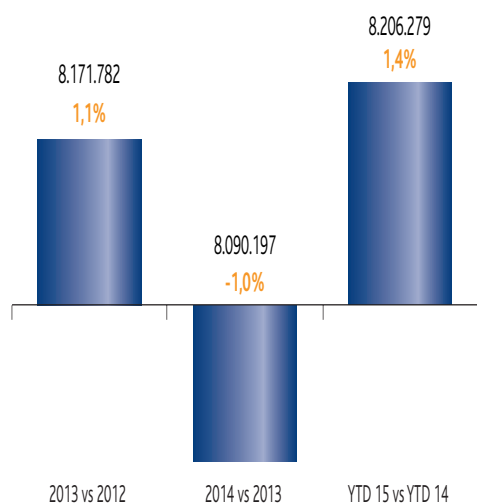


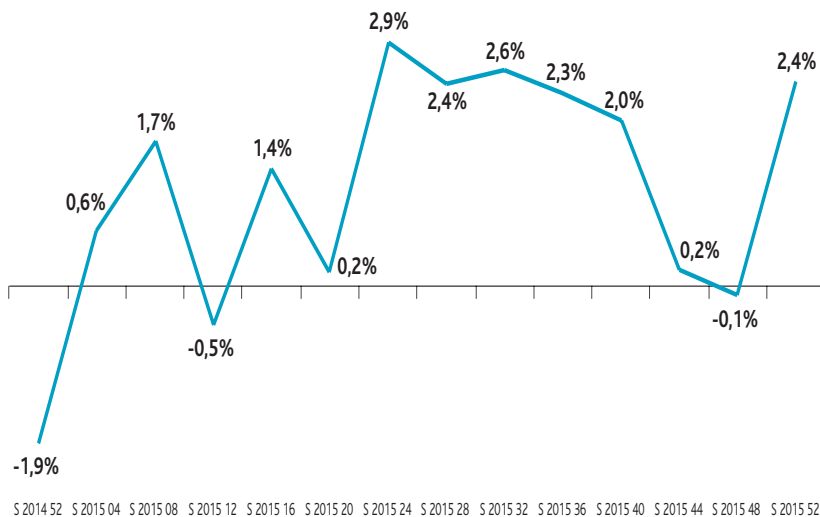
## Evolução do Mercado de Grande Consumo

Mercado (milhares de euros)

% Variação em valor

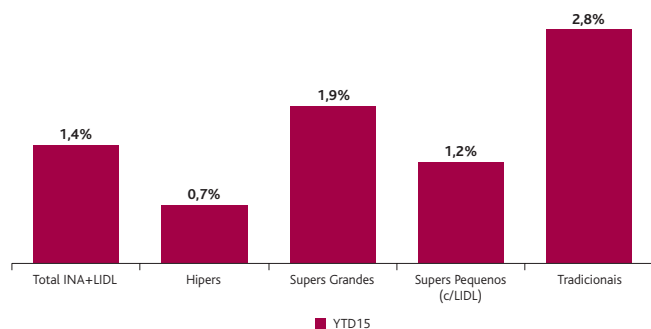


% Variação quadrissemanal em valor vs período homólogo



## Análise dos Canais

% Variação em valor vs período homólogo



Peso Canais para Total Consumo

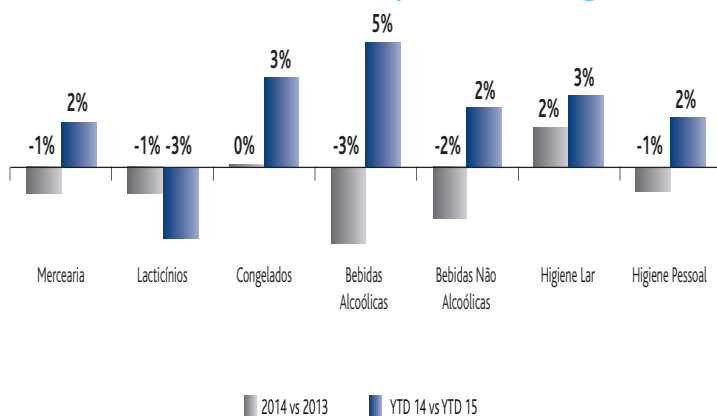
	YTD 14	YTD 15	S 2015 44	S 2015 48	S 2015 52
Hipers	26,3%	26,1%	25,8%	25,9%	29,8%
Supers Grandes	30,8%	30,9%	30,7%	30,6%	31,4%
Supers Pequenos (c/LIDL)	34,8%	34,7%	35,1%	35,1%	31,4%
Tradicionais	8,1%	8,2%	8,4%	8,3%	7,4%

Variação % Total Consumo

	YTD 15	S 2015 44	S 2015 48	S 2015 52
Total INA + LIDL	1,4%	0,2%	-0,1%	2,4%
Hipers	0,7%	-0,5%	-2,8%	3,5%
Supers Grandes	1,9%	0,0%	1,0%	4,5%
Supers Pequenos (c/LIDL)	1,2%	0,6%	1,3%	0,7%
Tradicionais	2,8%	1,4%	-1,6%	-2,6%

## Análise das Áreas de Negócio

% Variação em valor vs período homólogo

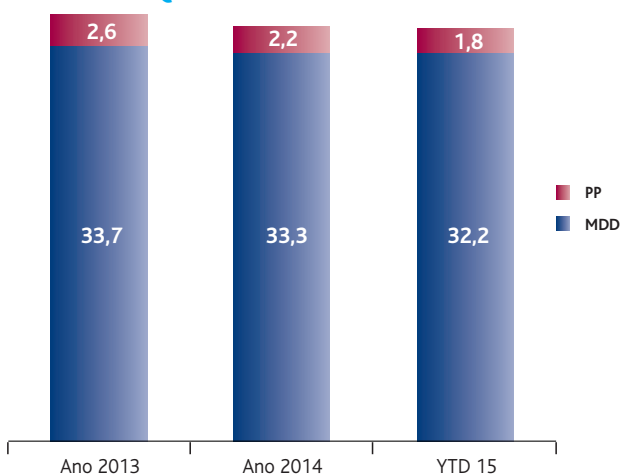


Estratificação das Vendas em Valor

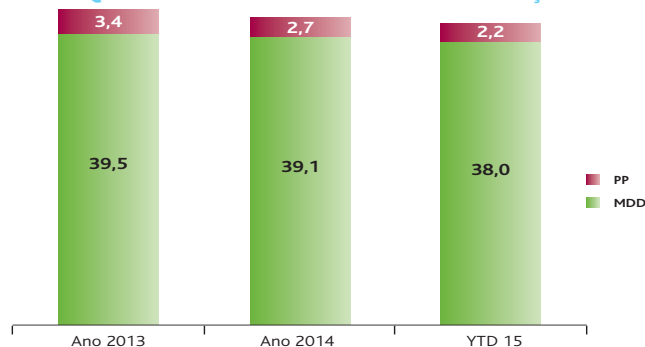
	2013	2014	YTD 15
Mercearia	38,2	38,2	38,3
Lactícínios	19,6	19,6	18,8
Congelados	6,5	6,6	6,7
Bebidas Alcoólicas	10,1	9,9	10,2
Bebidas Não Alcoólicas	6,4	6,3	6,4
Higiene Lar	7,8	8,0	8,1
Higiene Pessoal	11,4	11,4	11,4

## Análise da Marca de Distribuição + Primeiros Preços

Quota em Valor MDD+PP



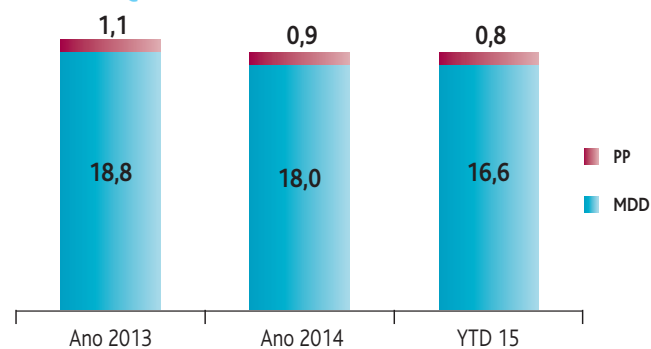
Quota em Valor MDD+PP Alimentação



Quota em Valor

	MDD		PP	
	Ano 2014	YTD 15	Ano 2014	YTD 15
Mercearia	40,8	40,0	2,9	2,4
Congelados	46,2	45,7	4,8	4,0
Lactícínios	33,5	31,3	1,6	1,1

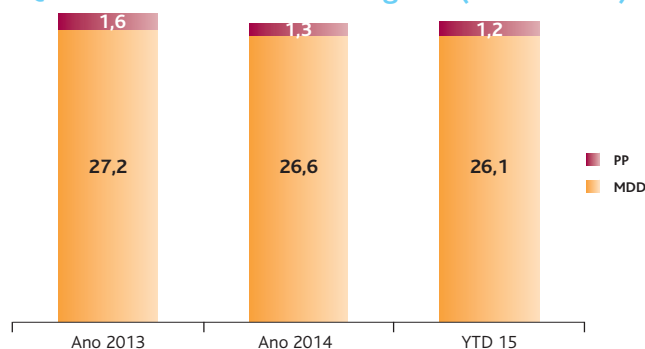
Quota em Valor MDD+PP Bebidas



Quota em Valor

	MDD		PP	
	Ano 2014	YTD 15	Ano 2014	YTD 15
Bebidas Alcoólicas	11,1	10,2	0,3	0,3
Bebidas Não Alcoólicas	28,8	26,9	1,8	1,7

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



Quota em Valor

	MDD		PP	
	Ano 2014	YTD 15	Ano 2014	YTD 15
Higiene Lar	31,6	31,0	1,7	1,7
Higiene Pessoal	23,1	22,7	1,1	0,9

# scantrends

