As vendas de restauração, por conceito, distribuíram-se da forma seguinte:

Vendas	Milhões de euros	Var 11/10
Pizza Hut	60,45	-6,5%
Pans/Bocatta	20,81	-5,4%
KFC	9,73	0,7%
Burger King	22,63	-5,0%
Pasta Caffé (Portugal)	6,40	-9,8%
Ó Kilo	4,33	-14,6%
Quiosques	2,63	-10,8%
Cafetarias	5,52	-22,6%
Flor d' Oliveira	0,43	-5,9%
Catering	4,89	-31,6%
Concessões e Outros	8,15	-5,0%
Portugal	145,97	-7,9%
Pizza Móvil	13,76	-5,4%
Pasta Caffé (Espanha)	1,40	-29,2%
Burger King Espanha	29,46	-5,8%
Espanha	44,62	-6,7%
Total sem RiR	190,59	-7,6%
Total Restauração	190,59	-8,1%

Nos dois mercados onde operamos registou-se um decréscimo acentuado das vendas, mas com sinais de tendência diferentes. Enquanto que em Portugal houve uma aceleração da quebra de vendas, ao longo do ano em Espanha a trajectória foi de desaceleração nos dois últimos trimestres.

Em Portugal, as vendas sem os eventos extraordinários decresceram 7,9%:

- Os shoppings registaram fortes quedas nos tráfegos e nas vendas de restauração, especialmente nos terceiros e quartos trimestres;
- A introdução das portagens e aumentos sucessivos da gasolina tiveram um forte impacto negativo nos tráfegos e, conseqüentemente, nas vendas de restauração das áreas de serviço;
- Menores impactos do decréscimo de consumo de restauração nas marcas de balcão: KFC, Burger King e Pans;
- Uma evolução mais positiva do segmento de *delivery* da Pizza Hut permitiu atenuar a quebra de vendas da marca;