

## Comunicado de Imprensa

Polónia já representa 59,1% das vendas totais do Grupo

### Vendas do Grupo Jerónimo Martins crescem 15,6% e atingem os 7.320 milhões de euros

- ↑ Vendas consolidadas nos primeiros 9 meses do ano crescem quase mil milhões de euros face ao mesmo período de 2010, com o desempenho da Biedronka a pesar cada vez mais
- ↑ EBITDA sobe 19,5 % e atinge os 527 milhões de euros
- ↑ Resultado líquido atinge os 256 milhões de euros, crescendo 32%
- ↑ Dívida líquida consolidada diminui 240 milhões de euros para os 331 milhões de euros, permitindo uma descida do *gearing* para os 24,7% (48,6% no final do terceiro trimestre de 2010)
- ↑ Colômbia: o novo mercado a entrar

**Lisboa, 27 de Outubro de 2011** — Os primeiros nove meses do ano registaram fortes crescimentos das vendas e da rentabilidade do Grupo, fortemente impulsionados pela excelente performance da cadeia Biedronka, na Polónia, e também pelo bom desempenho da Distribuição Alimentar em Portugal. De facto, o Pingo Doce e o Recheio continuaram a revelar um elevado nível de resiliência face às quebras de consumo das famílias portuguesas, registando-se crescimentos tanto no retalho como no canal grossista. Assim, no final do terceiro trimestre do ano, as vendas consolidadas ascendem aos 7.320 milhões de euros, o que representa um crescimento de 15,6% em relação ao período homólogo.

O EBITDA, com um aumento de 19,5%, continua a crescer mais do que as vendas, reflectindo sobretudo os ganhos decorrentes de crescentes economias de escala ao nível da Biedronka permitindo que a margem consolidada se cifre nos 7,2% das vendas, acima dos 7% verificados no mesmo período do ano passado.

Importa ainda referir que o EBITDA da Biedronka representa já 64,1% do EBITDA gerado pelo Grupo, no período em análise.

O resultado líquido regista uma subida assinalável de 32%, quando comparado com os primeiros nove meses do ano passado, atingindo os 256 milhões de euros.

Como consequência do forte desempenho confirmado tanto nas vendas como na rentabilidade, a dívida líquida mantém a sua tendência sustentada de redução. Desta forma, o rácio da dívida sobre os fundos dos accionistas caiu quase para metade do registado no período homólogo, fixando-se num *gearing* de 24,7%, o que reforça a solidez do balanço do Grupo.

Dos 225 milhões de euros investidos nos primeiros nove meses do ano, 67% foram canalizados para a Biedronka, na Polónia, e essencialmente alocados à abertura de 117 lojas, 54 das quais no terceiro trimestre.

**Para Pedro Soares dos Santos, CEO do Grupo Jerónimo Martins,** “Na Polónia, a Biedronka, nossa primeira prioridade estratégica, prosseguiu com crescimentos notáveis de vendas e resultados, uma clara prova da capacidade competitiva da Companhia que avança no reforço da sua liderança no mercado polaco.

Em Portugal, onde a situação macroeconómica permanece muito frágil com significativo impacto no sentimento geral e no consumo, o Pingo Doce e o Recheio continuam a reforçar as respectivas quotas de mercado, dando prova da grande resiliência dos respectivos modelos de negócio.

O forte desempenho em ambos os países confirma a perspectiva muito positiva do Grupo em relação ao crescimento de vendas e resultados para o ano de 2011.

Anuncio também que, depois de analisar as diferentes opções de diversificação geográfica, o Conselho de Administração de Jerónimo Martins, na sua reunião de 25 e 26 de Outubro, decidiu escolher a Colômbia como o novo mercado a entrar.”

## Distribuição Alimentar

No acumulado dos três primeiros trimestres do ano, o retalho em Portugal e a Biedronka representam, em conjunto, mais de 90% das vendas consolidadas.

### Polónia

A dinâmica do consumo de bens alimentares manteve a tendência positiva registada nos trimestres anteriores, com o nível de inflação alimentar a manter-se estável nos 5,8% nos primeiros nove meses do ano.

O notável desempenho da Biedronka continua a ser a principal razão para os sólidos resultados obtidos pelo Grupo no período em análise. De facto, nos primeiros nove meses do ano, as vendas da Biedronka cresceram 25,3%, em moeda local, motivadas pelo forte *Like-for-Like (LfL)* de +14,6% e pela abertura de 117 novas lojas face ao período homólogo, o que representa um aumento de 14,9% da área de venda.

A evolução da rentabilidade da cadeia polaca continua a reflectir os benefícios de escala de uma operação cujo crescimento de vendas se mantém acima dos 20%, tendo o EBITDA crescido 36,2% em moeda local para uma margem de 7,8% das vendas, uma expressiva melhoria face aos 7,2% atingidos em igual período de 2010.

## Portugal

Num contexto de degradação da conjuntura económica, de quebra dos níveis de consumo e de alterações nos hábitos de compra dos portugueses, o **Pingo Doce** continua a provar a adequação da sua proposta de valor, tendo as suas vendas aumentado 4,3%. Para este crescimento contribuíram seis novas lojas e o desempenho *LfL* de 1,1%.

O crescimento *LfL* reflecte o efeito do maior número de visitas às lojas, o qual é, em parte, mitigado pela redução do *ticket* médio de compra. Esta diminuição reflecte as alterações de comportamento dos consumidores que, motivados pelas dificuldades económicas, têm optado por comprar produtos com preços mais baixos dentro da mesma categoria (*trading down*). Exemplos desta realidade são: a crescente procura de produtos de Marca Própria, o aumento do consumo de carnes brancas e de porco em detrimento de carnes vermelhas e a procura mais acentuada de conservas e alimentos congelados.

Embora os segmentos do Comércio Tradicional e do canal HoReCa em que o **Recheio** opera continuem a registar crescimentos negativos, o formato cash & carry do Grupo reforça a sua posição de liderança no mercado ao alcançar um crescimento das vendas de 4,8%. Para esta evolução contribuíram essencialmente a abertura, em Junho, da terceira plataforma de *food service* e o aumento de 1,8% das vendas *LfL*.

Na **Madeira**, as vendas tiveram um crescimento assinalável de 16,3% em resultado de um forte aumento de 6,8% nas vendas *LfL*, que beneficiaram da reabertura, em Junho de 2010 e após total remodelação, das duas principais lojas da Companhia na ilha.

Na Distribuição em Portugal, o EBITDA cresceu 4,1%, gerando uma margem de 6,3% das vendas, em linha com o verificado no mesmo período do ano passado. Este desempenho revela grande solidez operacional das Companhias tendo em consideração que o crescimento dos volumes vendidos é superior ao crescimento de vendas em valor, em resultado do *trading down* registado.

## Indústria e Serviços

Na **Indústria**, o decréscimo do consumo continua a reflectir-se no desempenho de algumas categorias, tendo as vendas no acumulado dos nove meses do ano registado um desempenho negativo de 3,9%. A margem de EBITDA caiu, neste período, dos 12,3% para os 10,0% e reflecte as decisões tomadas, pela Companhia, no início do ano, de manter a competitividade dos preços mesmo perante o aumento do custo de algumas matérias-primas fundamentais.

Na área dos **Serviços de Marketing, Representações e Restauração**, as vendas registaram um decréscimo de 2,2%, traduzindo o impacto da envolvente macroeconómica em algumas categorias.

## Perspectivas para 2011

No período em análise, a Biedronka continuou a fortalecer a sua posição de liderança no mercado polaco, quer através de um crescimento *LfL* a dois dígitos, quer da execução de um ambicioso plano de abertura de lojas, criteriosamente executado.

O Pingo Doce e o Recheio, a operar numa envolvente macroeconómica adversa que se vem agravando desde 2010, revelaram uma notável resiliência e solidez operacional registando crescimentos de vendas e de resultados.

A Companhia polaca representa já 59,1% das vendas e 64,1% do EBITDA gerados pelo Grupo, afirmando-se, cada vez mais, como motor de crescimento de Jerónimo Martins e a sua prioridade estratégica. A Biedronka contribuirá decisivamente para mais um ano que se espera de expressivo crescimento, mantendo-se a expectativa de aumento das vendas consolidadas a dois dígitos (a taxa de câmbio constante), com o EBITDA consolidado a crescer acima das vendas.

Importa também referir que, não obstante as reservas em relação ao comportamento da economia portuguesa, o Grupo acredita que o Pingo Doce e o Recheio estão preparados para continuar a aumentar as suas quotas de mercado, fruto de uma grande capacidade de resposta à alteração dos hábitos de consumo alimentar.

O forte desempenho nos dois países confirma a perspectiva muito positiva do Grupo em relação ao crescimento das vendas e aos resultados para o ano 2011.

### Media Relations

Rita Fragoso

@ rita.fragoso@jeronimo-martins.pt

+351-21 752 61 14

## Anexos

| (Milhões de Euros)      | 9M11    | 9M10    | Δ%<br>(Euro) | Δ%<br>(s/ F/X) |
|-------------------------|---------|---------|--------------|----------------|
| Vendas Consolidadas     | 7.319,8 | 6.333,1 | +15,6        | +15,8          |
| EBITDA                  | 527,2   | 441,1   | +19,5        | +19,8          |
| Mg EBITDA (%)           | 7,2     | 7,0     |              |                |
| Res. Líquido JM         | 255,7   | 193,9   | +31,9        |                |
| S/ não recorrentes      | 257,7   | 194,1   | +32,8        |                |
| EPS (€)                 | 0,41    | 0,31    | +31,9        |                |
| Cash Flow por Acção (€) | 0,70    | 0,57    | +23,8        |                |
| Dívida Líquida          | 331,1   | 571,5   |              |                |
| Gearing (%)             | 24,7    | 48,6    |              |                |

### DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS

| (Milhões de Euros)           | 9M 11        |             | 9M 10        |             | Δ            | 3T 11        |             | 3T 10        |             | Δ            |
|------------------------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|
| <b>Vendas Consolidadas</b>   | <b>7.320</b> |             | <b>6.333</b> |             | <b>15,6%</b> | <b>2.568</b> |             | <b>2.290</b> |             | <b>12,2%</b> |
| Margem Total                 | 1.661        | 22,7%       | 1.464        | 23,1%       | 13,5%        | 597          | 23,2%       | 541          | 23,6%       | 10,3%        |
| Custos Operacionais          | -1.134       | -15,5%      | -1.023       | -16,1%      | 10,9%        | -380         | -14,8%      | -350         | -15,3%      | 8,8%         |
| <b>EBITDA</b>                | <b>527</b>   | <b>7,2%</b> | <b>441</b>   | <b>7,0%</b> | <b>19,5%</b> | <b>216</b>   | <b>8,4%</b> | <b>191</b>   | <b>8,3%</b> | <b>13,1%</b> |
| Depreciação                  | -157         | -2,1%       | -141         | -2,2%       | 11,4%        | -53          | -2,0%       | -48          | -2,1%       | 8,6%         |
| <b>EBIT</b>                  | <b>370</b>   | <b>5,1%</b> | <b>300</b>   | <b>4,7%</b> | <b>23,3%</b> | <b>164</b>   | <b>6,4%</b> | <b>143</b>   | <b>6,2%</b> | <b>14,7%</b> |
| Resultados Financeiros       | -23          | -0,3%       | -31          | -0,5%       | -23,5%       | -8           | -0,3%       | -9           | -0,4%       | -10,4%       |
| Itens não Recorrentes        | -6           | -0,1%       | -2           | 0,0%        | n.a          | 0            | 0,0%        | 0            | 0,0%        | n.a          |
| <b>EBT</b>                   | <b>341</b>   | <b>4,7%</b> | <b>268</b>   | <b>4,2%</b> | <b>27,1%</b> | <b>156</b>   | <b>6,1%</b> | <b>134</b>   | <b>5,8%</b> | <b>16,4%</b> |
| Impostos                     | -71          | -1,0%       | -58          | -0,9%       | 21,6%        | -32          | -1,2%       | -29          | -1,3%       | 7,6%         |
| <b>Resultados Líquidos</b>   | <b>270</b>   | <b>3,7%</b> | <b>210</b>   | <b>3,3%</b> | <b>28,6%</b> | <b>124</b>   | <b>4,8%</b> | <b>104</b>   | <b>4,6%</b> | <b>18,9%</b> |
| Interesses que não Controlam | -14          | -0,2%       | -16          | -0,3%       | -11,5%       | -12          | -0,5%       | -12          | -0,5%       | 0,0%         |
| <b>Res. Líq. atrib. a JM</b> | <b>256</b>   | <b>3,5%</b> | <b>194</b>   | <b>3,1%</b> | <b>31,9%</b> | <b>112</b>   | <b>4,4%</b> | <b>92</b>    | <b>4,0%</b> | <b>21,4%</b> |
| Res. Líquido / acção (€)     | 0,41         |             | 0,31         |             | 31,9%        | 0,18         |             | 0,15         |             | 21,4%        |
| Cash Flow / acção (€)        | 0,70         |             | 0,57         |             | 23,8%        | 0,29         |             | 0,24         |             | 18,4%        |

# Comunicado Imprensa

27 de Outubro de 2011

## DETALHE DE VENDAS

| (Milhões de Euros)                         | 9M 11        |             | 9M 10        |             | Δ %   |              | 3T11         |             | 3T10         |             | Δ %   |              |
|--|--------------|-------------|--------------|-------------|-------|--------------|--------------|-------------|--------------|-------------|-------|--------------|
|  | % total      |             | % total      |             | Pln   | Euro         | % total      |             | % total      |             | Pln   | Euro         |
| Biedronka                                  | 4.328        | 59,1%       | 3.466        | 54,7%       | 25,3% | 24,9%        | 1.483        | 57,8%       | 1.245        | 54,4%       | 23,0% | 19,1%        |
| Retalho Portugal                           | 2.312        | 31,6%       | 2.191        | 34,6%       |       | 5,5%         | 832          | 32,4%       | 790          | 34,5%       |       | 5,3%         |
| Recheio                                    | 568          | 7,8%        | 542          | 8,6%        |       | 4,8%         | 215          | 8,4%        | 206          | 9,0%        |       | 4,2%         |
| Madeira                                    | 119          | 1,6%        | 102          | 1,6%        |       | 16,3%        | 44           | 1,7%        | 40           | 1,8%        |       | 10,2%        |
| Indústria                                  | 181          | 2,5%        | 188          | 3,0%        |       | -3,9%        | 66           | 2,6%        | 71           | 3,1%        |       | -6,7%        |
| Serviços de Mkt. Rep. Rest.                | 64           | 0,9%        | 66           | 1,0%        |       | -2,2%        | 23           | 0,9%        | 23           | 1,0%        |       | 1,5%         |
| Ajustes de Consolidação                    | -252         | -3,4%       | -223         | -3,5%       |       | 13,3%        | -96          | -3,8%       | -86          | -3,8%       |       | 11,8%        |
| <b>Total JM</b>                            | <b>7.320</b> | <b>100%</b> | <b>6.333</b> | <b>100%</b> |       | <b>15,6%</b> | <b>2.568</b> | <b>100%</b> | <b>2.290</b> | <b>100%</b> |       | <b>12,2%</b> |
| p.m. Retalho Portugal<br>(vendas de lojas) | 2.097        |             | 2.010        |             |       | 4,3%         | 751          |             | 720          |             |       | 4,3%         |

## CRESCIMENTO DE VENDAS

|                            | Vendas Totais |       |       |       |       | Vendas LFL |       |       |       |       |
|----------------------------|---------------|-------|-------|-------|-------|------------|-------|-------|-------|-------|
|                            | 1T 11         | 2T 11 | 1S 11 | 3T11  | 9M11  | 1T 11      | 2T 11 | 1S 11 | 3T11  | 9M11  |
| Biedronka                  |               |       |       |       |       |            |       |       |       |       |
| Euro                       | 22,8%         | 33,1% | 28,1% | 19,1% | 24,9% |            |       |       |       |       |
| PLN                        | 21,7%         | 31,4% | 26,6% | 23,0% | 25,3% | 11,7%      | 20,0% | 16,0% | 12,2% | 14,6% |
| Retalho Portugal           | 4,6%          | 4,0%  | 4,3%  | 4,3%  | 4,3%  | 1,8%*      | 0,1%* | 0,9%* | 1,4%* | 1,1%* |
| Supermercados              | 5,6%          | 4,1%  | 4,8%  | 4,4%  | 4,7%  | 1,7%       | -0,2% | 0,7%  | 1,4%  | 0,9%  |
| Hipermercados              | -4,2%         | 3,5%  | -0,2% | 3,7%  | 1,2%  | 3,2%       | 2,9%  | 3,0%  | 1,1%  | 2,4%  |
| Recheio                    | 3,7%          | 6,4%  | 5,2%  | 4,2%  | 4,8%  | 0,4%       | 3,3%  | 2,0%  | 1,4%  | 1,8%  |
| Madeira                    | 15,9%         | 24,4% | 20,3% | 10,2% | 16,3% | 3,7%       | 5,3%  | 4,5%  | 10,2% | 6,8%  |
| Indústria                  | -4,6%         | -0,4% | -2,3% | -6,7% | -3,9% | -4,6%      | -0,4% | -2,3% | -6,7% | -3,9% |
| Serv. de Mkt. Repr e Rest. | -4,8%         | -3,8% | -4,2% | 1,5%  | -2,2% | -7,9%      | -7,3% | -7,6% | -1,5% | -5,5% |

\* LFL excluindo combustível 0,1% -0,9% -0,4% 0,6% -0,1%

# Comunicado Imprensa

27 de Outubro de 2011

## PARQUE DE LOJAS

| Número de Lojas  | 2010  | Aberturas |       |       | Encerramentos<br>9M 11 | Parque de Lojas |       |
|------------------|-------|-----------|-------|-------|------------------------|-----------------|-------|
|                  |       | 1T 11     | 2T 11 | 3T 11 |                        | 9M 11           | 9M 10 |
| Biedronka        | 1.649 | 19        | 44    | 54    | 10                     | 1.756           | 1.559 |
| Retalho Portugal | 349   | 0         | 4     | 3     | 2                      | 354             | 348   |
| Supermercados    | 340   | 0         | 4     | 3     | 2                      | 345             | 339   |
| Hipermercados    | 9     | 0         | 0     | 0     | 0                      | 9               | 9     |
| Recheio          | 38    | 0         | 1     | 0     | 0                      | 39              | 38    |
| Madeira          | 15    | 0         | 0     | 0     | 0                      | 15              | 15    |

| Área de Venda (m <sup>2</sup> ) | 2010    | Aberturas |        |        | Encerramentos *<br>9M 11 | Parque de Lojas |         |
|---------------------------------|---------|-----------|--------|--------|--------------------------|-----------------|---------|
|                                 |         | 1T 11     | 2T 11  | 3T 11  |                          | 9M 11           | 9M 10   |
| Biedronka                       | 938.218 | 11.989    | 29.017 | 35.318 | 3.739                    | 1.010.803       | 880.066 |
| Retalho Portugal                | 437.317 | 0         | 4.488  | 3.150  | 3.512                    | 441.433         | 436.317 |
| Supermercados                   | 359.036 | 0         | 4.488  | 3.150  | 1.009                    | 365.665         | 358.036 |
| Hipermercados                   | 78.281  | 0         | 0      | 0      | 2.513                    | 75.768          | 78.281  |
| Recheio                         | 123.532 | 0         | 2.000  | 0      | -65                      | 125.597         | 122.901 |
| Madeira                         | 14.253  | 0         | 0      | 0      | 0                        | 14.253          | 14.253  |

\* incluindo alterações de área de vendas devido a remodelações

## BALANÇO

| (Milhões de Euros)                        | 9M 11        | 2010         | 9M 10        |
|---|--------------|--------------|--------------|
| Goodwill Líquido                          | 715          | 747          | 746          |
| Activo Fixo Líquido                       | 2.262        | 2.309        | 2.270        |
| Capital Circulante Líquido                | -1.370       | -1.425       | -1.354       |
| Outros                                    | 62           | 78           | 86           |
| <b>Capital Investido</b>                  | <b>1.669</b> | <b>1.709</b> | <b>1.748</b> |
| Dívida Financeira                         | 711          | 782          | 732          |
| Leasings                                  | 45           | 72           | 81           |
| Juros Diferidos                           | 11           | 25           | 32           |
| Títulos Negociáveis e Depósitos Bancários | -436         | -301         | -273         |
| <b>Dívida Líquida</b>                     | <b>331</b>   | <b>578</b>   | <b>572</b>   |
| Interesses que não Controlam              | 299          | 287          | 287          |
| Capital Social                            | 629          | 629          | 629          |
| Reservas e Resultados Retidos             | 410          | 216          | 260          |
| <b>Fundos de Accionistas</b>              | <b>1.338</b> | <b>1.132</b> | <b>1.176</b> |
| <i>Gearing</i>                            | <i>24,7%</i> | <i>51,0%</i> | <i>48,6%</i> |

## Definições

Vendas like-for-like (LfL): vendas das lojas que operaram sob as mesmas condições nos dois períodos. Excluem-se as lojas que abriram ou encerraram num dos dois períodos. As vendas das lojas que sofreram remodelações profundas excluem-se durante o período da remodelação (encerramento da loja).

Gearing: Dívida Líquida / Fundos de Accionista

Ticket médio de compra: consumo médio por cada compra realizada

Trading down: Opção pela compra produtos mais baratos dentro da mesma categoria