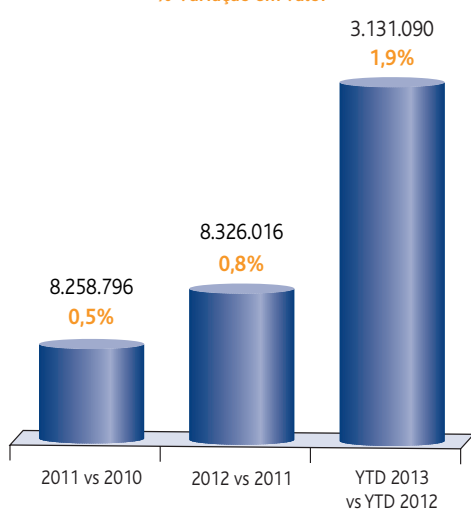


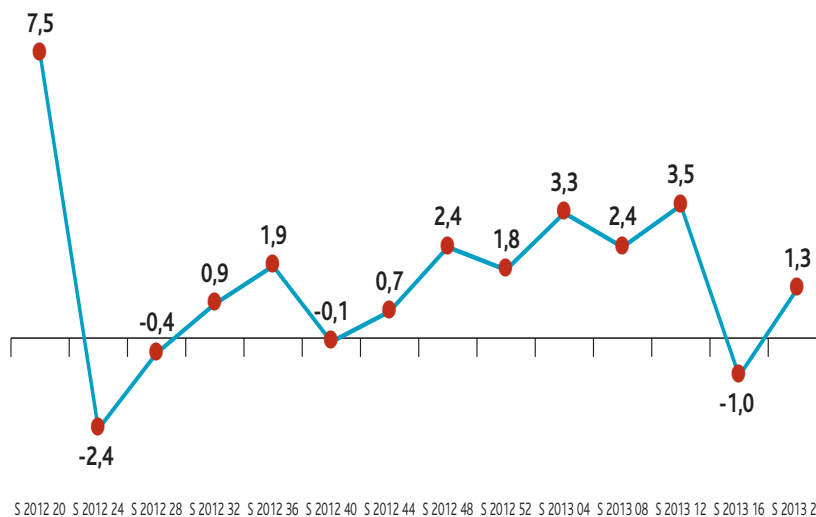
Evolução do Mercado de Grande Consumo

Mercado (milhares de euros)

% Variação em valor



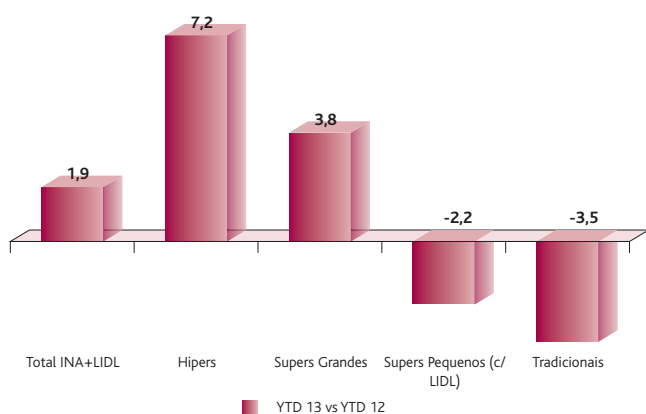
% Variação quadrissemanal em valor vs período homólogo



S 2012 20 S 2012 24 S 2012 28 S 2012 32 S 2012 36 S 2012 40 S 2012 44 S 2012 48 S 2012 52 S 2013 04 S 2013 08 S 2013 12 S 2013 16 S 2013 20

Análise dos Canais

% Variação em valor vs período homólogo



Peso Canais para Total Consumo

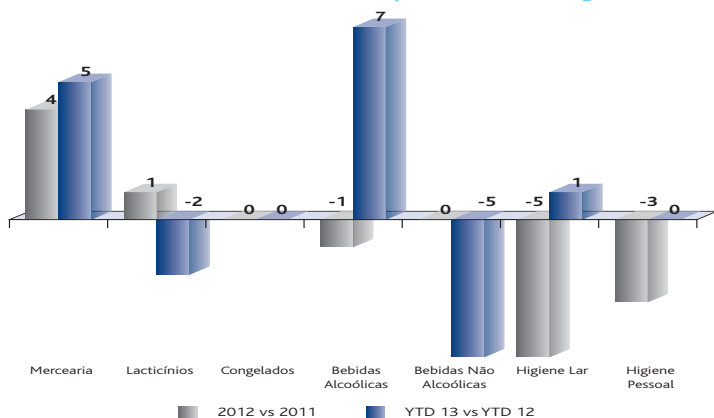
	YTD 12	YTD 13	S 2013 12	S 2013 16	S 2013 20
Hipers	25,1%	26,4%	26,3%	25,9%	26,6%
Supers Grandes	30,1%	30,7%	30,2%	30,9%	31,8%
Supers Pequenos (c/LIDL)	36,1%	34,7%	35,2%	34,9%	34,0%
Tradicionais	8,7%	8,2%	8,3%	8,3%	7,7%

Variação % Total Consumo

	YTD 13 vs YTD 12	S 2012 12	S 2013 16	S 2013 20
Total INA + LIDL	1,9%	3,5%	-1,0%	1,3%
Hipers	7,2%	11,2%	1,8%	6,4%
Supers Grandes	3,8%	3,4%	0,7%	7,0%
Supers Pequenos (c/LIDL)	-2,2%	-0,2%	-4,1%	-6,0%
Tradicionais	-3,5%	-2,3%	-1,9%	-2,8%

Análise das Áreas de Negócio

% Variação em valor vs período homólogo

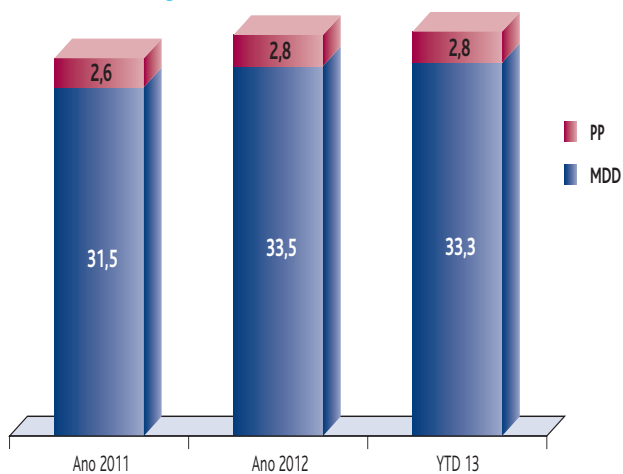


Estratificação das Vendas em Valor

	2011	2012	YTD 2013
Mercearia	35,8	37,0	38,9
Lacticínios	20,1	20,1	20,0
Congelados	6,7	6,7	6,4
Bebidas Alcoólicas	10,0	9,9	9,0
Bebidas Não Alcoólicas	6,6	6,6	5,8
Higiene Lar	8,5	8,1	8,3
Higiene Pessoal	12,2	11,8	11,7

Análise da Marca de Distribuição + Primeiros Preços

Quota em Valor MDD+PP

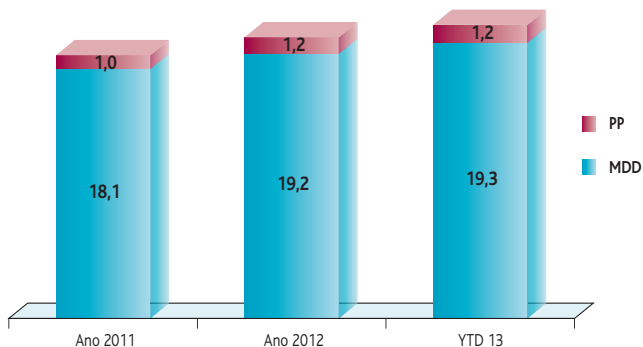


Quota em Valor MDD+PP Alimentação



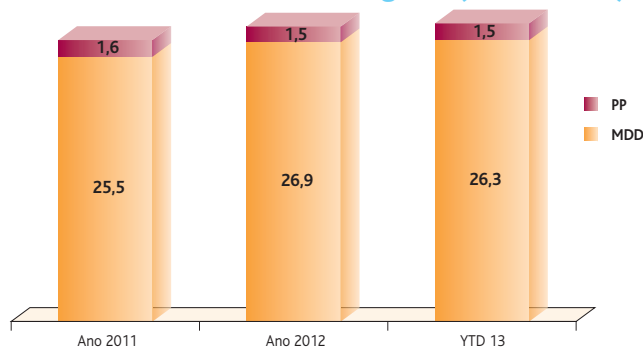
Quota em Valor	MDD		PP	
	Ano 2012	YTD 2013	Ano 2012	YTD 2013
Mercearia	40,2	39,8	3,5	3,6
Congelados	47,9	46,0	6,5	6,4
Lacticínios	34,3	33,8	2,8	2,6

Quota em Valor MDD+PP Bebidas



Quota em Valor	MDD		PP	
	Ano 2012	YTD 2013	Ano 2012	YTD 2013
Bebidas Alcoólicas	10,9	11,6	0,5	0,5
Bebidas Não Alcoólicas	31,5	31,2	2,3	2,2

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



Quota em Valor	MDD		PP	
	Ano 2012	YTD 2013	Ano 2012	YTD 2013
Higiene Lar	32,9	31,1	1,8	1,9
Higiene Pessoal	22,8	23,0	1,3	1,3

scan trends

