Data: 2018/03/06 I-PRINCIPAL

## Compras. Consumo de marcas brancas volta a subir

A quota de mercado das marcas brancas tem vindo a aumentar. Só no primeiro semestre do ano passado cresceu $4,2 \%$. A pensar no seu peso e importância, os dois maiores operadores do retalho alimentar em Portugal, Continente e Pingo Doce, continuam a apostar na inovação e diversidade dos produtos das suas marcas próprias. A associação do setor admite que este segmento já tem um conjunto de consumidores fiéis

## Números

## $34 \%$

de quota de mercado para as marcas brancas no primeiro semestre de 2017

250
novos produtos por ano, em média, da marca própria Continente
200
produtos da marca própria Pingo Doce reformulados e melhorados em 2017

## ZOOM

zoom@ionline.pt
As marcas de distribuição (vulgarmente conhecidas como marcas brancas) atingiram, no primeiro semestre de 2017, uma quota de mercado de $34 \%$, o que representa um aumento de $4,2 \%$ face a 2016. Os dados são do Barómetro de Vendas da Associação Portuguesa de Empresas de Distribuição (APED).
Ao longo dos últimos anos, os valores de quota de mercado das marcas de distribuição têm-se mantido estáveis, registando apenas ligeiras variações, explica a associaçāo.
Para a APED, a evolução da quota de mercado das marcas de distribuição comprova que estas marcas contam com um conjunto de consumidores bastante fiéis que as procuram "não só pelo preço, mas também pela qualidade e excelência que as caracterizam"
A verdade é que as marcas de distribuição vieram trazer uma nova dinâmica ao mercado, apostando na inovação e diversidade. Atualmente, as suas gamas de produtos são cada vez mais alargadas com, por exemplo, "alimentos que se destinam a clientes com necessidades alimentares especiais, tais como vegetarianos, intolerantes à lactose ou ao glúten ou produtos na categoria da eletrónica de consumo", refere a associação ao $i$.
A marca própria do Continente, um dos maiores operadores do retalho alimentar em Portugal, representa 26 a $27 \%$ das vendas em valor e mais de $40 \%$ das vendas em volume nas lojas do grupo. A informação foi divulgada em outubro do ano passado, na altura da celebração dos 25 anos do lançamento da marca de distribuiçāo. Em termos de números, $94,6 \%$ dos clientes do retalhista compraram, pelo menos, um produto da marca própria.
O Continente faz uma forte aposta na sua marca de distribuição e lança, em média, 250 novos produtos por ano, A qualidade é uma das preocupaçōes,

por isso há uma equipa responsável por encontrar os melhores produtores para parceria, sendo sempre privilegiada a produçảo nacional. Por exemplo, até setembro do ano passado, o Continente comprou mais de 20 milhões de litros de leite produzido em Portugal e vendeu mais de 20 milhōes de iogurtes feitos com leite nacional.
De um modo geral, o Continente vendeu, até setembro de 2017, mais de 255 milhōes de unidades produzidas nas fábricas portuguesas.
O retalhista tenta também manter-se em constante inovação. Em outubro de 2017 decidiu mudar a linha estética de quatro mil produtos.
Além da renovação visual, houve ainda uma reorganização da marca que aposta na diversidade de produtos para os diferentes tipos de consumidores. A marca própria do Continente está dividida em três categorias: Continente (com o cabaz habitual de compras), Continente Seleção (com produtos diferenciados e de qualidade superior) e Continente Equilibrio (com artigos mais saudáveis).
De acordo com o site oficial do retalhista Pingo Doce, no primeiro semestre de

Segundo a APED, os consumidores já não procuram as marcas brancas "só pelo preço, mas também pela qualidade e excelência"
shutriestock

Para a APED, as marcas brancas já têm "um conjunto de consumidores bastante fiéis"

## Marcas de fabricante tiveram diminuição

 da quota de mercado, mas continuam a dominarData: 2018/03/06 I-PRINCIPAL
Título: Portugueses continuam rendidos às marcas brancas
Tema: Centromarca
Periodicidade: Diaria
Âmbito: Nacional
Temática:
Generalista

| Pág.: | 21 |
| :--- | :--- |
| GRP: |  |
| Inv.: | $25992.84 €$ |
| Tiragem: | 11449 |
| Área: | 279788 mm 2 |

共 $+1,5$



