

**MDD SÓ CRECEM ACIMA DAS MARCAS DE FABRICANTE NA HIGIENE PESSOAL****22 MARÇO 2018**

A categoria da higiene pessoal foi a única onde as marcas de distribuição (MDD+PP) registaram um crescimento acima das marcas de fabricante, no período de 29 de janeiro a 25 de fevereiro.

De acordo com os dados da Nielsen, na segunda quadrissemana do ano, as MDD cresceram 2,9%, o que compara com os 1,3% das marcas de fabricante na higiene e beleza. Globalmente, esta categoria registou um dinamismo de 1,7%.

Desempenho que contrasta com o da higiene do lar, a única categoria analisada pela Nielsen que apresentou decréscimos (-0,8%), pela primeira vez desde há quase um ano. Esta descida é atribuída à contração de 2,7% das MDD+PP, já que as marcas de fabricante mantiveram-se estáveis em relação ao período homólogo (0%).

No mesmo período, a alimentação apresentou uma variação positiva de 4,9%. Ao contrário da quadrissemana anterior, destacaram-se as marcas de fabricante com um crescimento de 6% versus os 3,4% nas MDD+PP.

Mas foras as bebidas que apresentaram o aumento mais significativo, com um crescimento de 8,5%. Desta vez, ao contrário daquilo que é habitual, as marcas de fabricante destacaram-se claramente, com um crescimento de 9,5% que compara com os 3,9% das MDD+PP.

Globalmente, os bens de grande consumo cresceram 4,6% na segunda quadrissemana do ano, sobre um período homólogo em que já evoluíam 2,5%. As marcas de fabricante apresentam um dinamismo de 5,5%, superior ao das marcas da distribuição, que cresceram 3%.