti i reparti mostrano segnali positivi rispetto all'anno precedente con l'Ortofrutta che registra le performance migliori, scendendo di 1,6pti, seguita dal Fresco, in miglioramento di 1,3pti.
- Nell'ambito del Cura Casa la performance positiva è guidata e generalizzata: le principali Categorie – Detergenza Superfici (OOS 2,3% e VP 3,3%) è stabile, Cura Tessuti (OSA al 2,8% e VP 3,4%), Detergenza Bucato (OOS 3,3% e VP 3,8%) – sono pressochè stabili in out of stock e in significativo trend di miglioramento riguardo le vendite perse.

Le Dinamiche dei Canali

- A Settembre i canali si sono differenziati per performance e trend. Gli Ipermercati sono stabili rispetto al mese precedente con un Tasso di OOS al 4%, ma con performance molto diverse tra reparti: l'Alimentare confezionato e fresco migliorano, con una riduzione dell'OOS e gli altri reparti in crescita; i Super Grandi riducono l'OOS su Agosto (0,8pti) e sono in linea sul 2014 con performance tra reparti simili agli Iper; i Supermercati sotto i 1200mq, con un OOS al 3,2% mostrano stabilità rispetto al 2014, e in miglioramento sul mese precedente (0,9pti): tutti i reparti tranne i Surgelati contribuiscono a questo trend.
- In tutti i canali le Vendite Perse mostrano tendenza in decremento rispetto al mese precedente assestandosi su valori molto simili: 3,8% nei Supermercati Piccoli (-2pt), 3,7% nei Supermercati Grandi (-2,2pti) e 3,9% negli Ipermercati (-0,9pti).
- Tutti i reparti mostrano significativi miglioramenti di vendite perse in tutti i canali: in particolare la Drogheria Alimentare, reparto più importante per peso e contribuzione, riduce di circa 2pti l'incidenza delle Vendite Perse, indipendentemente dal Canale. Il reparto meno dinamico, per quanto positivo, è il PetCare, che migliora di una frazione di punto in Super Grandi e Iper, ma di circa 0,5pti nei Supermercati Piccoli

Executive Summary – Tavole di Sintesi



INDICOD-ECR

OSA - Barometro

Executive Summary



[Dettaglio](#)

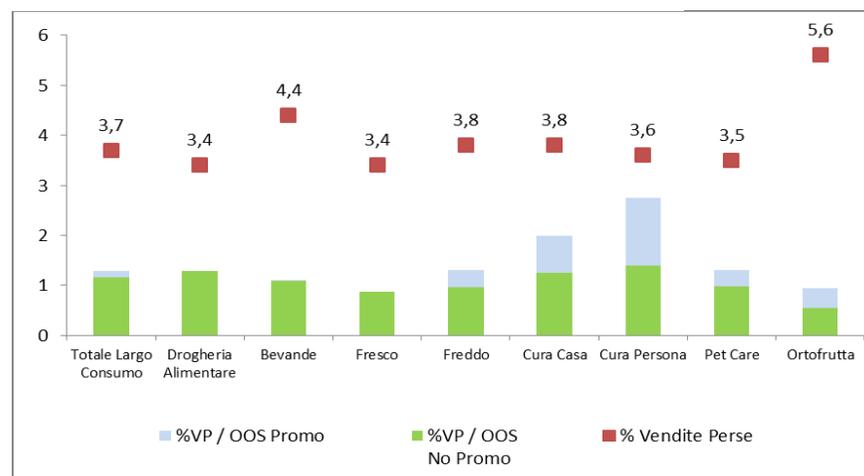
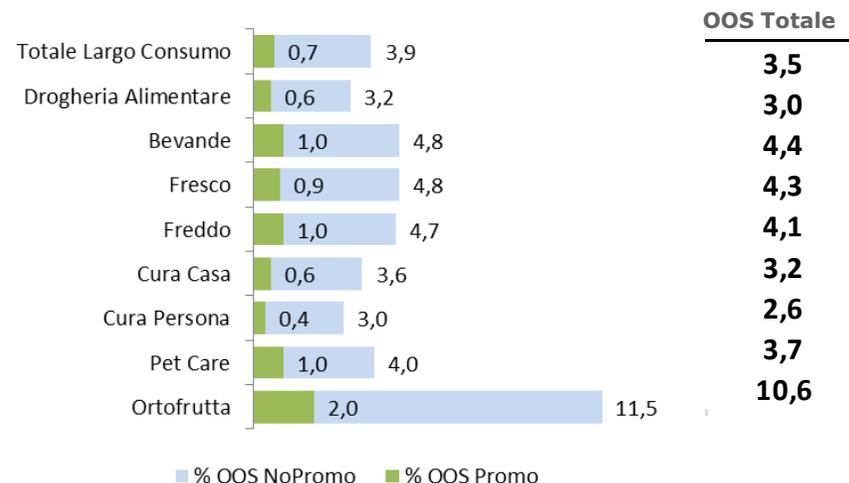
[Legenda](#)

Mese	Settembre 2015							
	Totale Italia		Ipermercati		Supermercati >1200mq		Supermercati <=1200mq	
	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse
Totale Largo Consumo	3,5	3,7	4,0	3,9	3,6	3,7	3,2	3,8
Drogheria Alimentare	3,0	3,4	3,5	3,5	3,0	3,4	2,6	3,3
Bevande	4,4	4,4	4,7	4,9	4,5	4,3	4,2	4,4
Fresco	4,3	3,4	4,5	3,5	4,3	3,3	4,2	3,6
Freddo	4,1	3,8	4,6	4,0	4,3	3,6	3,7	4,4
Cura Casa	3,2	3,8	4,1	4,0	3,4	3,8	2,4	3,4
Cura Persona	2,6	3,6	3,3	3,8	2,7	3,6	1,8	3,2
Pet Care	3,7	3,5	3,3	3,5	4,0	3,5	3,3	3,1
Ortofrutta	10,6	5,6	11,5	6,3	10,6	5,5	10,0	5,4

% OOS

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

- Nel primo semestre 2015 la % di OOS è stata pari al 3,5%: 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 3,9% con punte superiori all'11,5% per l'Ortofrutta e del 4,8% per il Fresco.
 - In condizioni promozionali la probabilità di trovare un prodotto fuori stock si riduce drasticamente scendendo allo 0,7%, con comportamenti molto simili tra i reparti - con l'eccezione dell'Ortofrutta spostata su livelli molto superiori (2%).
- 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 NoPromo 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 si evince che in condizioni di Fuori Stock Promo **la quantità di vendite perse tende a valere tra 1,1 e 1,3 volte il 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 la Cura Persona e Cura Casa.**



Totale Italia - Anno Progressivo Gen-Giu2015