

# OSA - Barometro

Executive Summary  
Agosto 2016



# Barometro OSA – Executive Summary

## Agosto 2016 - Out-of-Stock al 4,3% e Vendite Perse al 6,2%

- Il mese di Agosto 2016 segna un Tasso di Out-of-Stock per il Largo Consumo Confezionato pari al 4,3%, in aumento rispetto al dato osservato nel mese precedente, (-0,2 pti) piuttosto in linea rispetto allo stesso mese del 2015 (+0,1pti). I reparti Drogheria, pet care e fresco registrano un trend negativo rispetto allo stesso mese dell'anno precedente. L'Ortofrutta, bevande e cura persona risultano in diminuzione, mentre il freddo e il cura casa risultano stabili. Il tasso di OOS da inizio anno si attesta al 3,7% - in leggero calo rispetto al 2015 (0,1pti). Questa tendenza è confermata da quasi tutti i reparti - con variazioni molto simili (tra lo -0,1 e -0,2 pti). Il reparto Freddo rimane stabile, l'Ortofrutta è al contrario il reparto con la più alta crescita dell' OOS di 1,81pti.
- La % di Vendite Perse ad Agosto è pari al 6,2% in aumento sul mese di Luglio (+1 pto) come anche sul mese di Agosto 2015 (di +0,8 pti). Tutti i Reparti mostrano segnali negativi sul 2015.

## Le Dinamiche dei Canali

- Ad Agosto i canali mostrano stabilità di OOS sul 2015 per gli Ipermercati (OOS al 4,1%), così come per I Super Piccoli (OOS al 4,1%), mentre i Super Grandi registrano un aumento rispetto al 2015 di 0,2 pti (OOS al 4,6%). Tutti i canali registrano un peggioramento rispetto al mese di Luglio, tranne gli Ipermercati che rimangono stabili.
- Il consolidato Gennaio-Agosto riporta il valore di OOS pari al 3,7%, in leggero miglioramento rispetto al 2015 (-0,1 pti). Nei canali si osserva un miglioramento del consolidato rispetto al 2015 solo per i super piccoli OOS 3,3% in diminuzione di 0,3 pti, mentre tutti gli altri canali mostrano piccoli peggioramenti (di 0,1 pto sia nei super grandi che negli Ipermercati). Negli Ipermercati registriamo un generale aumento rispetto al consolidato del 2015 tranne nei reparti della Drogheria Alimentare e nel Cura Persona che risultano stabili. I Super Grandi mostrano comportamenti simili agli Iper, con aumenti generalizzati di OOS sui reparti tranne stabilità nel chimico (cura casa e persona), Drogheria Alimentare e Pet Care. Comportamento opposto si registra nei Super Piccoli, con un miglioramento generalizzato in tutti i reparti del OOS tranne nel reparto dell'Ortofrutta che registra un +1,4.
- In quanto a Vendite Perse, Agosto registra un aumento su tutti i canali. Questo aumento di Vendite perse è generalizzato in tutti i reparti. Registriamo un solo reparto nei Super Piccoli, il Freddo che mostra un miglioramento di 0,2 pti. Mentre negli Iper il solo reparto dell'Ortofrutta migliora rispetto ad agosto 2015 di 0,1 pto.
- Il dato complessivo del 2016 mostra nei canali grandi (Iper e Super Grandi) un peggioramento delle % di Vendite Perse rispetto al 2015: gli 0,2 pti a Totale Italia (con VP al 4,9%), sono più accentuati negli Iper (+0,5 pti). I Super Piccoli al contrario mostrano una diminuzione delle Vendite Perse di 0,3 pti.

# Executive Summary – Tavole di Sintesi



## OSA - Barometro

### Executive Summary



Dettaglio

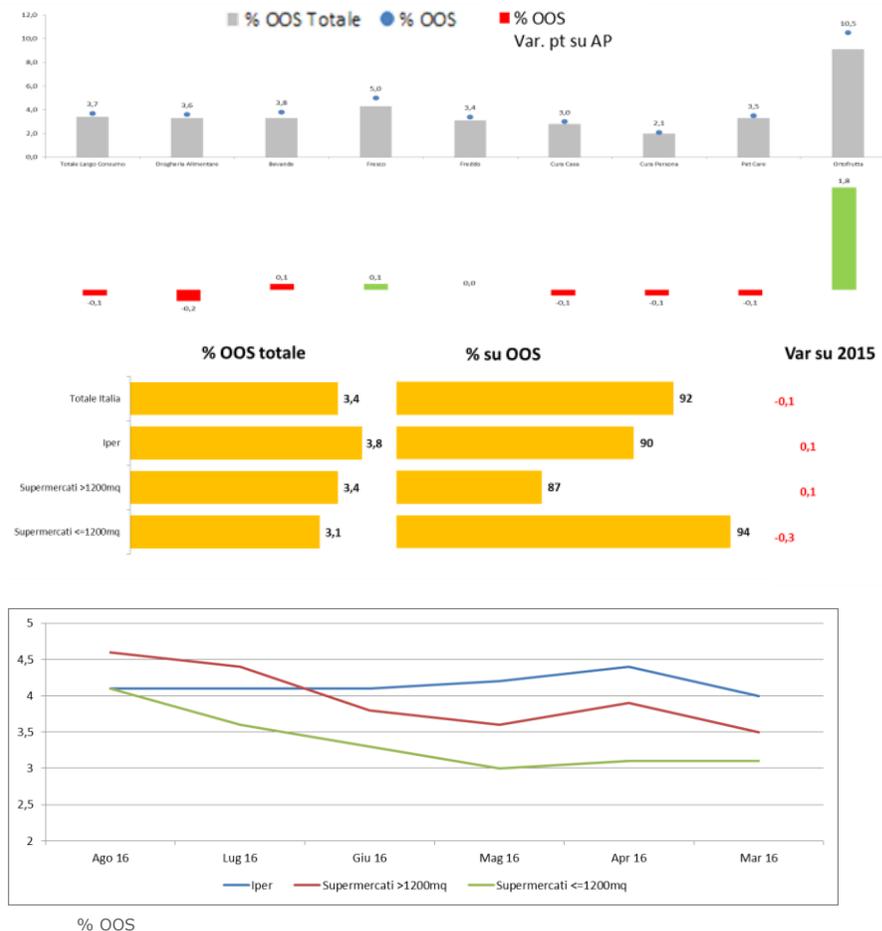
Legenda

Mese	Agosto 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>4,3</b>	<b>6,2</b>	<b>4,1</b>	<b>5,3</b>	<b>4,6</b>	<b>6,8</b>	<b>4,1</b>	<b>6,2</b>
Drogheria Alimentare	4,2	5,9	4,2	5,2	4,5	6,4	3,9	5,6
Bevande	4,3	6,4	4,1	5,5	4,5	6,8	4,2	6,3
Fresco	6,0	7,0	5,2	5,6	6,3	7,6	6,0	7,1
Freddo	4,0	4,8	4,1	4,4	4,2	5,0	3,8	4,9
Cura Casa	3,5	6,0	3,7	5,4	3,9	6,5	2,9	5,6
Cura Persona	2,5	5,2	2,7	4,5	2,7	5,7	2,0	5,4
Pet Care	3,6	4,3	3,2	4,2	3,9	4,5	3,4	4,1
Ortofrutta	10,3	7,8	9,9	6,1	10,8	8,6	10,0	7,2

# % OOS Totale e Parziale

## Zero Sales all'92% e leggera flessione rispetto al 2015

- Nei primi otto mesi del 2016 la % di OOS si è attestata al 3,7%, in leggera diminuzione rispetto al 2015: -0,1.
- 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 al 92% delle occorrenze - con picchi in particolare nella Cura Persona e Pet Care, mentre all'estremità opposta si collocano Fresco 86% e Ortofrutta e Bevande con incidenze dell'87%. La variazione rispetto al 2015 è molto contenuta (tra -0,1 e -0,2 pti) con l'eccezione del Freddo che rimane stabile e dell'ortofrutta che registra un netto peggioramento (+1,8).
- Nei canali la tendenza mostra sofferenza nelle superfici grandi con aumenti generalizzati in quasi tutti i reparti rispetto al 2015 mentre nei super piccoli abbiamo miglioramenti registrati in tutti i reparti, tranne nell'ortofrutta (+1,4 pti); le superfici grandi mostrano una % di Vendite OOS a Zero intorno all'90% per gli Iper e 87% nei Super Grandi, mentre soffrono le superfici più piccole (94%).
- Nel corso dell'anno osserviamo andamenti diversi di OOS. Nel periodo marzo-agosto osserviamo gli Iper con un andamento piuttosto stabile (varia tra il 4 di marzo al 4,1 di Agosto, con un picco registrato ad Aprile di 4,4) mentre i Super sia grandi che piccoli, mostrano andamenti in crescita passando dal 3,5 di marzo al 4,6 di Agosto per i Super Grandi e il 3,1 di Marzo al 4,1 di Agosto per i Super Piccoli.



Totale Italia - Anno Progressivo Gen-Agosto 2016

