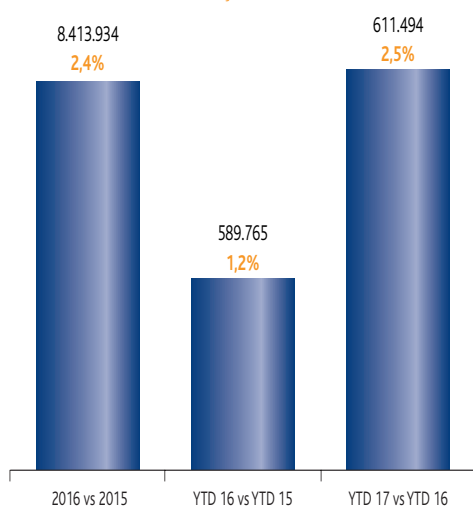


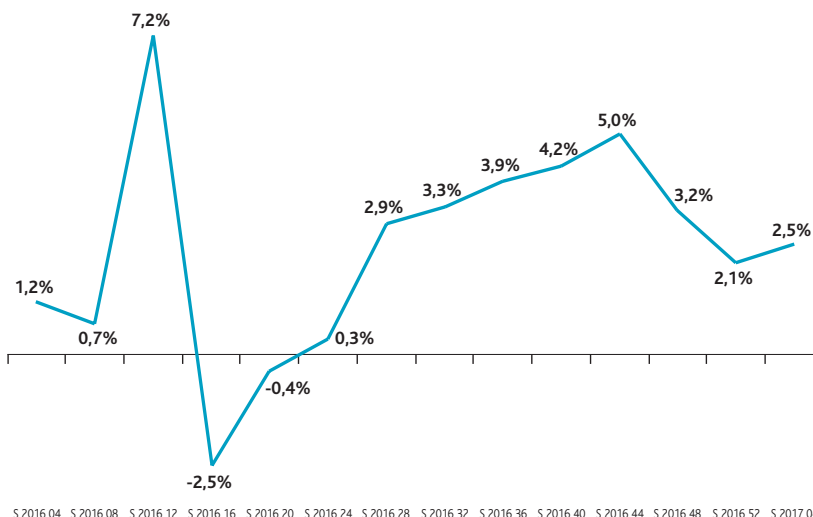
## Evolução do Mercado de Grande Consumo

### Mercado (milhares de euros)

% Variação em valor

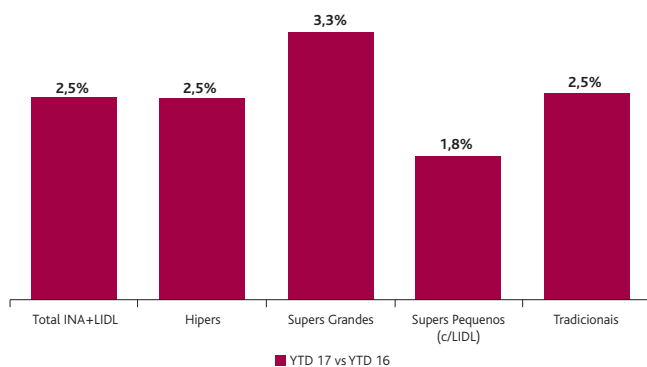


### % Variação quadrissemanal em valor vs período homólogo



## Análise dos Canais

### % Variação em valor vs período homólogo



### Peso Canais para Total Consumo

	YTD 16	YTD 17	S 2016 48	S 2016 52	S 2017 04
Hipers	26,3%	26,3%	26,9%	28,9%	26,3%
Supers Grandes	31,1%	31,4%	30,7%	31,7%	31,4%
Supers Pequenos (c/LIDL)	34,3%	34,0%	34,6%	32,0%	34,0%
Tradicionalis	8,3%	8,3%	7,7%	7,4%	8,3%

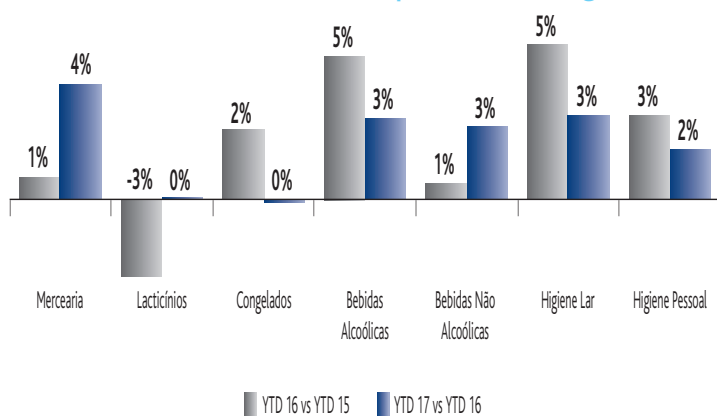
### Variação % Total Consumo

	YTD 17	S 2016 48	S 2016 52	S 2017 04
Total INA + LIDL	2,5%	3,2%	2,1%	2,5%
Hipers	2,5%	4,2%	-0,5%	2,5%
Supers Grandes	3,3%	2,9%	2,2%	3,3%
Supers Pequenos (c/LIDL)	1,8%	3,8%	4,3%	1,8%
Tradicionalis	2,5%	-1,4%	2,8%	2,5%

# scan trends

## Análise das Áreas de Negócio

% Variação em valor vs período homólogo

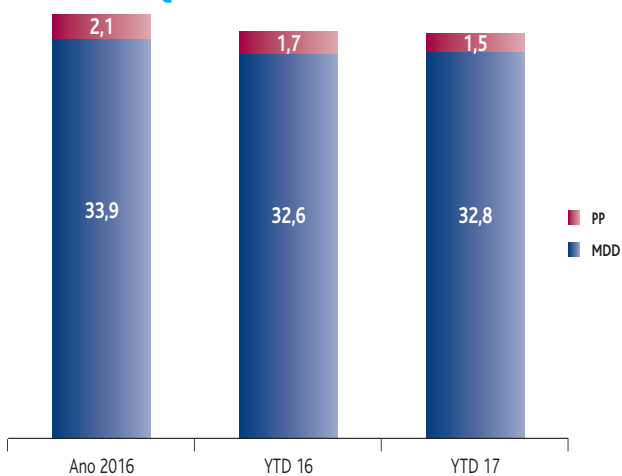


## Estratificação das Vendas em Valor

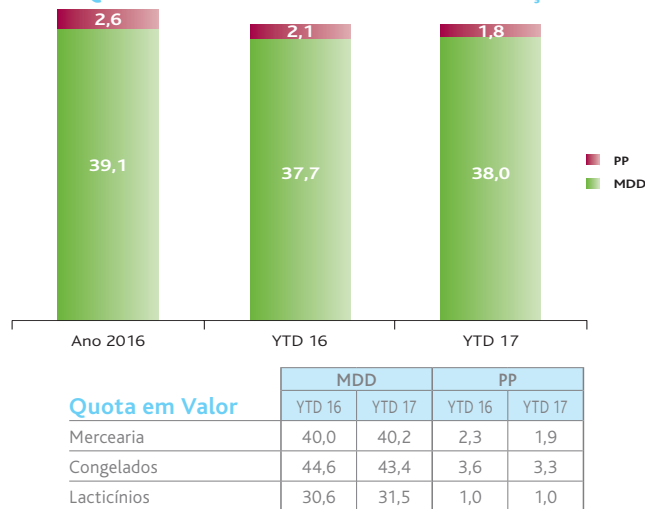
	2016	YTD 16	YTD 17
Mercearia	38,5	39,7	40,3
Lactínicos	18,4	19,2	18,8
Congelados	6,8	6,5	6,3
Bebidas Alcoólicas	10,4	7,9	8,0
Bebidas Não Alcoólicas	6,5	5,6	5,6
Higiene Lar	8,1	9,0	9,1
Higiene Pessoal	11,3	12,1	12,0

## Análise da Marca de Distribuição + Primeiros Preços

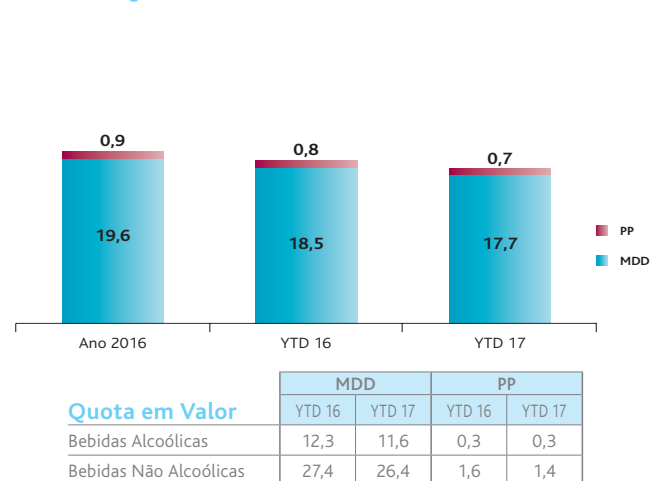
### Quota em Valor MDD+PP



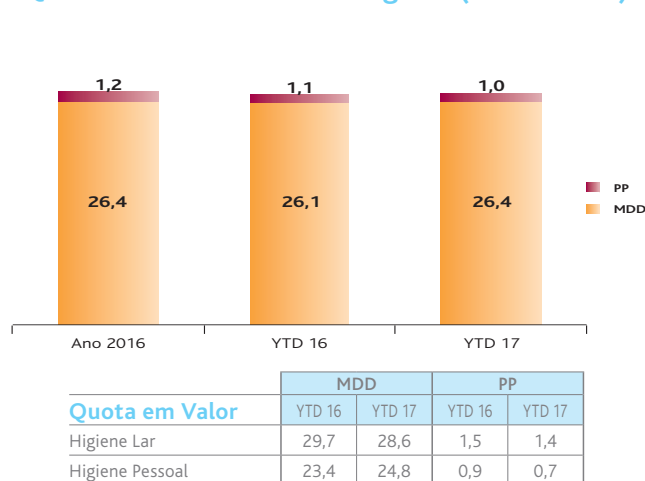
### Quota em Valor MDD+PP Alimentação



### Quota em Valor MDD+PP Bebidas

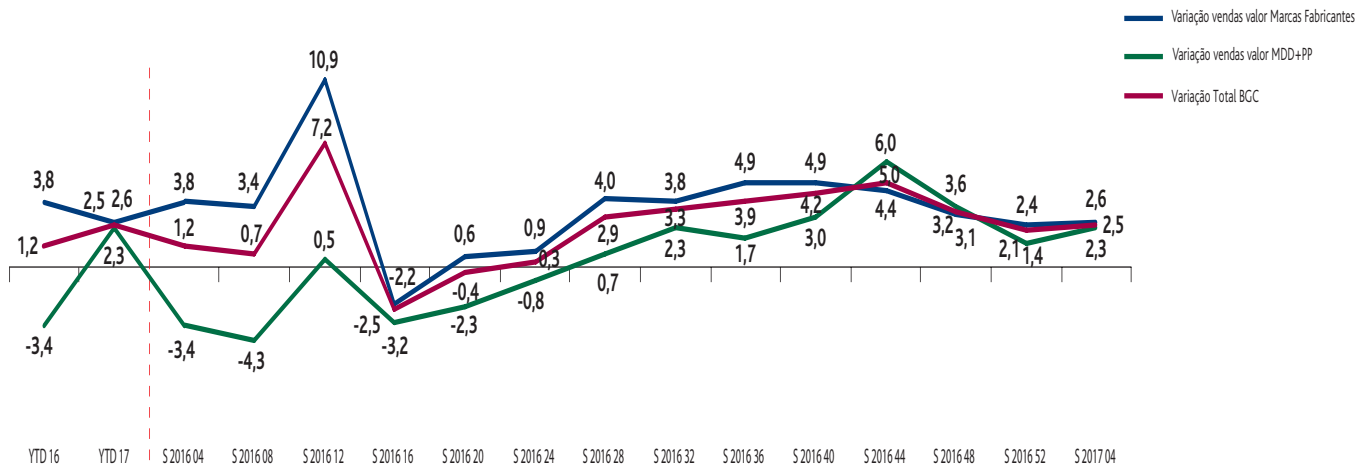


### Quota em Valor MDD+PP Higiene (Lar+Pessoal)



# scantrends

## Total BGC



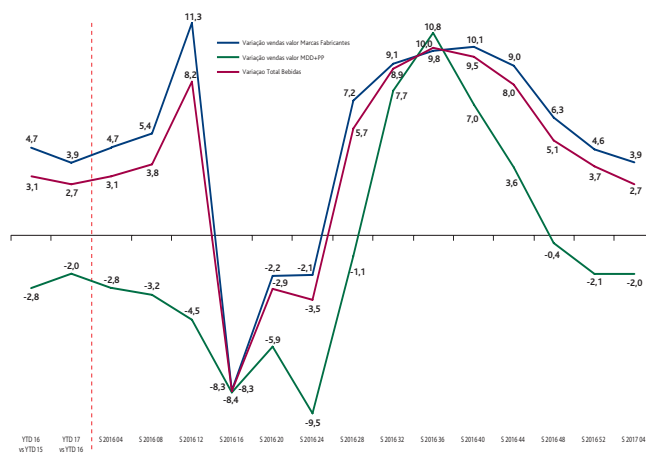
## Alimentação

% Variação quadrissemanal em valor vs período homólogo



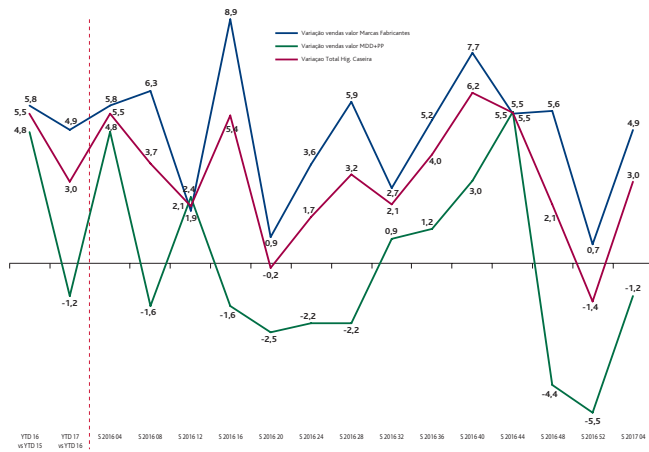
## Bebidas

% Variação quadrissemanal em valor vs período homólogo



## Higiene Lar

% Variação quadrissemanal em valor vs período homólogo



## Higiene Pessoal

% Variação quadrissemanal em valor vs período homólogo

