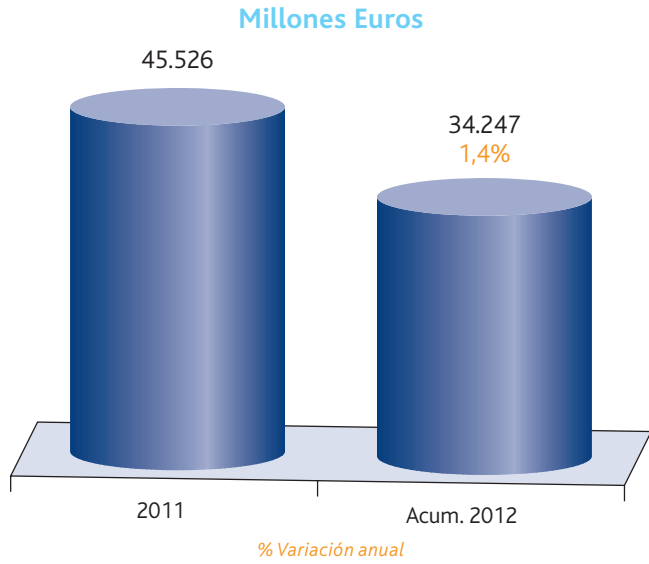


# MarketTrends

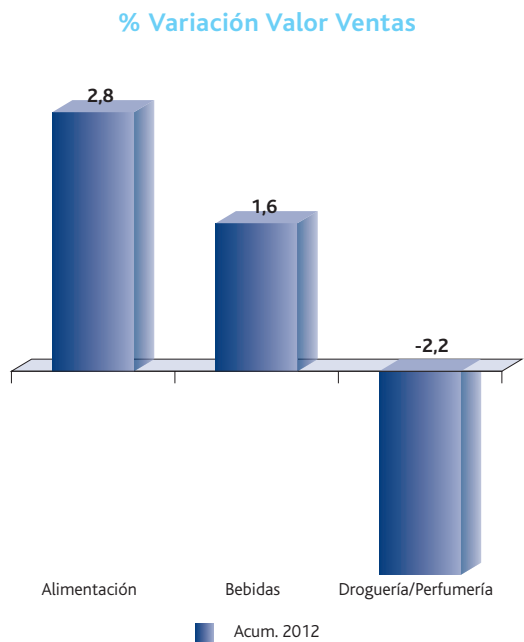
ESPAÑA  
 Octubre 2012

La visión completa de los mercados: Hipermercados, Supermercados, Tradicionales y Especialistas

## Evolución del Mercado de Gran Consumo

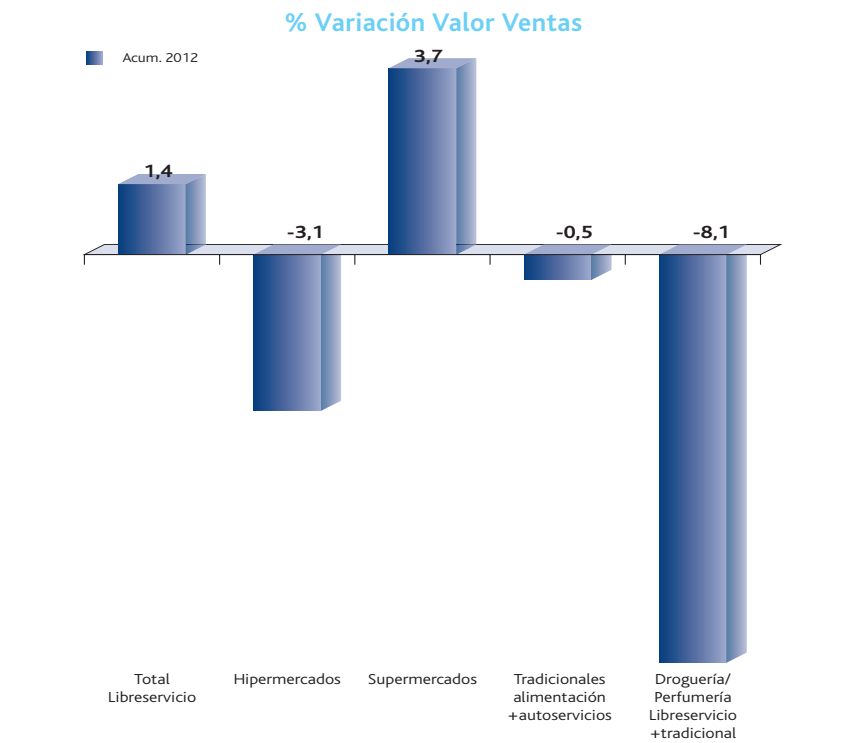


## Análisis de los Sectores



	Peso en Ventas	
	Acum. 2011	Acum. 2012
Alimentación	61,0%	61,8%
Bebidas	15,9%	16,0%
Droguería/Perfumería	23,1%	22,2%

## Análisis de los Canales



	Peso para Total Consumo		Peso para Droguería/Perfumería	
	Acum. 2011	Acum. 2012	Acum. 2011	Acum. 2012
Hipermercados	16,8%	16,1%	15,9%	15,4%
Supermercados	69,5%	71,0%	51,9%	54,4%
Tradic. alimentación + autoservicios	6,7%	6,6%	1,7%	1,7%
Droguería/Perfumería libreserv. + tradic.	7,0%	6,4%	30,4%	28,6%

# MarketTrends

ESPAÑA

Octubre 2012

La visión completa de los mercados: Hipermercados, Supermercados, Tradicionales y Especialistas

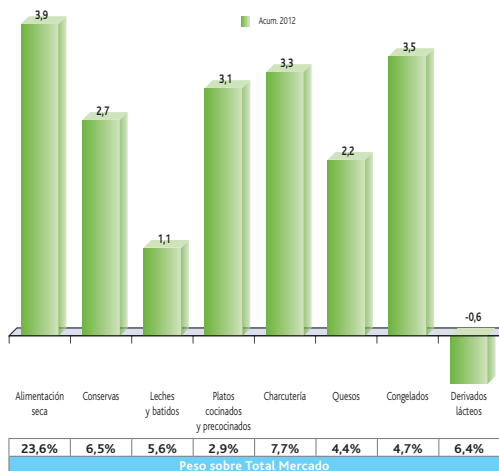
## Alimentación

### Evolución del Mercado

Ventas en millones de euros

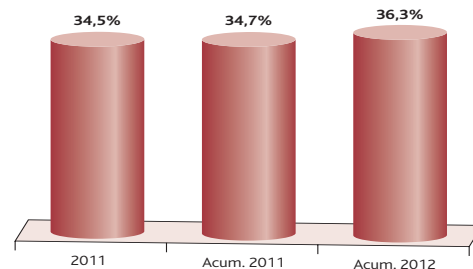


### % Variación Ventas Valor

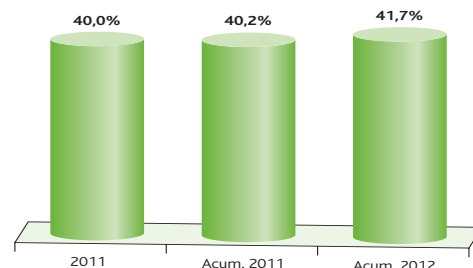


## Análisis de la Marca de la Distribución

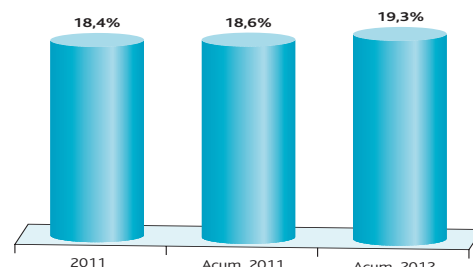
### Cuota MD Total Gran Consumo



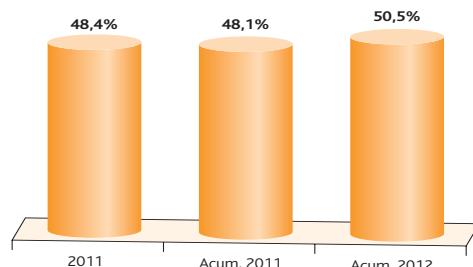
### Cuota MD Alimentación



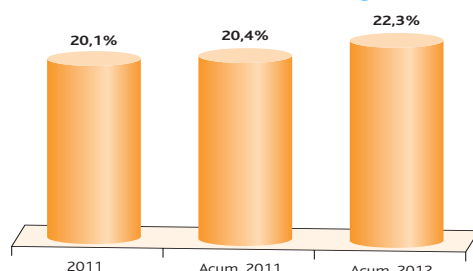
### Cuota MD Bebidas



### Cuota MD Droguería-Limpieza



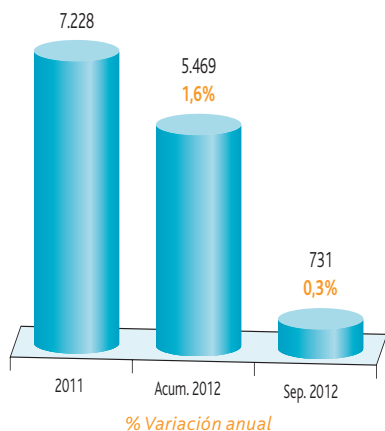
### Cuota MD Belleza-Higiene



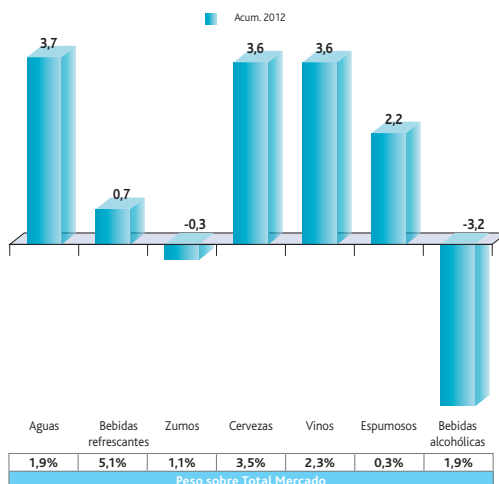
## Bebidas

### Evolución del Mercado

Ventas en millones de euros



### % Variación Ventas Valor



## Droguería/Perfumería

### Evolución del Mercado

Ventas en millones de euros



### % Variación Ventas Valor

