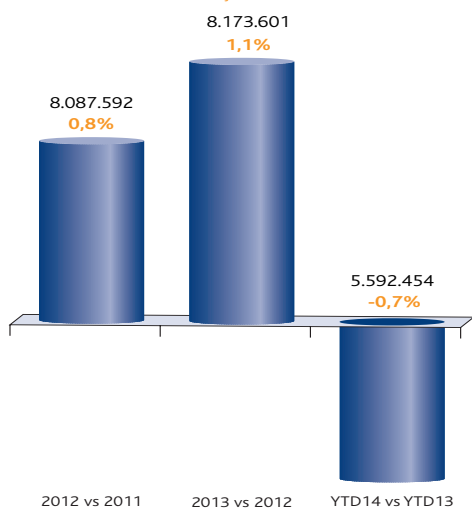


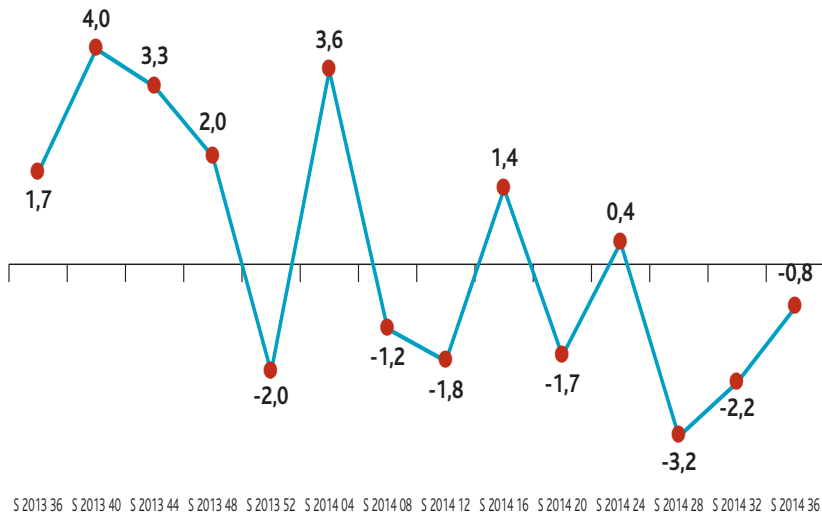
## Evolução do Mercado de Grande Consumo

Mercado (milhares de euros)

% Variação em valor

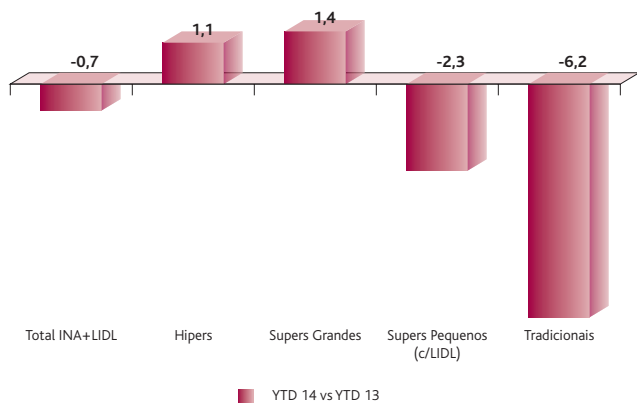


% Variação quadrissemanal em valor vs período homólogo



## Análise dos Canais

% Variação em valor vs período homólogo



Peso Canais para Total Consumo

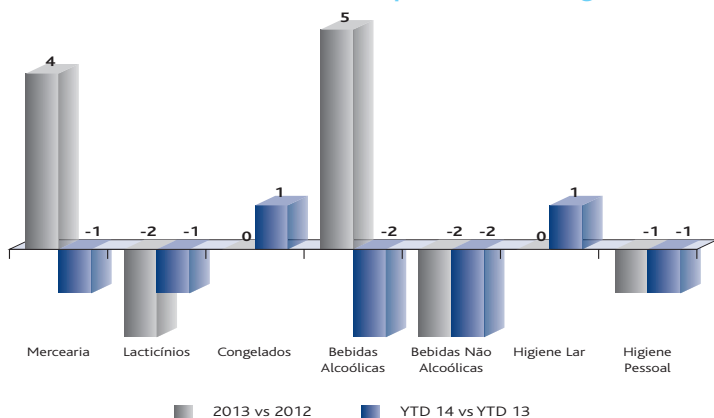
	YTD 13	YTD 14	S 2014 28	S 2014 32	S 2014 36
Hipers	25,5%	25,9%	26,3%	26,0%	25,4%
Supers Grandes	30,3%	30,9%	31,2%	31,3%	31,2%
Supers Pequenos (c/LIDL)	35,7%	35,1%	34,5%	34,7%	35,2%
Tradicionais	8,6%	8,1%	7,9%	8,0%	8,3%

Variação % Total Consumo

	YTD 14 vs YTD 13	S 2014 28	S 2014 32	S 2014 36
Total INA + LIDL	-0,7%	-3,2%	-2,2%	-0,8%
Hipers	1,1%	0,0%	0,9%	2,8%
Supers Grandes	1,4%	-0,3%	-0,2%	1,3%
Supers Pequenos (c/LIDL)	-2,3%	-7,3%	-4,7%	-3,3%
Tradicionais	-6,2%	-5,7%	-7,9%	-7,8%

## Análise das Áreas de Negócio

% Variação em valor vs período homólogo

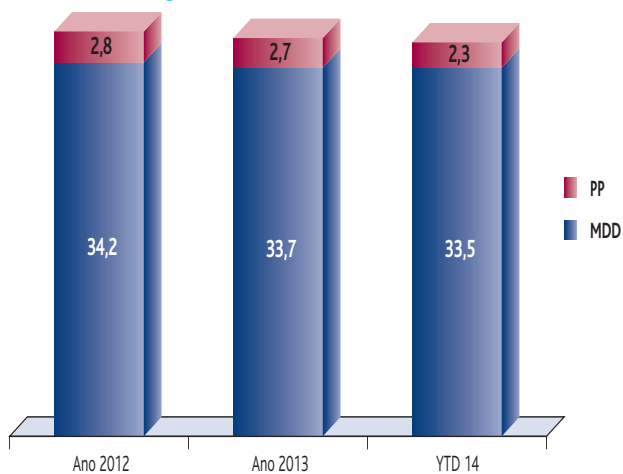


Estratificação das Vendas em Valor

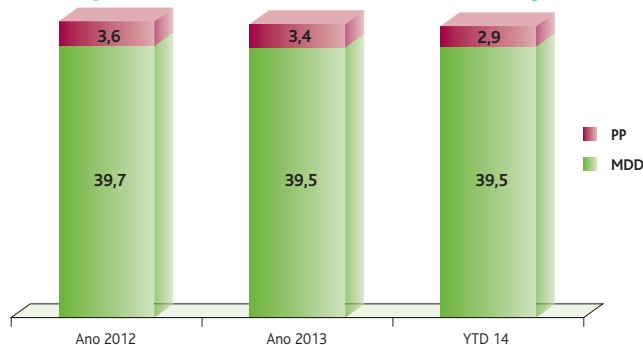
	2012	2013	YTD 2014
Mercearia	37,2	38,2	37,6
Lacticínios	20,3	19,6	19,7
Congelados	6,6	6,6	6,8
Bebidas Alcoólicas	9,8	10,1	9,9
Bebidas Não Alcoólicas	6,6	6,4	6,5
Higiene Lar	7,9	7,8	8,0
Higiene Pessoal	11,6	11,3	11,6

## Análise da Marca de Distribuição + Primeiros Preços

Quota em Valor MDD+PP

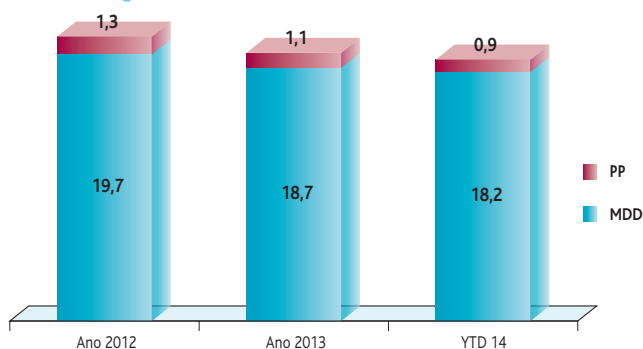


Quota em Valor MDD+PP Alimentação



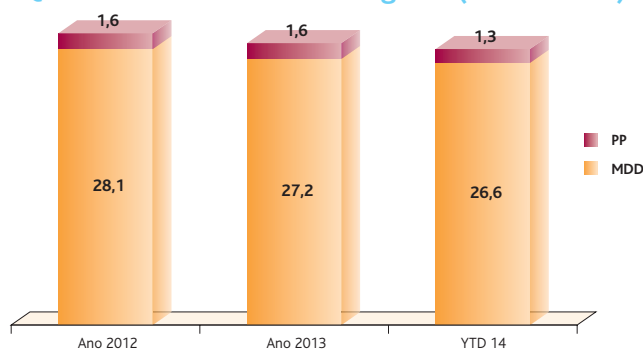
Quota em Valor	MDD		PP	
	Ano 2013	YTD14	Ano 2013	YTD14
Mercearia	41,1	41,5	3,5	3,1
Congelados	46,9	45,7	5,9	5,8
Lacticínios	33,8	33,6	2,6	1,7

Quota em Valor MDD+PP Bebidas



Quota em Valor	MDD		PP	
	Ano 2013	YTD14	Ano 2013	YTD14
Bebidas Alcoólicas	11,6	11,2	0,4	0,3
Bebidas Não Alcoólicas	30,0	28,7	2,1	1,9

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



Quota em Valor	MDD		PP	
	Ano 2013	YTD14	Ano 2013	YTD14
Higiene Lar	32,6	31,8	2,0	1,7
Higiene Pessoal	23,5	23,0	1,3	1,1

# scantrends

