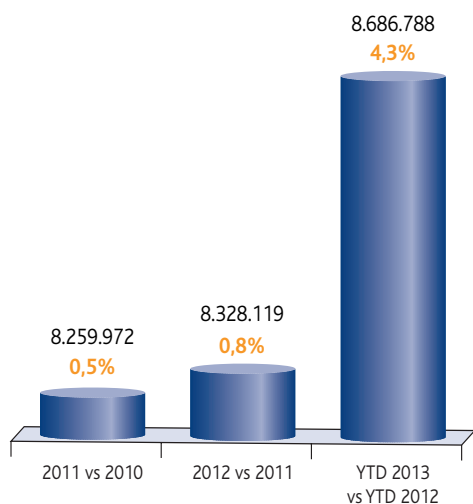


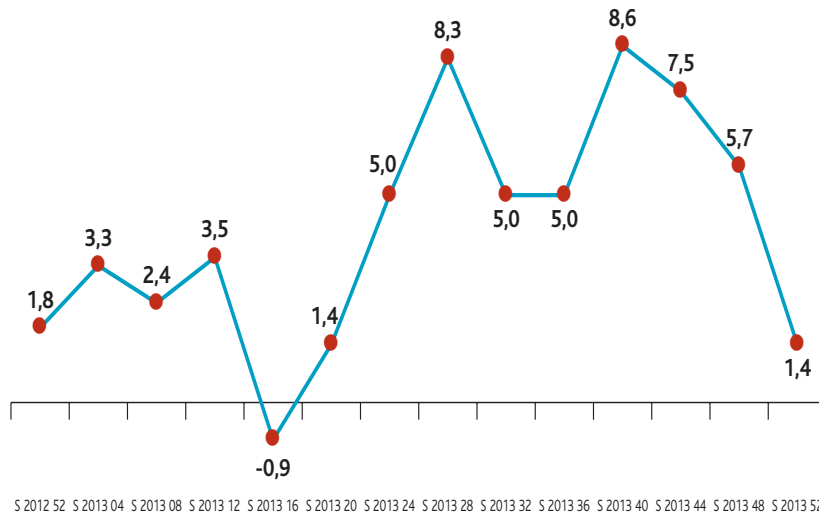
Evolução do Mercado de Grande Consumo

Mercado (milhares de euros)

% Variação em valor



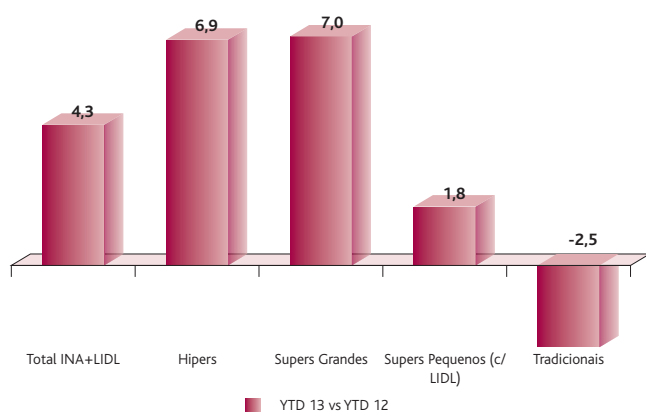
% Variação quadrissemanal em valor vs período homólogo



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

Análise dos Canais

% Variação em valor vs período homólogo



Peso Canais para Total Consumo

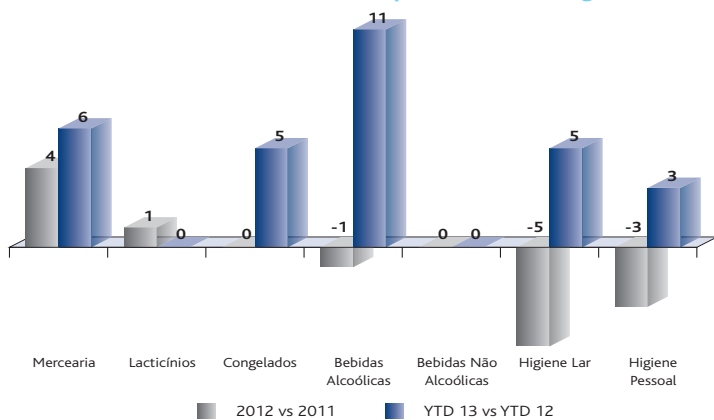
	YTD 12	YTD 13	S 2013 44	S 2013 48	S 2013 52
Hipers	25,7%	26,3%	26,1%	26,5%	29,7%
Supers Grandes	30,1%	30,9%	30,9%	30,8%	31,5%
Supers Pequenos (c/LIDL)	35,7%	34,8%	34,9%	34,9%	31,7%
Tradicionais	8,5%	8,0%	8,0%	7,8%	7,0%

Variação % Total Consumo

	YTD 13 vs YTD 12	S 2013 44	S 2013 48	S 2013 52
Total INA + LIDL	4,3%	7,5%	5,7%	1,4%
Hipers	6,9%	11,2%	5,1%	1,9%
Supers Grandes	7,0%	12,4%	10,7%	4,2%
Supers Pequenos (c/LIDL)	1,8%	3,3%	4,4%	0,5%
Tradicionais	-2,5%	-2,0%	-3,6%	-8,1%

Análise das Áreas de Negócio

% Variação em valor vs período homólogo

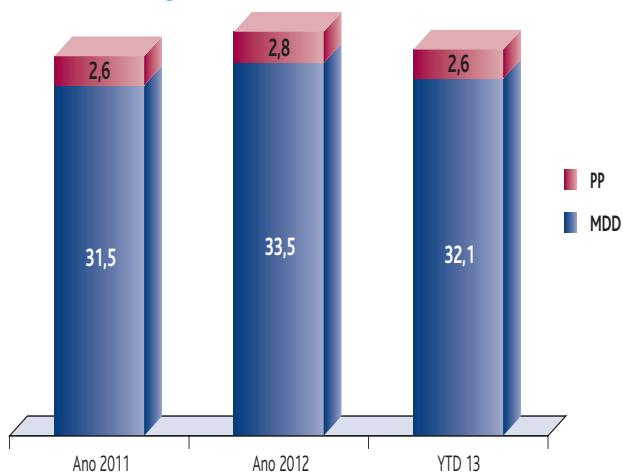


Estratificação das Vendas em Valor

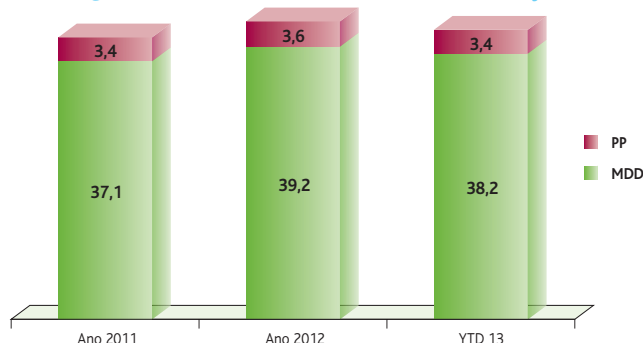
	2011	2012	YTD 2013
Mercearia	35,8	37,0	37,5
Lactícnios	20,1	20,1	19,2
Congelados	6,7	6,7	6,7
Bebidas Alcoólicas	10,0	9,8	10,4
Bebidas Não Alcoólicas	6,6	6,6	6,3
Higiene Lar	8,5	8,1	8,2
Higiene Pessoal	12,2	11,8	11,6

Análise da Marca de Distribuição + Primeiros Preços

Quota em Valor MDD+PP

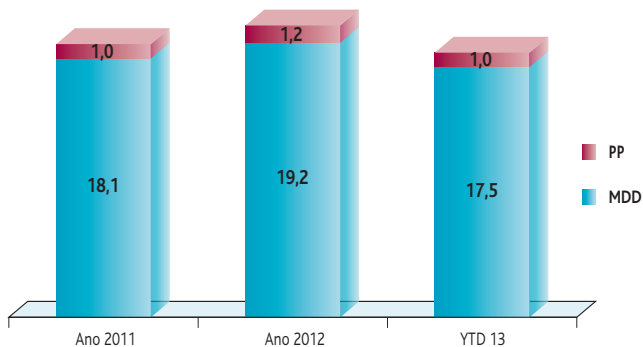


Quota em Valor MDD+PP Alimentação



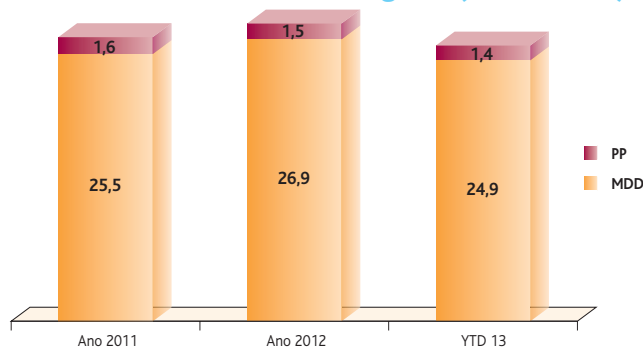
Quota em Valor	MDD		PP	
	Ano 2012	YTD13	Ano 2012	YTD13
Mercearia	40,3	39,8	3,5	3,4
Congelados	47,9	44,3	6,4	5,8
Lactícnios	34,3	33,1	2,8	2,5

Quota em Valor MDD+PP Bebidas



Quota em Valor	MDD		PP	
	Ano 2012	YTD13	Ano 2012	YTD13
Bebidas Alcoólicas	10,9	10,5	0,5	0,4
Bebidas Não Alcoólicas	31,5	29,0	2,3	2,0

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



Quota em Valor	MDD		PP	
	Ano 2012	YTD13	Ano 2012	YTD13
Higiene Lar	32,9	29,4	1,8	1,8
Higiene Pessoal	22,8	21,8	1,3	1,2

scantrends

