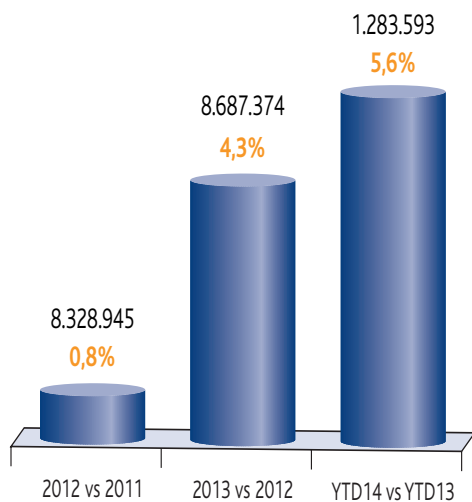


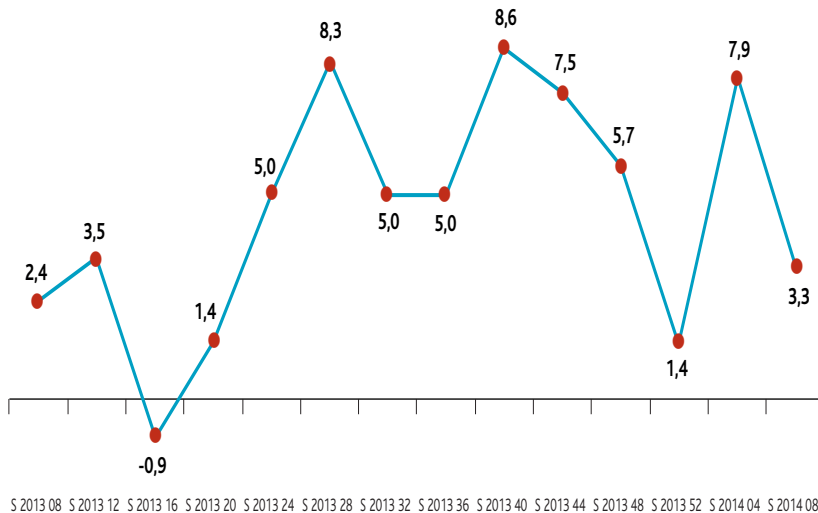
## Evolução do Mercado de Grande Consumo

Mercado (milhares de euros)

% Variação em valor



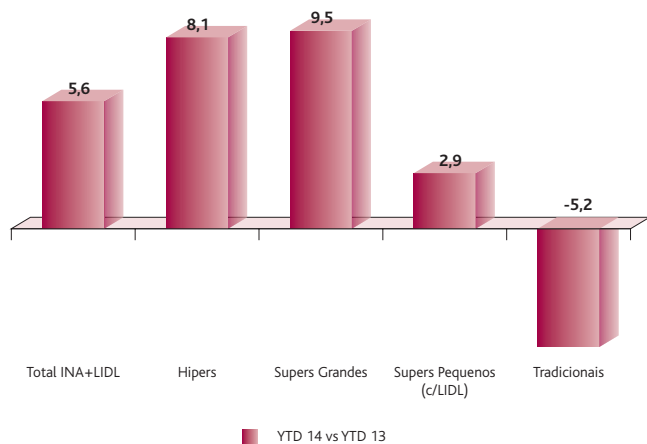
% Variação quadrissemanal em valor vs período homólogo



S 2013 08 S 2013 12 S 2013 16 S 2013 20 S 2013 24 S 2013 28 S 2013 32 S 2013 36 S 2013 40 S 2013 44 S 2013 48 S 2013 52 S 2014 04 S 2014 08

## Análise dos Canais

% Variação em valor vs período homólogo



### Peso Canais para Total Consumo

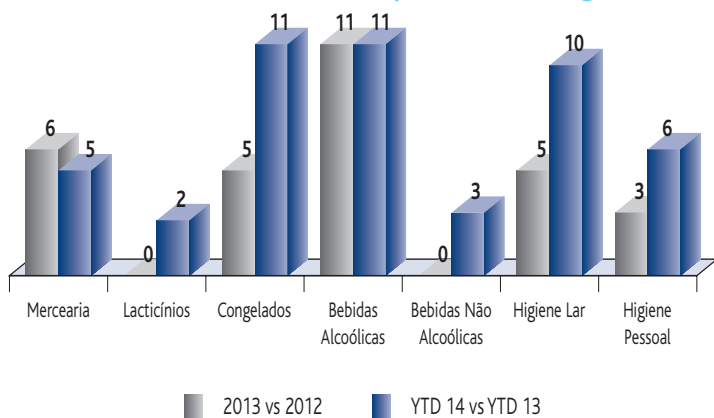
	YTD 13	YTD 14	S 2013 52	S 2014 04	S 2014 08
Hipers	26,6%	27,2%	29,7%	27,7%	26,6%
Supers Grandes	30,3%	31,4%	31,5%	31,5%	31,2%
Supers Pequenos (c/LIDL)	34,7%	33,8%	31,8%	33,1%	34,7%
Tradicionais	8,4%	7,6%	7,0%	7,7%	7,4%

### Variação % Total Consumo

	YTD 14 vs YTD 13	S 2013 52	S 2014 04	S 2014 08
Total INA + LIDL	5,6%	1,4%	7,9%	3,3%
Hipers	8,1%	1,8%	11,9%	4,1%
Supers Grandes	9,5%	4,2%	12,2%	6,8%
Supers Pequenos (c/LIDL)	2,9%	0,6%	3,4%	2,4%
Tradicionais	-5,2%	-8,1%	-2,1%	-8,3%

## Análise das Áreas de Negócio

% Variação em valor vs período homólogo

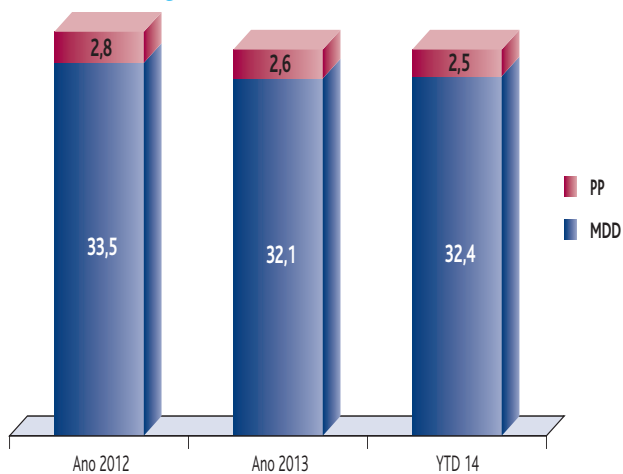


Estratificação das Vendas em Valor

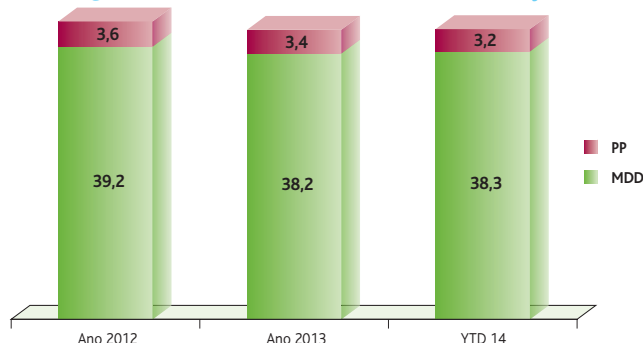
	2012	2013	YTD 2014
Mercearia	37,0	37,5	38,9
Lactícínios	20,1	19,2	19,6
Congelados	6,7	6,7	6,7
Bebidas Alcoólicas	9,8	10,4	9,1
Bebidas Não Alcoólicas	6,6	6,3	5,4
Higiene Lar	8,1	8,2	8,7
Higiene Pessoal	11,8	11,6	11,8

## Análise da Marca de Distribuição + Primeiros Preços

Quota em Valor MDD+PP

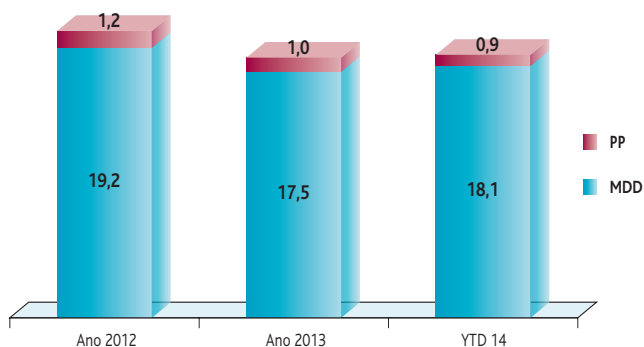


Quota em Valor MDD+PP Alimentação



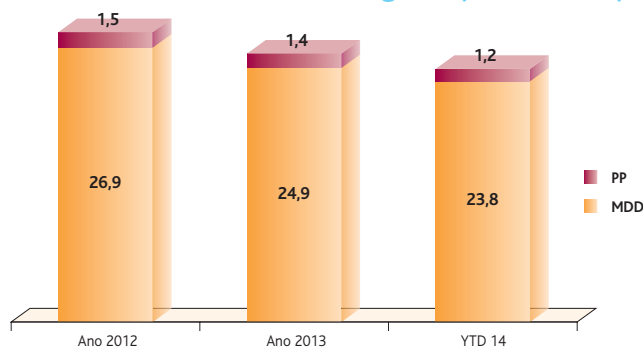
Quota em Valor	MDD		PP	
	Ano 2013	YTD14	Ano 2013	YTD14
Mercearia	39,8	40,0	3,4	3,1
Congelados	44,4	43,3	5,9	6,8
Lactícínios	33,1	33,2	2,5	2,1

Quota em Valor MDD+PP Bebidas



Quota em Valor	MDD		PP	
	Ano 2013	YTD14	Ano 2013	YTD14
Bebidas Alcoólicas	10,5	11,3	0,4	0,3
Bebidas Não Alcoólicas	29,0	29,4	2,0	1,8

Quota em Valor MDD+PP Higiene (Lar+Pessoal)



Quota em Valor	MDD		PP	
	Ano 2013	YTD14	Ano 2013	YTD14
Higiene Lar	29,4	26,8	1,8	1,5
Higiene Pessoal	21,8	21,6	1,2	1,1

# scantrends

