

OSA - Barometro

Executive Summary
Giugno 2016



Barometro OSA – Executive Summary

Giugno 2016 - Out-of-Stock al 3,7% e Vendite Perse al 4,8%

- Nel corso del mese di Giugno 2016, il Tasso di Out-of-Stock per il Largo Consumo Confezionato si è assestato al 3,7%, in aumento rispetto al mese di Maggio (+0,2pti). Tutti i reparti registrano piccole diminuzioni delle percentuali di OOS sull'anno precedente, tranne il reparto dell'Ortofrutta con un +2,2 pti. Il Fresco e Bevande restano invece stazionari. A chiusura dell'anno, il Tasso di OOS registrato è del 3,6%, in limitata diminuzione del 0,1 pti sul 2015.
- La % di Vendite Perse sale a Giugno al 4,8% rispetto al valore di 4,7% registrato a Maggio. Tutti i reparti mostrano segnali negativi rispetto all'anno precedente, con l'Ortofrutta che registra le performance peggiori (+1,6pti). Solo la Drogheria Alimentare resta stazionaria.
- Nell'ambito dell'Ortofrutta, è il settore della Frutta con le più alte vendite perse: +6,5pti rispetto all'anno precedente e +6,8pti rispetto alle OOS. Al contrario, le Bevande Piatte registrano le performance migliori rispetto alle vendite perse (-3,6pti)

Le Dinamiche dei Canali

- A Giugno i canali hanno avuto performance e trend molto simili: solo gli Ipermercati mostrano miglioramenti molto contenuti di 0,1pto rispetto al mese precedente, con un Tasso di OOS al 4,1% ma in aumento sull'anno precedente di 0,6pti; i Super Grandi mostrano peggioramenti sia rispetto al mese precedente (+0,2pti) che rispetto all'anno precedente (+0,6pti). Anche i Supermercati sotto i 1200mq mostrano lo stesso comportamento (OOS al 3,3) in aumento di 0,3pti sul mese e di + 0,4pti rispetto al 2015.
- Lo stesso comportamento è confermato anche per le Vendite Perse: tutti i canali mostrano tendenza in aumento sul mese precedente, tranne gli Ipermercati: gli Ipermercati decrescono di 0,7pti, i Supermercati Piccoli e Supermercati Grandi vedono un peggioramento rispettivamente di 0,2pti e di 0,4pti.

Executive Summary – Tavole di Sintesi



OSA - Barometro

Executive Summary



[Dettaglio](#)

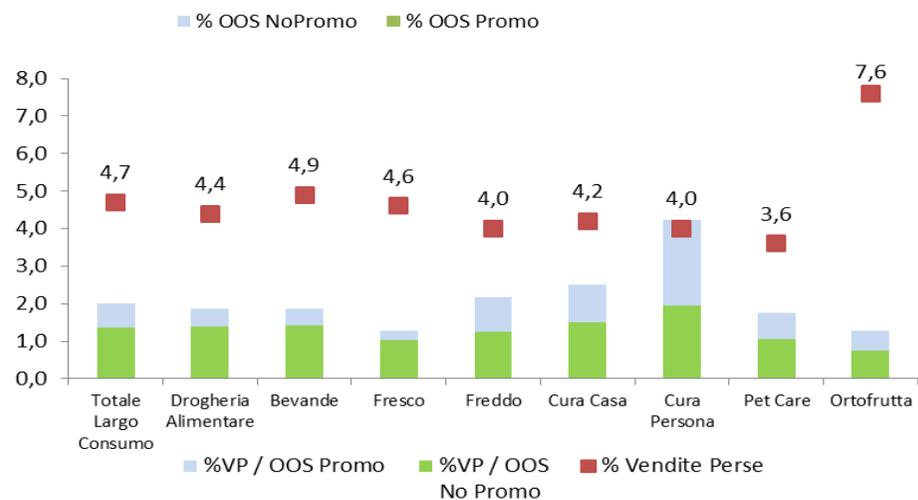
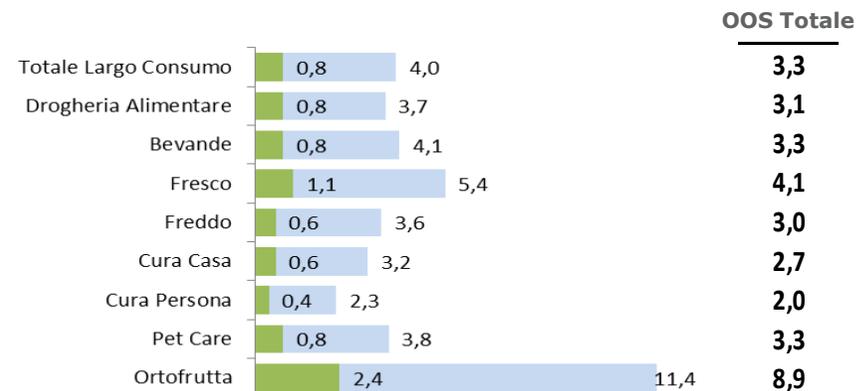
[Legenda](#)

Mese	Giugno 2016							
	Totale Italia		Ipermercati		Supermercati >1200mq		Supermercati <=1200mq	
	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse	% OOS	% Vendite Perse
Totale Largo Consumo	3,7	4,8	4,1	5,3	3,8	4,7	3,3	4,3
Drogheria Alimentare	3,6	4,3	4,3	5,1	3,7	4,1	3,1	3,9
Bevande	3,6	5,4	4,1	5,9	3,8	5,4	3,2	4,9
Fresco	5,0	4,9	5,4	5,4	5,2	4,9	4,6	4,5
Freddo	3,1	3,8	3,7	4,2	3,2	3,8	2,6	3,3
Cura Casa	2,8	4,0	3,5	4,6	2,9	3,8	2,1	3,6
Cura Persona	1,9	3,7	2,3	4,0	2,0	3,5	1,4	3,3
Pet Care	3,4	3,5	3,3	3,8	3,4	3,4	3,3	3,2
Ortofrutta	11,9	7,9	11,9	8,4	12,9	8,5	10,8	6,1

% OOS

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

- Nei primi sei mesi del 2016, la % di OOS è stata pari al 3,3%: 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'11% per l'Ortofrutta e del 5,4% per il Fresco.
 - In condizioni promozionali, la probabilità di trovare un prodotto fuori stock si riduce drasticamente scendendo allo 0,4%, con comportamenti molto simili tra i reparti - con l'eccezione dell'Ortofrutta, spostata su livelli molto superiori (2,4%).
- 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 in questi 6 mesi si evince che, in tutti i reparti in condizioni di Fuori Stock Promo, la quantità di vendite perse è superiore rispetto al valore in condizioni normali e le occorrenze di OOS sono economicamente più impattanti e più pericolose per Industria e Distribuzione, in particolare per il Cura Persona.



Totale Italia - Anno Progressivo Gennaio-Giugno 2016