

OSA - Barometro

Executive Summary
Maggio 2015



Barometro OSA – Executive Summary

Maggio 2015 - Out-of-Stock al 3,1% e Vendite Perse al 3,6%

- Nel mese di maggio 2015 il Tasso di Out-of-Stock per il Largo Consumo Confezionato è stato pari al 3,1%, in leggero calo (-0,1pti) rispetto allo scorso anno e in miglioramento rispetto ad Aprile (3,8%). Tutti i reparti, con l'eccezione della Cura Persona – in arretramento di 0,2 pti – sono in linea (Drogheria Alimentare e Cura Casa) o in miglioramento rispetto all'anno precedente. Ortofrutta e Bevande sono i reparti con le migliori performance a confronto. Nei primi 5 mesi dell'anno il Tasso di OOS si è assestato al 3,6%, in contenuta crescita di 0,1 pti. Sul 2014.
- La % di Vendite Perse a Maggio è pari al 3,6%, in netto miglioramento sia rispetto ad Aprile (-1,4pti) sia rispetto allo scorso anno (-0,9pti.). Le Bevande confermano la tendenza di riduzione del tasso di Vendite Perse già osservata in Aprile, scendendo di oltre 2pti e registrando un 3,5%; allo stesso modo i Surgelati riducono le vendite perse al 3,3%, con un calo di 1,1pti.
- Come già osservato ad Aprile il miglioramento delle Bevande è generalizzato: le principali Categorie - Acqua (OOS 5,7% e VP 3,7%), Birra (OSA al 3,3% e VP 2,7%), Succhi e Nettare (OOS 2,6% e VP 2,9%) – migliorano significativamente con riduzioni tra 1,2 e 3,1 pti. L'unico reparto in trend negativo a Maggio è la Cura Persona – pure con un tasso di OOS inferiore alla Media Annuale – Maggio 1,8% in crescita di 0,2pti vs Anno 2015 al 2,1.

Le Dinamiche dei Canali

- Le grandi superfici mostrano a Maggio risultati di OOS migliori sia rispetto al 2014 sia rispetto al mese precedente: Gli Ipermercati registrano un tasso di Out-of-Stock del 3,3% (-0,3 su Mag14 e -0,2 su Apr15), mentre i Supermercati Grandi si assestano al 3,0% in calo di 0,3pti sul 2014 e di 0,2pti su Aprile. I Super Piccoli registrano al contrario una performance negativa in confronto al 2014, con un Tasso di OOS del 3,1% (+0,2%).
- Le Vendite Perse in tutti i canali segnano a Maggio un risultato in miglioramento sia sull'anno che sul mese precedente, sia a livello Totale, sia nei singoli reparti: l'indicatore di sintesi si attesta al 3,9 negli Iper, al 3,4 nei Super >1200 e al 3,8 nei Supermercati inferiori ai 1200mq, portando il risultato annuo rispettivamente a 4,6%, 4,5% e 4,5%.
- Negli Ipermercati i miglioramenti più rilevanti si hanno nell'Ortofrutta (-2,4pti e 8% di OOS), nelle Bevande (-0,6pti e 3,2%) e Fresco Confezionato (-0,9pti e 4,3%). In questi reparti le categorie meglio performanti risultano Acqua (-1,9pti e OOS al 7,1); Bevande Piatte (-1,9pti e 3,6%) e Bevande Gassate (-1,7pti e 3,9%). Nei Supermercati Grandi Ortofrutta, Bevande e Surgelati mostrano miglioramenti sull'anno precedente (rispettivamente -3,4pti, -0,8pti e -0,7pti) e i primi due reparti confermano la tendenza anche nei Super Piccoli – unici due reparti in un contesto di variazioni negative su tutti gli altri comparti con Cura Casa e Drogheria Alimentare in maggiore difficoltà (+0,6pti e +0,3pti rispettivamente).
- In quanto a Vendite Perse – il peso nell'Ipermercato si attesta al 3,8%, in miglioramento sull'anno scorso di 1,2pti e su Aprile di 1,5pti. Supermercati Grandi (3,4% di vendite perse) e Super Piccoli (3,8%), mostrano le stesse dinamiche migliorative sul mese precedente, più accentuate (-1pti) nei Super >1200mq che nei Super <1200 (-0,4pti.) portando il risultato dell'Anno Corrente a 4,5% sia per i Super Grandi sia per i Piccoli, con sostanziale stabilità sull'Anno Precedente.

Executive Summary – Tavole di Sintesi



INDICOD-ECR

OSA - Barometro

Executive Summary



Dettaglio

Legenda

Mese

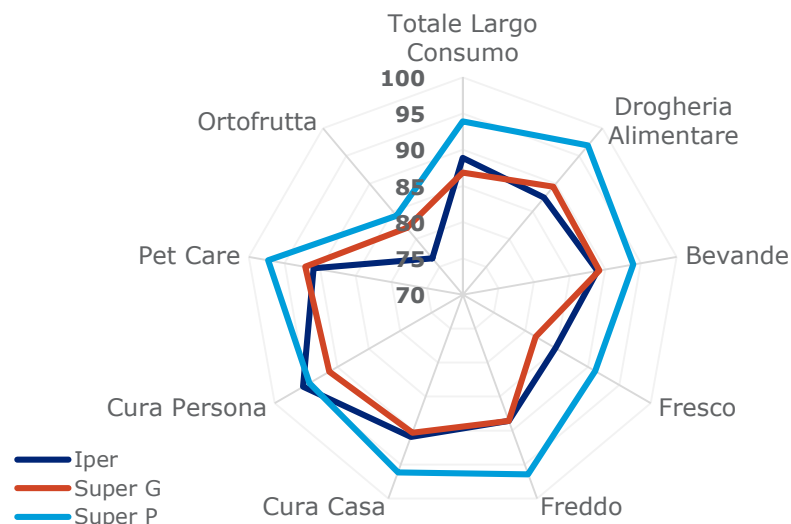
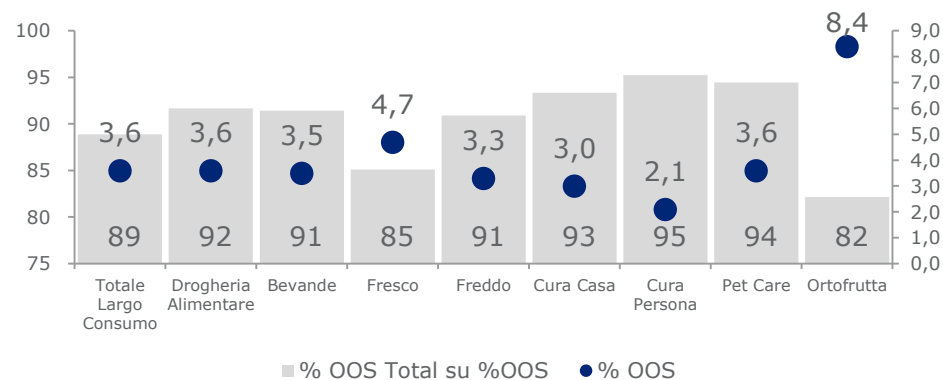
Maggio 2015

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

% OOS Totale e Parziale

Zero Sales all'89% e OOS Parziali

- Tra Gennaio e Maggio 2015 la % di OOS si è attestata al 3,6%: l'indicatore Totale si compone di due fattori, l'OOS Totale (o Zero Sales - Vendite a Zero) e l'OOS Parziale (o Abnormally Low Sales, Vendite Eccezionalmente Basse). L'incidenza delle due componenti varia notevolmente tra Canali e tra Reparti.
- L'OOS Totale include tutte le casistiche in cui un codice prodotto eleggibile per la Rilevazione si trovi in occorrenza di Out Of Stock Totale, ovvero non venda alcun prezzo a fronte della probabilità di vendita. Oltre all'OOS Totale si rileva anche l'OOS Parziale - o Abnormally Low Sales - che vengono calcolate sulla base della distanza tra Vendite Attese per quel prodotto / negozio / periodo e le Vendite effettive.
- A Totale Italia, l'incidenza dell'OOS Totale si avvicina alla Totalità delle Occorrenze - in particolare in Cura Persona e PetCare, mentre all'estremità opposta si collocano Fresco ed Ortofrutta con incidenze dell'85 e 82% di incidenza.
- Per reparti / canali le situazioni sono molto varie, ma alcuni pattern di senso si intravedono:
 - L'incidenza dell'OOS Totale sembra direttamente proporzionale alla Superficie di vendita
 - Fresco e Ortofrutta sono i più toccati da situazioni di abnormally low Sales
 - I Super Piccoli hanno mediamente un'incidenza tra il 97 e il 91% di OOS Totali.



Totale Italia - Anno Progressivo Gen-Mag2015