

OSA - Barometro

Executive Summary
Agosto 2015



Barometro OSA – Executive Summary

Agosto 2015 - Out-of-Stock al 4,2% e Vendite Perse al 5,6%

- Il mese di Agosto 2015 segna un Tasso di Out-of-Stock per il Largo Consumo Confezionato pari al 4,2%, accelerando la tendenza rialzista già osservata a Luglio, con 0,8 pti rispetto al mese precedente e in crescita anche rispetto allo stesso mese del 2014 (+0,3pti). Tutti i reparti hanno registrato un trend negativo sul 2014 – in particolare Ortofrutta (0,9pti), mentre Drogheria, Chimico Casa e Persona e Surgelati hanno segnato una crescita dell'OOS di 0,3pti. Nessun reparto è migliorato, solo PetCare e Fresco rimangono stabili. La performance negativa di Agosto trascina verso l'alto il dato da inizio anno: il tasso di OOS si attesta al 3,6% - in leggera crescita rispetto al 2014 (0,1pti)– lasciando solo Bevande, Fresco e Ortofrutta in territorio positivo.
- La % di Vendite Perse è ad Agosto pari al 5,6% in sensibile crescita su Luglio (+1,3pti) ma in riduzione di 1,0 pti sul valore dell'Agosto 2014, mantenendo la tendenza di Giugno e Luglio a migliorare il risultato dell'anno precedente. Tutti i Reparti mostrano segnali positivi sul 2014 – con l'impatto delle Vendite perse che si riduce di un valore tra gli 0,4 pti e i 3 pti. Da segnalare la sensibile riduzione del rischio vendite perse nelle bevande , influenzata dal forte contributo di Acqua e Bibite Gassate e Piatte che vedono ritoccare significativamente il valore medio di acquisto con conseguente impatto positivo intorno ai 2,8 pti.

Le Dinamiche dei Canali

- Ad Agosto tutti i canali hanno segnalato un comportamento omogeneo per trend con OOS in crescita di 0,4pti sul 2014 per Ipermercati (OOS al 4,0%), di 0,3pti nei Super Grandi (OOS al 4,4%) e di 0,2pti Super Piccoli (OOS al 4,1%). Tutti I canali registrano un incremento rispetto a Luglio: più marcato nelle piccole superfici (+1,1pti) e meno rilevante, per quanto non trascurabile negli Ipermercati (0,5 pti).
- Il consolidato Gennaio-Agosto riporta il valore di OOS totale al 3,6%, in leggero peggioramento rispetto al 2014 (+0,1 pti) e con i canali molto allineati rispetto al valore a totale Italia: Iper e Super Grandi al 3,7%, Super Piccoli al 3,3%. In tutti i canali, miglioramenti del tasso di OOS si rilevano nell'Ortofrutta, le performance relativamente più negative nel comparto della Drogheria Alimentare con incrementi tra lo 0,1 e gli 0,4 pti.
- In quanto a Vendite Perse Agosto registra un aumento importante dell'indicatore nei Supermercati: +1,4pti per i SuperPiccoli (con Vendite Perse al 5,8%) e +1,7pti per i Super Grandi (VP al 5,9), mentre gli Ipermercati peggiorano la loro performance solo di 0,5 pti assestandosi al 4%, il dato comunque peggiore negli ultimi 6 mesi.
- Nonostante il risultato di Agosto, il dato complessivo del 2015 mostra su tutti i canali una tendenza positiva per la % di Vendite Perse rispetto al 2014: gli 0,4pti a Totale Italia (con VP al 4,5%), sono più accentuati negli Iper (-0,8pti) che nei Super (-0,4 nei >1200mq, -0,2 nei <1200mq), con le Bevande che segnano un miglioramento più accentuato in tutti i Canali.

Executive Summary – Tavole di Sintesi



INDICOD-ECR

OSA - Barometro

Executive Summary



[Dettaglio](#)

[Legenda](#)

Mese

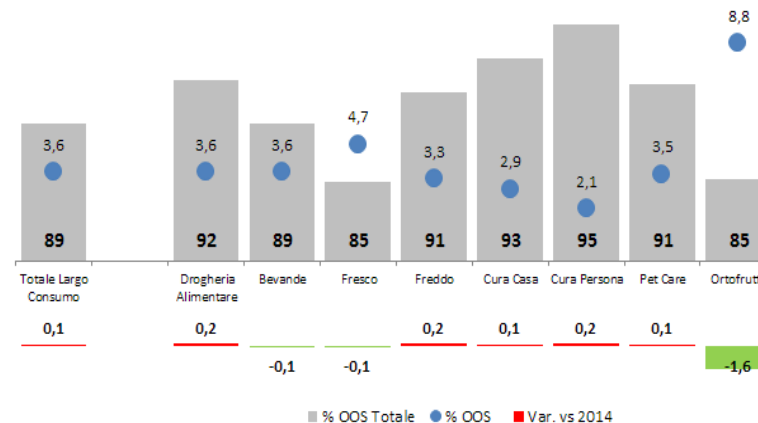
Agosto 2015

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

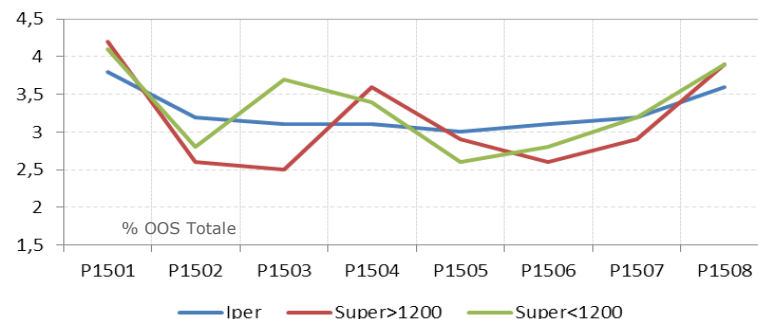
% OOS Totale e Parziale

Zero Sales all'89% e stabilità rispetto al 2014

- Nei primi otto mesi del 2015 la % di OOS si è attestata al 3,6%, in leggero incremento rispetto al 2014: +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 all'89% delle occorrenze - con picchi in particolare nella Cura Persona e Cura Casa, mentre all'estremità opposta si collocano Fresco ed Ortofrutta con incidenze dell'85%. La variazione rispetto al 2014 è molto contenuta (tra 0,1 e 0,2 pti) con l'eccezione dell'Ortofrutta che conferma i positivi segnali di riduzione dell'OOS (-1,6pti).
- Nei canali la tendenza è confermata, con lievi variazioni rispetto al 2014 e con una sostanziale stabilità a livello di anno; le superfici grandi (Iper e Super >1200mq) mostrano una % di Vendite OOS a Zero intorno all'89%, mentre soffrono le superfici più piccole.
- Nel corso dell'anno osserviamo andamenti molto lineari negli Iper, e dinamiche peculiari nei Supermercati; in generale il periodo Maggio-Luglio mostra un tasso contenuto intorno al 3%, con un rialzo del Tasso % di OOS Totale in Agosto, che ritorna ai livelli di Gennaio, variabile per canale e che raggiunge un valore tra il 3,4 e il 4%.



	% OOS Totale	% su OOS	Var su 2014
Totale Italia	3,2	89	0,1
Iper	3,3	89	0,0
Super >1200mq	3,3	89	0,1
Super <1200mq	3,1	94	0,0



Totale Italia - Anno Progressivo Gen-Ago2015

