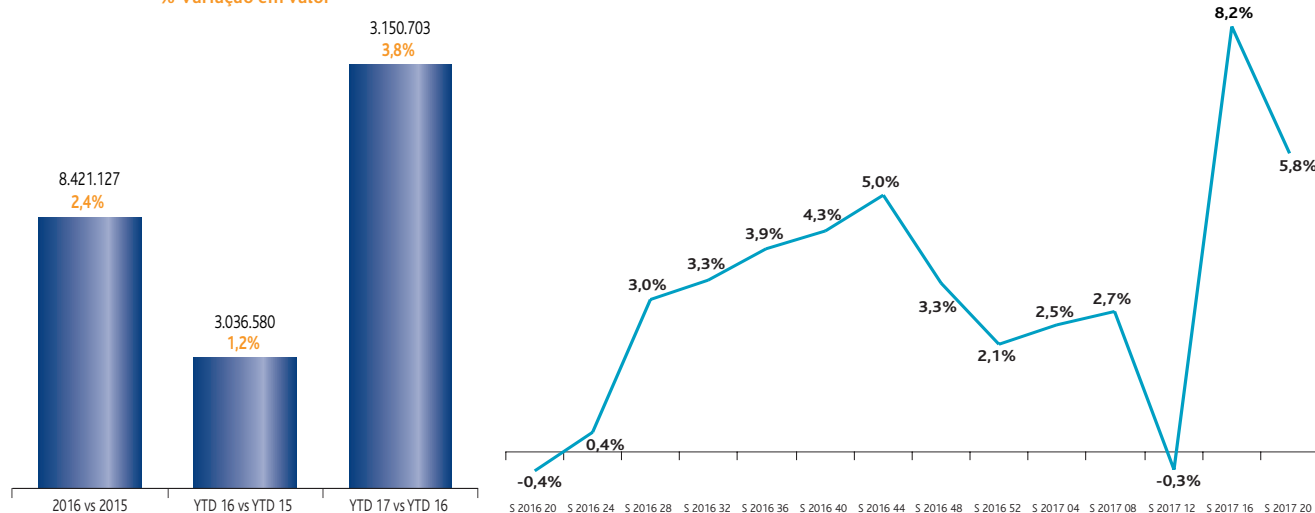


## Evolução do Mercado de Grande Consumo

Mercado (milhares de euros)

% Variação em valor

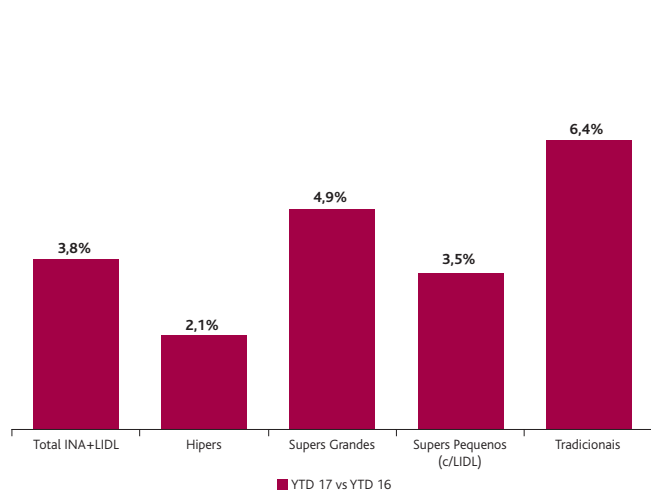
% Variação quadrissemanal em valor vs período homólogo



## Análise dos Canais

% Variação em valor vs período homólogo

Peso Canais para Total Consumo



	YTD 16	YTD 17	S 2017 12	S 2017 16	S 2017 20
Hipers	26,3%	25,9%	26,3%	25,6%	25,2%
Supers Grandes	31,3%	31,7%	31,6%	32,1%	31,7%
Supers Pequenos (c/LIDL)	34,6%	34,5%	34,2%	34,4%	35,3%
Tradicionalis	7,8%	8,0%	7,9%	7,9%	7,9%

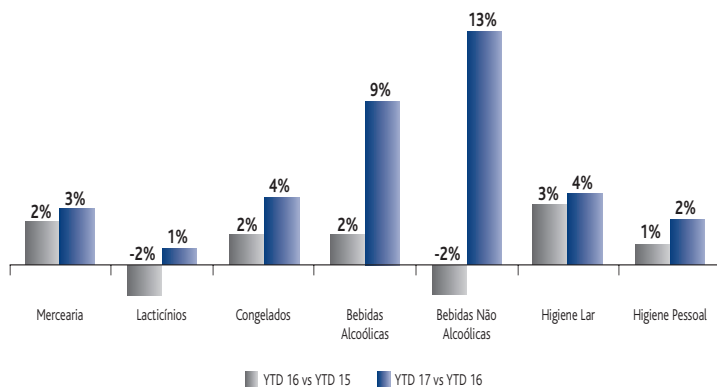
Variação % Total Consumo

	YTD 17	S 2016 12	S 2017 16	S 2017 20
Total INA + LIDL	3,8%	-0,3%	8,2%	5,8%
Hipers	2,1%	-1,1%	6,4%	2,0%
Supers Grandes	4,9%	0,0%	11,4%	6,4%
Supers Pequenos (c/LIDL)	3,5%	-1,2%	6,6%	7,2%
Tradicionalis	6,4%	4,9%	9,1%	9,5%

# scan trends

## Análise das Áreas de Negócio

% Variação em valor vs período homólogo

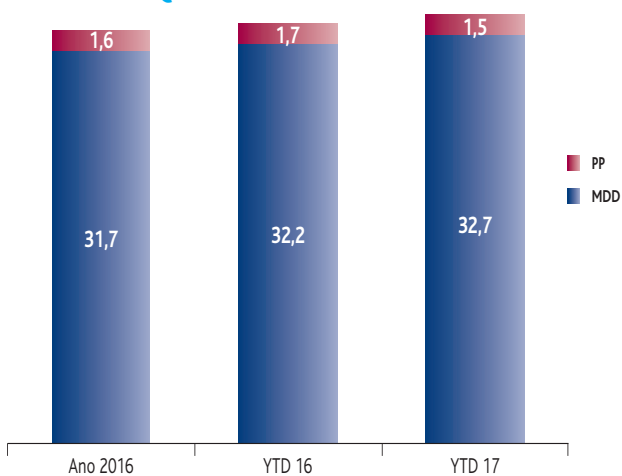


## Estratificação das Vendas em Valor

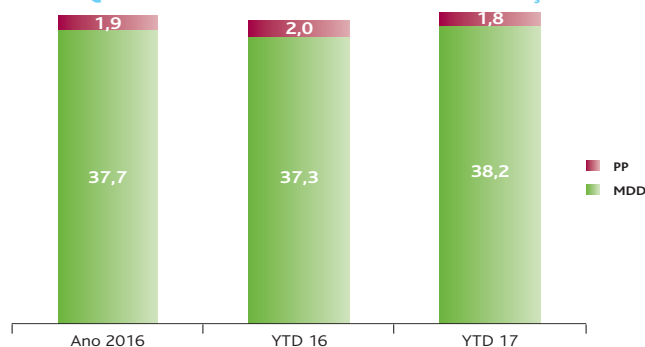
	2016	YTD 16	YTD 17
Mercearia	38,5	40,0	39,7
Lactínicos	18,4	19,2	18,7
Congelados	6,8	6,5	6,5
Bebidas Alcoólicas	10,4	8,8	9,3
Bebidas Não Alcoólicas	6,5	5,8	6,3
Higiene Lar	8,1	8,3	8,3
Higiene Pessoal	11,3	11,4	11,2

## Análise da Marca de Distribuição + Primeiros Preços

### Quota em Valor MDD+PP

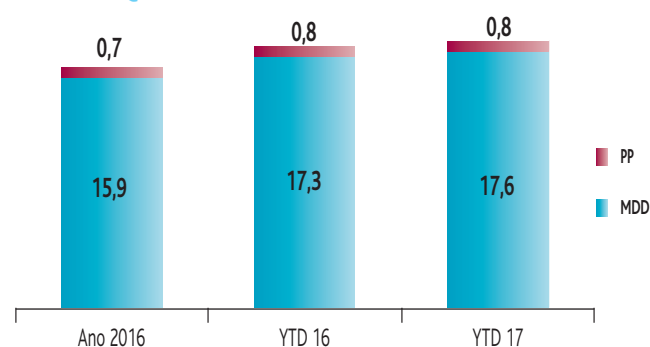


### Quota em Valor MDD+PP Alimentação



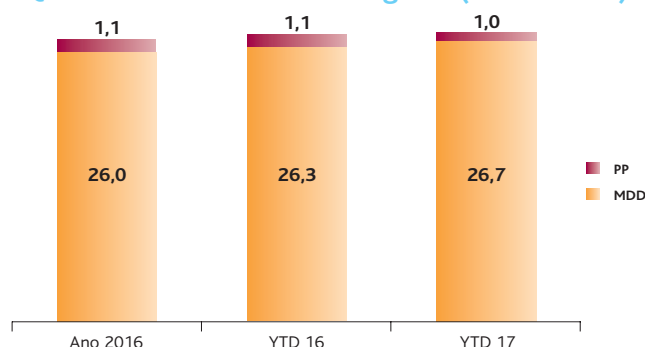
Quota em Valor	MDD		PP	
	YTD 16	YTD 17	YTD 16	YTD 17
Mercearia	39,5	40,5	2,2	1,9
Congelados	45,1	44,3	3,5	3,1
Lactínicos	30,1	31,0	1,1	0,9

### Quota em Valor MDD+PP Bebidas



Quota em Valor	MDD		PP	
	YTD 16	YTD 17	YTD 16	YTD 17
Bebidas Alcoólicas	11,0	11,0	0,3	0,3
Bebidas Não Alcoólicas	27,0	27,5	1,5	1,5

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



Quota em Valor	MDD		PP	
	YTD 16	YTD 17	YTD 16	YTD 17
Higiene Lar	30,2	29,6	1,5	1,4
Higiene Pessoal	23,4	24,6	0,9	0,7

# scan trends

