

# OSA - Barometro

Executive Summary  
Marzo 2016



# Barometro OSA – Executive Summary

## Marzo 2016 - Out-of-Stock al 3,5% e Vendite Perse al 4,9%

- Nel corso del mese di Marzo 2016 il Tasso di Out-of-Stock per il Largo Consumo Confezionato si è assestato al 3,5%, stabile rispetto al mese di Febbraio. Tutti i reparti registrano cali di percentuali di OOS sull'anno precedente tranne l'Ortofrutta che registra un aumento di 0,9 Pti. Il reparto che mostra la più alta diminuzione di OOS è il Pet Care (-0,8pti) seguito dal Cura Casa (0,7pti). A chiusura del primo trimestre il Tasso di OOS registrato è del 3,6%, in diminuzione di 0,6 pti sul 2015.
- La % di Vendite Perse salgono a Marzo al 4,9% rispetto al valore di 4,1% registrato nel mese di Febbraio. Tutti i reparti mostrano segnali positivi rispetto all'anno precedente con il Pet Care e il Freddo che registrano le performance migliori, scendendo entrambi di 1,1pti, seguiti dal Cura Casa e Cura Persona, in miglioramento di 1 pto.
- Nell'ambito del Pet Care la performance è positiva: le principali Categorie – Pet Care Cane (OOS 3,1% e VP 3,7%), Pet Care Gatto (OSA al 4,2% e VP 3,8%), Pet Care Altri Animali (OOS 1,2% e VP 3,2%) – sono tutte in significativo trend di miglioramento sia per l'Out-of-Stock che per le vendite perse.

## Le Dinamiche dei Canali

- A Marzo i canali si sono differenziati per performance e trend: gli Ipermercati sono leggermente in calo rispetto sia al mese precedente con un Tasso di OOS al 4% che sull'anno precedente (0,4pti); i Super Grandi sono quasi stabili su Marzo (OOS di -0,1pti) mentre registrano una diminuzione più consistente sul 2015 (-0,4pti), mentre i Supermercati sotto i 1200 mq mostrano miglioramenti rispetto al 2015 (-0,7pti) e stabilità sul mese.
- Le Vendite Perse in tutti i canali mostrano tendenza in aumento sul mese precedente: le performance peggiori sono registrate dagli Ipermercati (+1,2pti) seguiti dai Super Grandi (+0,8pti) e in fine dai Super Piccoli (+0,4pti). Mentre tutti i canali registrano diminuzione sul 2015: guidano i Supermercati Piccoli con una diminuzione di 0,9 pti seguiti dai Supermercati Grandi di 0,5 pti infine dagli Ipermercati di 0,4pti.

# Executive Summary – Tavole di Sintesi

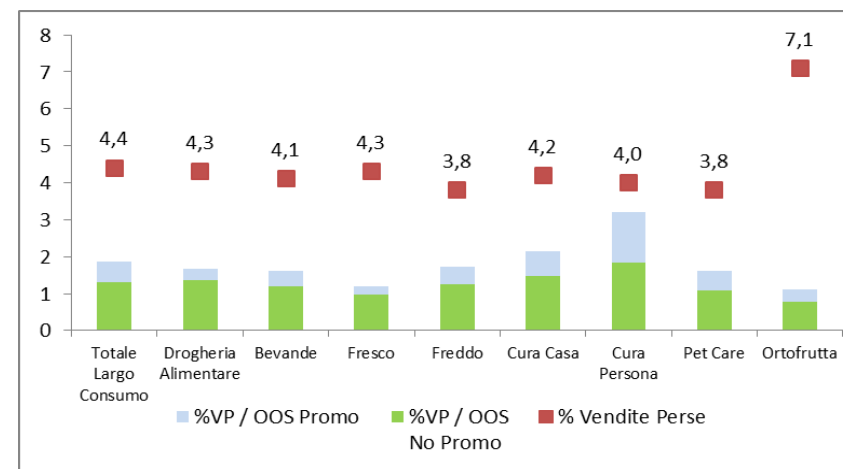
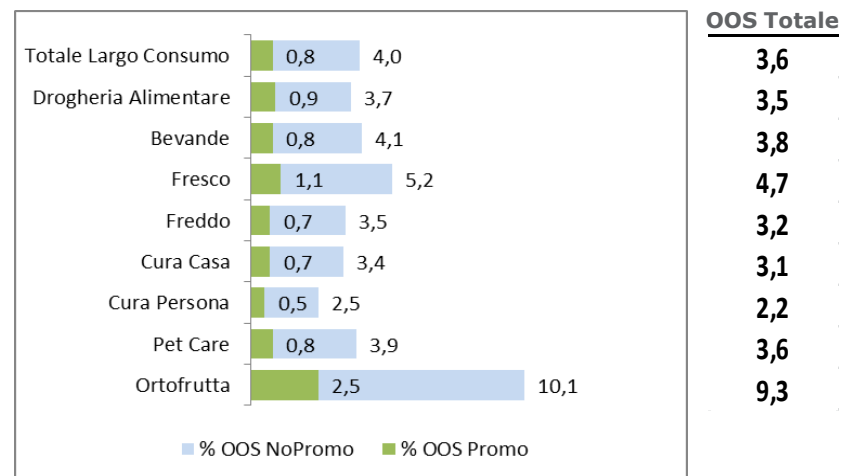


Mese	Marzo 2016							
	Totale Italia		Ipermercati		Supermercati >1200mq		Supermercati <=1200mq	
	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse
<b>Totale Largo Consumo</b>	<b>3,5</b>	<b>4,9</b>	<b>4,0</b>	<b>6,0</b>	<b>3,5</b>	<b>4,6</b>	<b>3,1</b>	<b>4,3</b>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

# % OOS

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

- Nel primo trimestre 2016 la % di OOS è stata pari al 3,6%: 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% con punte superiori all'10% per l'Ortofrutta e del 4,1% per le Bevande.
  - In condizioni promozionali la probabilità di trovare un prodotto fuori stock si riduce drasticamente scendendo allo 0,8%, con comportamenti molto simili tra i reparti - con l'eccezione dell'Ortofrutta spostata su livelli molto superiori (2,5%) e del Fresco (1,1%)
- 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 si evince che: 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