

OSA - Barometro

Executive Summary
Settembre 2017



Barometro OSA – Executive Summary

Settembre 2017 - Out-of-Stock al 3,5% e vendite perse al 4,4%

- Nel mese di settembre 2017 il tasso di Out-of-Stock per il Largo Consumo Confezionato è stato pari al 3,5%, stabile rispetto allo scorso anno e in leggero calo rispetto al mese di agosto (4,2%). Rispetto allo stesso mese dell'anno precedente riscontriamo stabilità nei reparti fresco, pet care e cura persona, diminuzione nei tassi di OOS nella drogheria alimentare e cura casa (rispettivamente di -0,2 pti e -0,1) e aumenti nei tassi di OOS per bevande, freddo e ortofrutta. Il tasso di OOS rispetto al 2016 è in diminuzione in tutti i reparti tranne per l'ortofrutta (+0,2 pti) e le bevande e il freddo che risultano stabili.
- La stabilità riscontrata nella % di OOS la osserviamo anche nella % di vendite perse, a settembre si attesta al 4,4%. Tutti i reparti mostrano miglioramenti rispetto allo stesso mese nell'anno precedente, con variazioni che vanno da 0,1pto del cura casa a -0,3 pti della drogheria alimentare. Solo le bevande e il freddo registrano aumenti (rispettivamente di +0,7 e +0,3 pti). Osserviamo anche una diminuzione nelle % di vendite perse anche rispetto ad agosto di -2,1pti.

Le dinamiche dei canali

- Analizzando i canali, emerge che solo i Super Piccoli sono stabili con un tasso di Out-of-Stock del 3%. Mentre negli altri due canali registriamo diminuzioni; Super Grandi 3,4% (-0,1pto) e Iper 4,2% (-0,2pti). Per quanto riguarda i reparti la situazione è disomogenea. Negli Ipermercati osserviamo che 5 reparti su 8 registrano un aumento della %OOS (bevande, freddo, cura persona, pet care e ortofrutta). Nei Super Grandi restano stabili 4 reparti (fresco, freddo, cura casa, cura persona), 2 in diminuzione (drogheria alimentare e pet care) e 2 in aumento (bevande e ortofrutta). Nei Super piccoli infine abbiamo 5 reparti in aumento (bevande, fresco, freddo, pet care e ortofrutta), 1 stabile (cura persona) e 2 in diminuzione (drogheria alimentare e cura casa).
- In quanto a vendite perse, emerge che solo i Super Piccoli abbiamo le peggiori performance con un tasso di vendite perse del 4,1% (+0,4pti rispetto a settembre 2016). I Super Grandi risultano stabili (con 3,9%) e gli Ipermercati con 5,5% in diminuzione di 0,2pti rispetto a settembre 2016. In questo canale anche tutti i reparti risultano in miglioramento rispetto allo stesso mese dell'anno precedente tranne per le bevande (+0,4pti).

Executive Summary – Tavole di sintesi



INDICOD-ECR

OSA - Barometro

Executive Summary



[Dettaglio](#)

[Legenda](#)

Mese

Settembre 2017

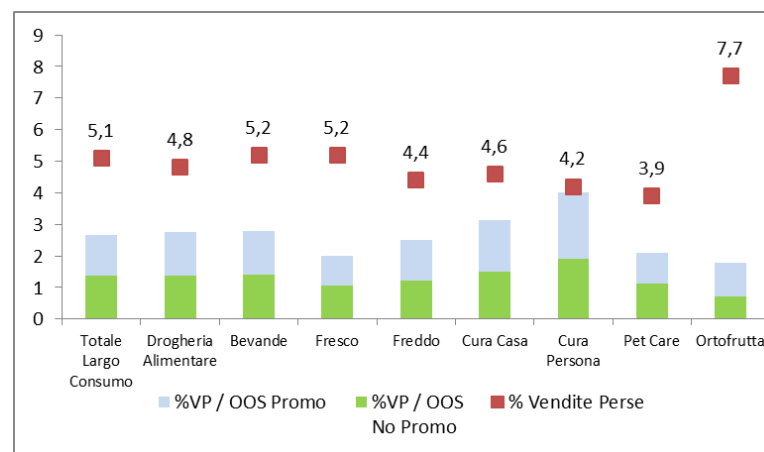
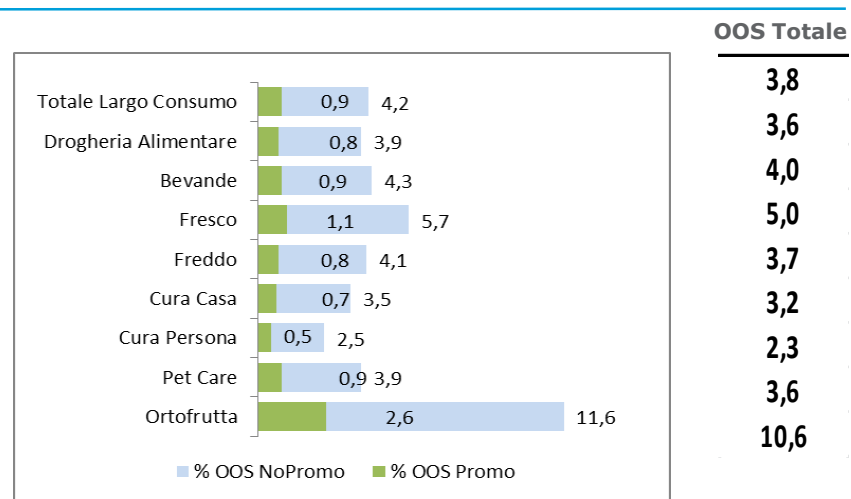
	Totale Italia		Ipermercati		Supermercati >1200mq		Supermercati <=1200mq	
	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse
Totale Largo Consumo	3,5	4,4	4,2	5,6	3,4	3,9	3,0	4,1
Drogheria Alimentare	2,8	3,9	3,6	5,0	2,7	3,4	2,3	3,3
Bevande	4,5	5,1	5,2	6,3	4,4	4,5	4,2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



% OOS

OOS al 4,1% in condizioni regolari, solo 0,9% in promo

- Nei primi nove mesi del 2017 la % di OOS è stata pari al 3,8%. 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 4,2% con punte superiori all'11% per l'ortofrutta e del 5,7% per il fresco.
 - In condizioni promozionali la probabilità di trovare un prodotto fuori stock si riduce drasticamente scendendo allo 0,5%, con comportamenti molto simili tra i reparti - con l'eccezione dell'ortofrutta spostata su livelli molto superiori (2,6%) e 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-Settembre 2017