

OSA - Barometro

Executive Summary
Luglio 2016



Barometro OSA – Executive Summary

Luglio 2016 - Out-of-Stock al 4,1% e Vendite Perse al 5,2%

- Nel mese di luglio 2016 il Tasso di Out-of-Stock per il Largo Consumo Confezionato è stato pari al 4,1%, in linea con lo scorso anno e in aumento rispetto al dato di giugno (3,7%). Nei reparti freschi e Ortofrutta il dato è superiore alla media, rispettivamente 5,6% e 11,2%, mentre il Cura Persona (1,9%) mostra una condizione di Availability migliore.
- La % di vendite perse è del 5,2%, in aumento sia rispetto a giugno (4,8%) che rispetto ad un anno fa (+0,2 pti). Fra le categorie importanti per incidenza sul fatturato LCC di un punto di vendita (>0,5%), segnaliamo una % di vendite perse più elevata della media per Zucchero (7,1 %), Snack Dolci (7,4%), Bucato lavatrice (6,5%), frutta e vegetali secchi (11,4%).

Le Dinamiche dei Canali

- All'interno dei canali, gli Ipermercati mostrano un tasso di Out-of-Stock del 4,1%, i Super Grandi (>1200mq) del 4,4% mentre i Super Piccoli del 3,6%. In tutti i Super (sia grandi che piccoli) il dato di Luglio è superiore, quindi peggiore di quello di Giugno, mentre risulta stabile per gli Iper. Rispetto al 2015 invece i formati grandi (Iper e Super Grandi) registrano un piccolo peggioramento (0,1 pto) mentre i super piccoli migliorano di 0,3p.ti.
- In quanto a Vendite Perse – il peso nell'Ipermercato si attesta al 4,9%, inferiore rispetto a Giugno ma superiore rispetto al 2015 (di 0,4pti). I Supermercati Grandi (5,6% di vendite perse) registrano peggioramenti sia rispetto al mese precedente che rispetto al 2015. I Super Piccoli (4,7%), si comportano come gli Iper quindi, migliorano le performance sul 2015 (-0,3pti) ma le peggiorano sul mese di Giugno (+0,4pti).

Executive Summary – Tavole di Sintesi



INDICOD-ECR

OSA - Barometro

Executive Summary



[Dettaglio](#)

[Legenda](#)

Mese

Luglio 2016

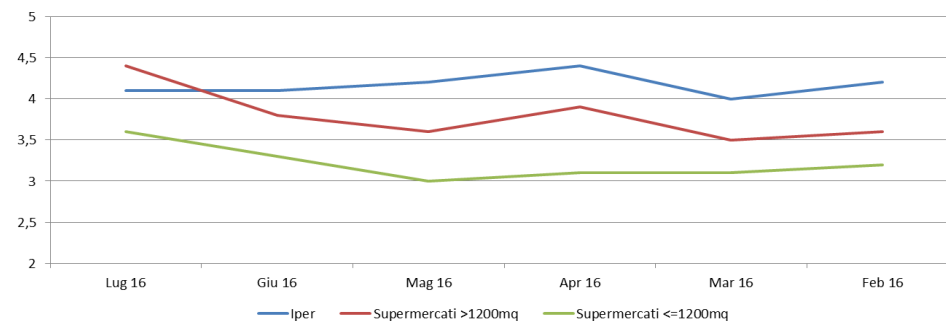
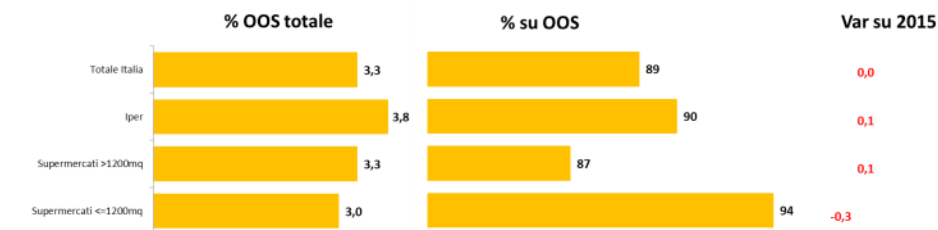
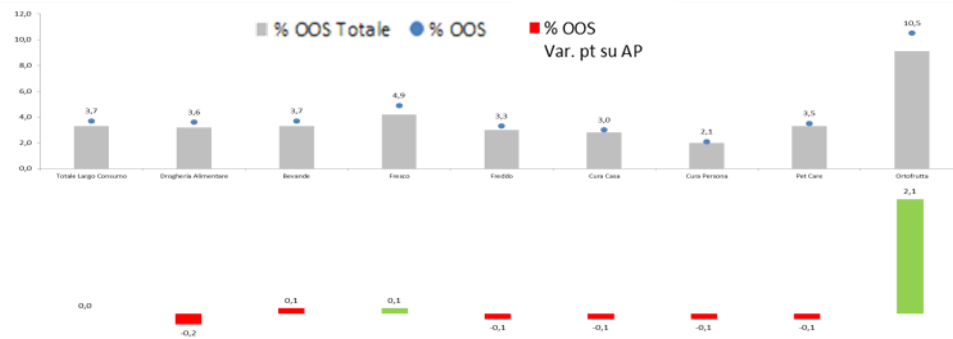
	Totale Italia		Ipermercati		Supermercati >1200mq		Supermercati <=1200mq	
	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse
Totale Largo Consumo	4,1	5,2	4,1	4,9	4,4	5,6	3,6	4,7
Drogheria Alimentare	4,3	5,2	4,6	5,1	4,6	5,5	3,7	4,7
Bevande	3,5	5,1	3,8	5,0	3,7	5,3	3,1	4,6
Fresco	5,6	5,6	5,4	5,0	6,0	6,1	5,2	5,1
Freddo	3,6	3,9	3,9	3,7	3,9	4,2	3,1	3,5
Cura Casa	3,2	4,9	3,6	4,7	3,7	5,3	2,4	4,2
Cura Persona	1,9	3,9	2,2	3,7	2,0	4,0	1,4	3,7
Pet Care	3,7	4,4	3,4	4,0	4,1	4,8	3,3	3,8
Ortofrutta	11,2	7,1	11,2	7,0	12,0	7,8	10,3	5,5



% OOS Totale e Parziale

Zero Sales all'89% e stabilità rispetto al 2015

- Nei primi sette 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 nel Chimico (Cura casa e Persona), Pet Care e Freddo, mentre gli altri reparti sono abbastanza allineati. La variazione rispetto al 2015 è molto contenuta (tra 0,1 e 0,2 pti) con l'eccezione dell'Ortofrutta che mostra segnali negativi dell'OOS (in aumento di +2,1pti).
- Nei canali si osserva sofferenza per gli Iper (90%) e Super Piccoli (94%) mentre, i Super Grandi mostrano una % di Vendite OOS a Zero intorno all'87%.
- Nel corso dell'anno osserviamo andamenti altalenanti. Nel periodo Giugno-Maggio i super mostra un tasso di decremento, con una diminuzione del Tasso % di OOS dove raggiunge i valori più bassi a Maggio (3% nei Super piccoli, 3,6 Super Grandi e 3,4), mentre per gli Iper il tasso più basso è stato raggiunto nel mese di Marzo 2016.



Totale Italia - Anno Progressivo Gen-Giugno 2016

