Bens de Grande Consumo em Portugal crescem 3,5% até setembro apesar de (quase) manterem volume de vendas

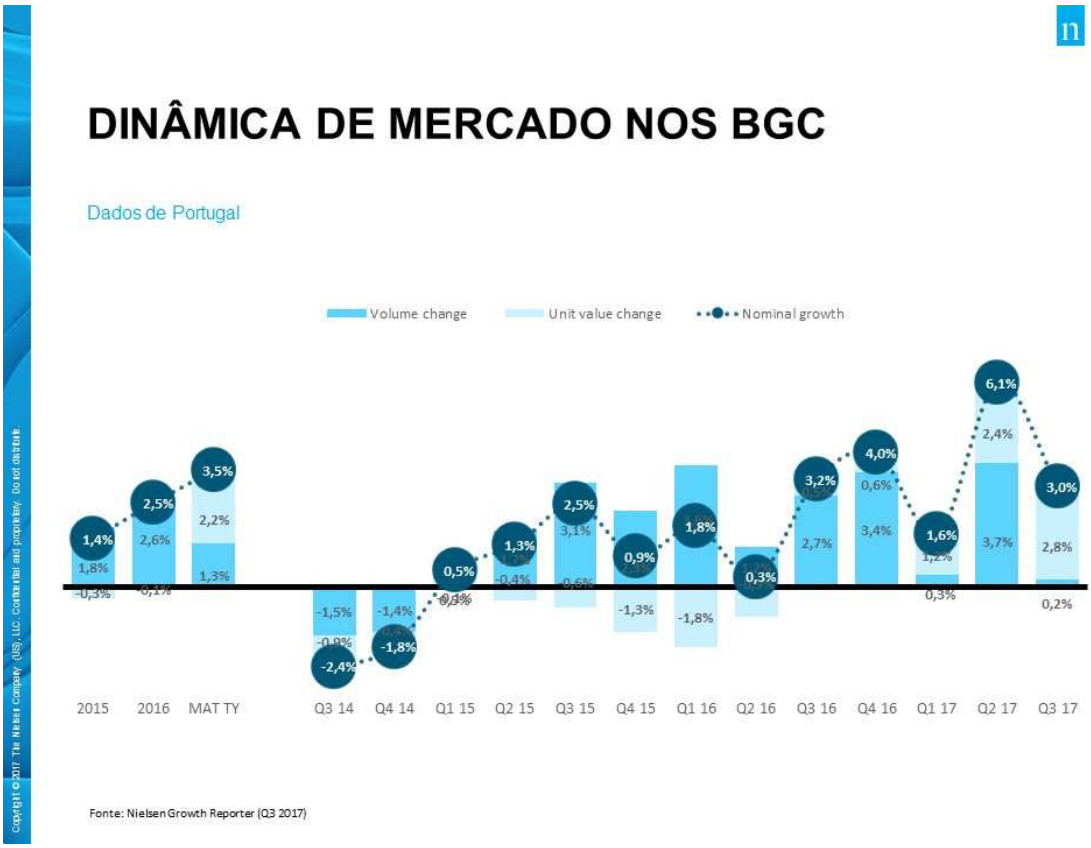
hipersuper.pt/2017/11/28/bens-grande-consumo-portugal-crescem-35-ate-setembro-apesar-quase-manterem-volume-vendas/

Ana Catarina Monteiro 28-11-2017

O mercado de Bens de Grande Consumo (BCG) em Portugal cresceu 0,2% em volume e 3% em valor de vendas no terceiro trimestre do ano face ao período homólogo do ano transato. O País está entre os dez países da Europa cujas vendas de BCG mais cresceram, de acordo com o relatório Growth Reporter da consultora Nielsen.

A evolução dos preços e a subida em valor do mercado nacional de BCG mantêm-se acima da média europeia, já que no conjunto dos países europeus o crescimento do mercado foi de 2,8% em valor (+1,7 pontos percentuais face à subida registada no terceiro trimestre de 2016) e de 0,3% em volume.

Até ao final do terceiro trimestre de 2017, as vendas de BCG em Portugal cresceram 3,5% em valor (1,3% em volume) devido sobretudo às categorias de bebidas (que apresenta um aumento de 9% no que diz respeito às alcoólicas, face aos nove primeiros meses de 2016, e de 6% nas alcoólicas); congelados (3%), higiene do lar (3%) e mercearia (3%). Não obstante, os produtos de higiene pessoal (2%) e os lacticínios (1%) também estão em crescimento.



“No acumulado até ao 3º trimestre confirma-se a inversão de tendências no que diz respeito às marcas: as da distribuição crescem 3,9%, nomeadamente através das categorias de bebidas e higiene pessoal, ultrapassando as de fabricante, as quais derraparam em 3,3%”, destaca Ana Paula Barbosa, Retailer Services Director da Nielsen.

Para o último trimestre do ano, a responsável prevê um reforço da tendência de um consumo mais “premium”, à medida que “aumenta a confiança” dos portugueses. “O consumidor procura produtos de qualidade e, fundamentalmente, uma experiência associada ao consumo, estando assim disponível para pagar preços mais elevados. No próximo trimestre, esta pode ser uma oportunidade para aumentar as vendas em valor, uma vez que será desafiante crescer ainda mais em volume sobre um período homólogo em que o mercado já crescia 3,4%”, explica Ana Paula Barbosa.

Copyright © 2016 Hipersuper