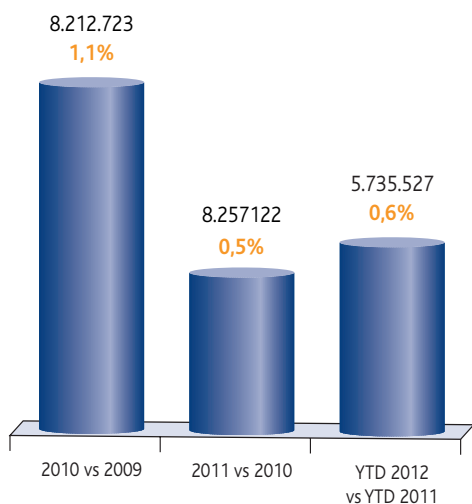


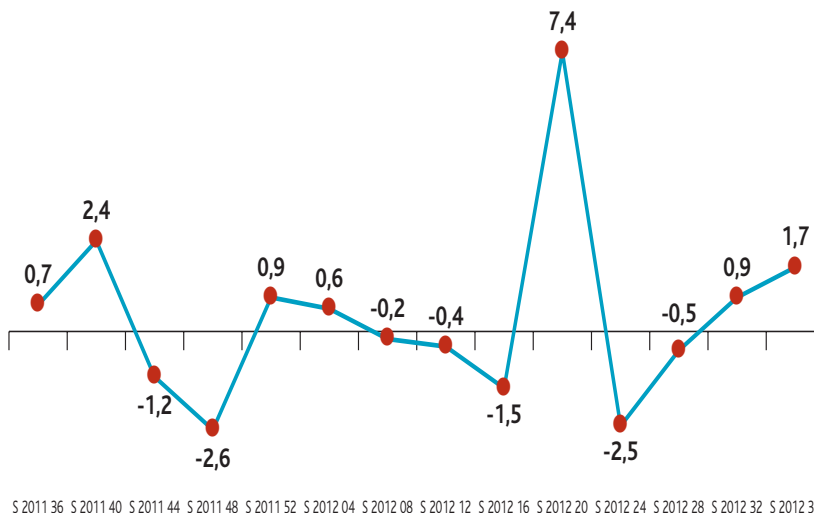
Evolução do Mercado de Grande Consumo

Mercado (milhares de euros)

% Variação em valor



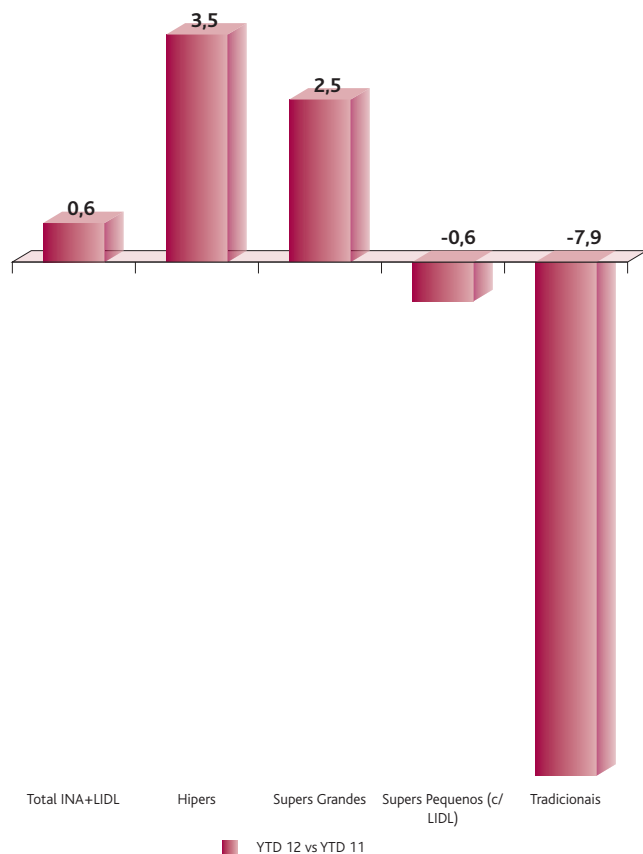
% Variação quadrissemanal em valor vs período homólogo



S 2011 36 S 2011 40 S 2011 44 S 2011 48 S 2011 52 S 2012 04 S 2012 08 S 2012 12 S 2012 16 S 2012 20 S 2012 24 S 2012 28 S 2012 32 S 2012 36

Análise dos Canais

% Variação em valor vs período homólogo



Peso Canais para Total Consumo

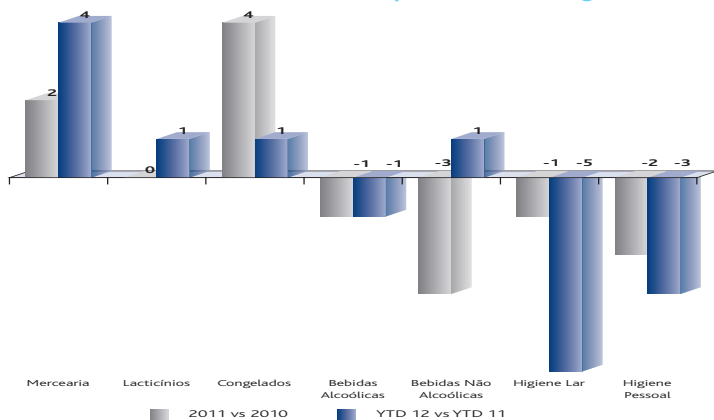
	YTD 11	YTD 12	S 2012 28	S 2012 32	S 2012 36
Hipers	24,4%	25,1%	25,6%	24,9%	25,2%
Supers Grandes	29,6%	30,2%	29,8%	30,5%	30,6%
Supers Pequenos (c/LIDL)	36,5%	36,1%	36,1%	36,3%	35,7%
Tradicionais	9,4%	8,6%	8,6%	8,3%	8,5%

Variação % Total Consumo

	YTD 12 vs YTD 11	S 2012 28	S 2012 32	S 2012 36
Total INA + LIDL	0,6%	-0,5%	0,9%	1,7%
Hipers	3,5%	4,3%	2,5%	6,6%
Supers Grandes	2,5%	-0,3%	-0,1%	3,4%
Supers Pequenos (c/LIDL)	-0,6%	-2,4%	2,3%	-1,1%
Tradicionais	-7,9%	-6,1%	-6,0%	-4,9%

Análise das Áreas de Negócio

% Variação em valor vs período homólogo

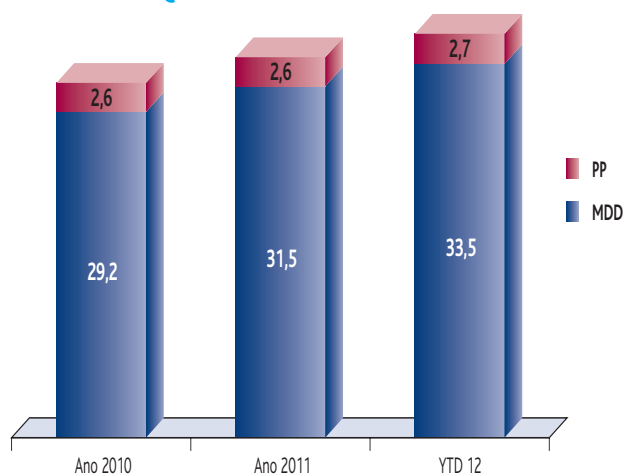


Estratificação das Vendas em Valor

	2010	2011	YTD 2012
Mercearia	35,1	35,8	36,2
Lactínicos	20,2	20,1	20,2
Congelados	6,5	6,7	6,8
Bebidas Alcoólicas	10,2	10,0	9,7
Bebidas Não Alcoólicas	6,8	6,6	6,8
Higiene Lar	8,7	8,5	8,2
Higiene Pessoal	12,5	12,2	12,0

Análise da Marca de Distribuição + Primeiros Preços

Quota em Valor MDD+PP



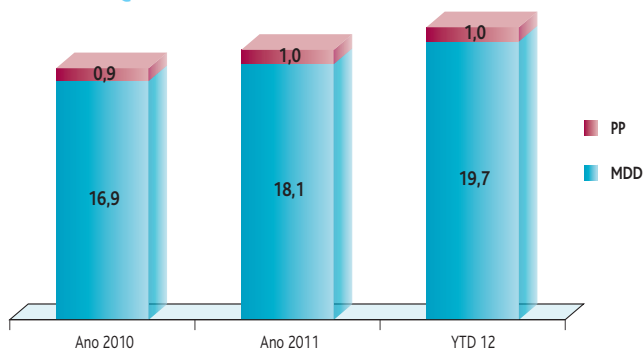
Quota em Valor MDD+PP Alimentação



Quota em Valor

	MDD		PP	
	Ano 2011	YTD 2012	Ano 2011	YTD 2012
Mercearia	37,9	40,3	3,1	3,5
Congelados	47,6	47,5	6,3	6,4
Lactínicos	31,9	34,1	2,9	2,8

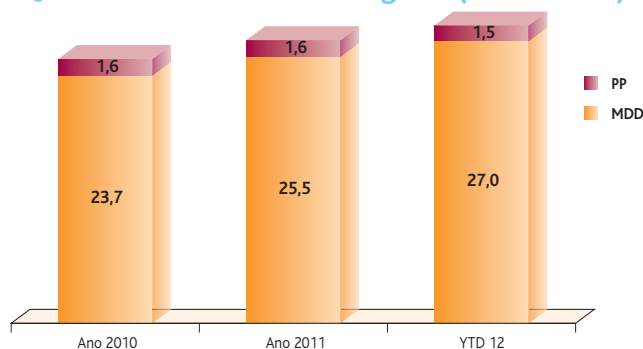
Quota em Valor MDD+PP Bebidas



Quota em Valor

	MDD		PP	
	Ano 2011	YTD 2012	Ano 2011	YTD 2012
Bebidas Alcoólicas	11,0	10,8	0,5	0,5
Bebidas Não Alcoólicas	28,7	32,2	1,8	1,8

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

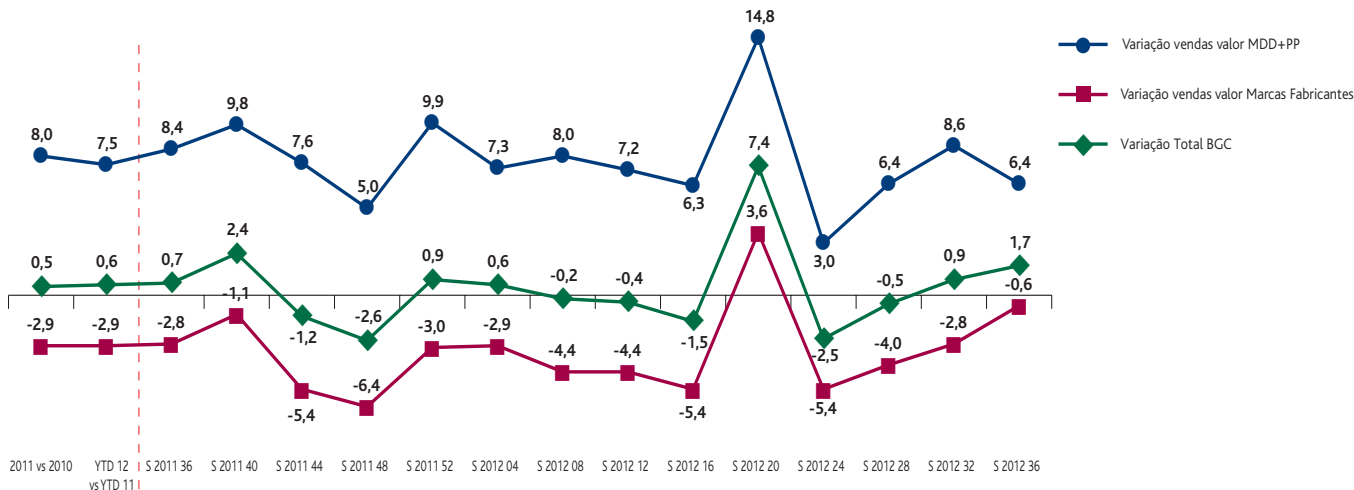


Quota em Valor

	MDD		PP	
	Ano 2011	YTD 2012	Ano 2011	YTD 2012
Higiene Lar	31,5	33,3	2,1	1,8
Higiene Pessoal	21,3	22,8	1,3	1,3

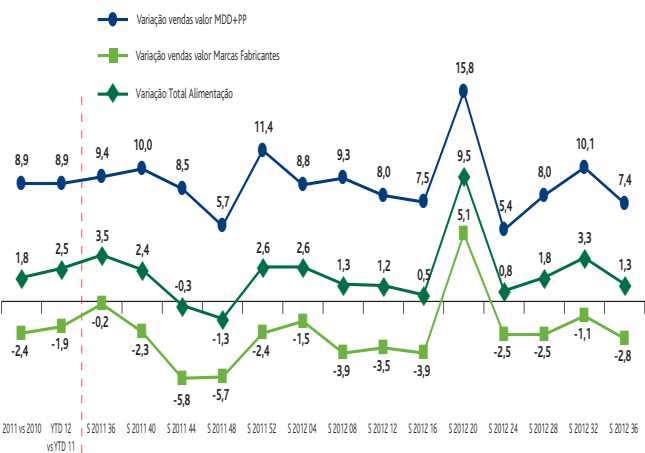
scan trends

Total FMCG



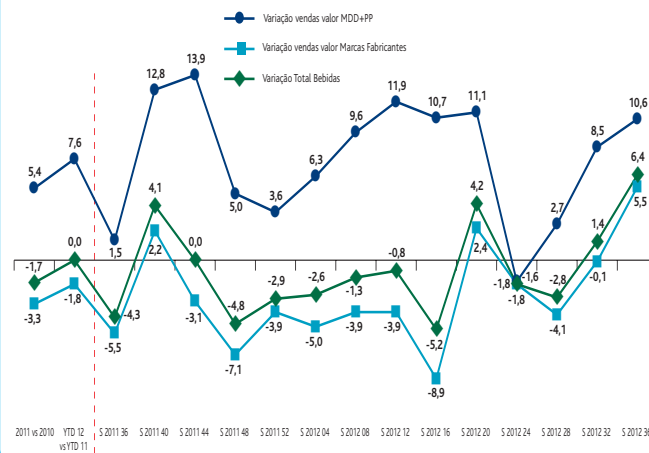
Alimentação

% Variação quadrissemanal em valor vs período homólogo



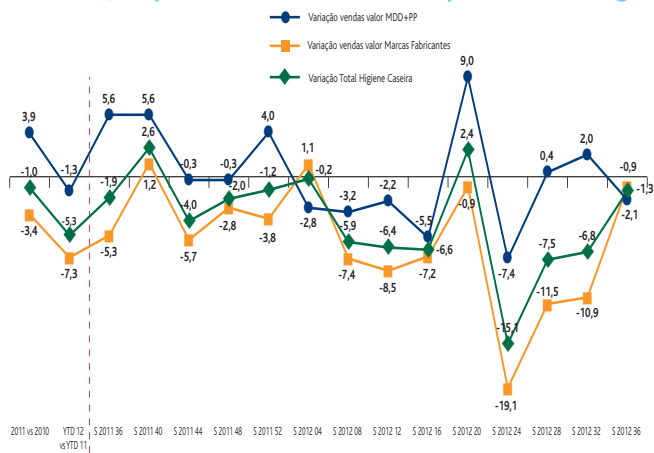
Bebidas

% Variação quadrissemanal em valor vs período homólogo



Higiene Lar

% Variação quadrissemanal em valor vs período homólogo



Higiene Pessoal

% Variação quadrissemanal em valor vs período homólogo

