

Reforço da liderança na Polónia e em Portugal

Vendas consolidadas crescem 11,5% nos primeiros nove meses do ano

Principais destaques dos três trimestres

- ↑ Vendas Consolidadas crescem 11,5% no período, atingindo os 8.699 milhões de euros
- ↑ Lucro atribuível a Jerónimo Martins cresce para os 281 milhões de euros
- ↑ Excluindo o investimento nos novos negócios, o Resultado Líquido teria crescido 11,8%
- ↑ *Cash Flow* Operacional (EBITDA) aumenta 7,8% face ao período homólogo de 2012, e atinge 573 milhões de euros
- ↑ *Capex* cifrou-se em 376 milhões de euros dos quais 291 milhões de euros foram investidos na Biedronka
- ↑ Investimento em Portugal soma 46 milhões de euros

Lisboa, 31 de Outubro de 2013 — Num ambiente crescentemente concorrencial quer na Polónia quer em Portugal, as insígnias de Distribuição do Grupo reforçaram as suas posições de liderança, contribuindo de forma decisiva para o crescimento de 11,5% das vendas consolidadas nos primeiros nove meses do ano. Este sólido desempenho foi, na sua maior parte, suportado por um aumento de 3,8% das vendas *Like-for-Like (LfL)* e por 241 novas lojas, ao longo dos 12 meses, terminados a 30 de Setembro.

Na Polónia, o sector do Retalho Alimentar registou um crescimento de 2,9%, nos três primeiros trimestres do ano, período em que a Biedronka aumentou 15,9% as suas vendas. Já no terceiro trimestre, verificou-se uma significativa intensificação da actividade promocional no sector, tendo a Biedronka decidido complementar a sua estratégia de *Everyday Low Price* com a criação de fortes oportunidades de poupança.

Em Portugal, apesar de o ambiente económico se manter muito exigente, começam a existir alguns sinais de estabilização que se reflectem num crescimento de 1% do Retalho Alimentar, nos primeiros nove meses do ano. Reforçando a sua aposta numa forte dinâmica promocional, o Pingo Doce apresentou um notável aumento das vendas (+3,8%).

As duas cadeias de Retalho Alimentar do Grupo geraram 92% das vendas consolidadas, com a Biedronka a representar 65% do total.

O EBITDA consolidado atingiu os 573 milhões de euros, o que corresponde a um aumento de 7,8% face a igual período do ano passado, com a margem EBITDA a cifrar-se em 6,6% das vendas. Excluindo os novos negócios, o EBITDA teria crescido 11,4%, em linha com o crescimento de vendas. Os custos relativos aos novos negócios de distribuição do Grupo - hebe (*Health & Beauty stores*), na Polónia, e ara (lojas alimentares de proximidade), na Colômbia – tiveram, nos nove meses, um impacto de 20 pontos base na margem EBITDA.

O Resultado Líquido atribuível a Jerónimo Martins cresceu 3,3% para os 281 milhões de euros, num período em que o investimento atingiu os 376 milhões de euros, dos quais 291 milhões foram canalizados para a Biedronka, que se mantém como a primeira prioridade estratégica em matéria de investimento e que abriu 128 lojas no período.

Para Pedro Soares dos Santos, Administrador-Delegado do Grupo, “Nestes primeiros nove meses do ano, as Companhias do Grupo reforçaram as suas posições de liderança nos mercados onde operam, mesmo perante um ambiente que se tornou mais difícil e mais desafiante.

Num contexto de desaceleração económica e aumento da intensidade competitiva na Polónia, a prioridade estratégica da Biedronka continua a ser o crescimento rentável e sustentável das vendas. No terceiro trimestre, a Companhia fortaleceu com promoções a sua oferta de *Every Day Low Price*. A quota de mercado da Biedronka continuou a crescer e o plano de expansão da Companhia avança com firmeza de acordo com o previsto.

Estou muito confiante que os nossos negócios se mantêm robustos e que estão bem posicionados para ter sucesso neste ambiente competitivo. Em 2013, vamos uma vez mais atingir um crescimento de vendas acima do mercado e aumentar os resultados.”



- ↑ Vendas aumentaram 15,9% em zlotys
- ↑ EBITDA aumentou 13,3%
- ↑ Cadeia representa 65% das vendas e 78,7% do *cash flow* operacional (EBITDA) do Grupo
- ↑ 128 novas lojas nos nove meses

Na Polónia, os consumidores mantêm o “preço” e a “conveniência” como os factores mais decisivos de escolha da sua loja, mas, face a um ambiente económico em desaceleração, mostram-se cada vez mais sensíveis a promoções que representem verdadeiras oportunidades de poupança.

Apesar da envolvente económica menos favorável e crescentemente competitiva, nos primeiros nove meses do ano a Biedronka cresceu acima do mercado, reforçando a sua posição de liderança do retalho alimentar polaco. O crescimento de 15,9% das vendas foi suportado por um *LfL* de 4,8% e pelo aumento do número de novas lojas, mais 239 que no mesmo período de 2012.

O EBITDA gerado pela cadeia alimentar polaca foi de 451 milhões de euros, o que significa um crescimento de 13,3%. A margem EBITDA cifrou-se em 8% das respectivas vendas, 20 pontos base abaixo do registado em igual período do ano passado, o que traduz a decisão, com efeitos a partir de Julho, de reforçar o investimento em preço, assim como os custos relativos aos dois novos Centros Logísticos inaugurados em Setembro.

Prosseguindo o seu ambicioso plano de expansão, a Biedronka inaugurou 128 lojas nos primeiros nove meses, mantendo intacto o seu compromisso de abrir 290 novas unidades no total do ano. Assim, no final do terceiro trimestre, a rede da Biedronka totalizava 2.245 lojas, apoiadas por 12 Centros de Distribuição.



- ↑ Vendas aumentaram 3,8%, nos primeiros nove meses do ano, permitindo ganhar quota de mercado
- ↑ No terceiro trimestre vendas crescem 4,1%
- ↑ Pingo Doce representa 27,1% das vendas do Grupo

No terceiro trimestre, as vendas do Pingo Doce cresceram 4,1%, estimuladas pela contribuição de um forte *LfL* de 4% no período. Nos nove meses, o *LfL* da Companhia foi de 2,7%, o que a par da

abertura de duas novas lojas, permitiu um crescimento de 3,8% das vendas totais e o consequente ganho de quota de mercado.

O EBITDA gerado pela Distribuição em Portugal atingiu os 168 milhões de euros, o que representa um crescimento de 7,9% nos nove meses, alavancado pelo bom desempenho ao nível das vendas e pela execução do programa de racionalização de custos da Companhia.



- ↑ Vendas totais crescem 1,3%, nos nove meses
- ↑ No terceiro trimestre vendas crescem 3,6%
- ↑ Recheio representa 7% das vendas do Grupo

Em contraciclo com a tendência de queda dos canais do segmento grossista (Retailo Tradicional e HoReCa), fortemente atingidos pela severidade da recessão económica, as vendas do Recheio, no trimestre, cresceram 3,6% e registaram um *LfL* de 2,1%. Nos nove meses, a Companhia registou um aumento das vendas totais de 1,3%.

Assim, o volume de negócios da maior rede grossista em Portugal atingiu, no acumulado ao final de Setembro, os 609 milhões de euros.



Na Colômbia, o terceiro trimestre terminou com 28 lojas ara na região do Eixo Cafeteiro, servidas pelo Centro de Distribuição localizado na cidade de Pereira. A actividade registada nestes primeiros seis meses completos de operação no País reflecte a boa aceitação por parte dos consumidores à proposta de valor da insígnia e confirma o potencial identificado neste mercado.



A cadeia de retalho especializado do Grupo na Polónia - hebe (Health & Beauty stores) – apresenta um desempenho em linha com as expectativas, tendo encerrado os primeiros nove meses do ano com 86 lojas (incluindo as farmácias), das quais nove foram inauguradas entre Julho e Setembro.

Perspectivas 2013

Nos primeiros nove meses de 2013, todas insígnias de Distribuição do Grupo, em Portugal e na Polónia, cresceram acima dos seus mercados, ganhando quota de mercado. Em ambos os países, o Grupo mantém como sua principal prioridade o crescimento rentável dos seus negócios e o reforço das posições de mercado.

A renovada dinâmica comercial da Biedronka, em conjugação com a aposta cada vez maior na oferta de produtos perecíveis, deverão continuar a suportar um crescimento *LfL* acima do do mercado. O forte aumento das vendas por via do ambicioso plano de aberturas deverá também contribuir decisivamente para o reforço da liderança da cadeia no mercado polaco. Em linha com o estabelecido, a Companhia espera executar rigorosamente o seu plano de aberturas para o ano.

O Pingo Doce mantém como sua prioridade o aumento das vendas e a implementação do programa de racionalização de custos com vista a melhorar progressivamente, ao longo dos próximos anos, a rentabilidade da Companhia. Está prevista, até ao final do ano, a inauguração de um novo Centro de Distribuição no Algarve.

Na Colômbia, o programa de aberturas tem sido implementado em linha com o previsto, pelo que a expectativa é chegar ao fim do ano com 35 a 40 lojas naquele País.

Para 2013 espera-se que as vendas consolidadas cresçam a dois dígitos (a taxas de câmbio constantes). O EBITDA do Grupo irá aumentar ligeiramente abaixo do nível das vendas (margem EBITDA c. 20 a 30p.b. abaixo do ano anterior) devido a um maior investimento em preço na Polónia e ao impacto do investimento nos novos negócios. Excluindo o impacto dos novos negócios, esperamos um forte crescimento do EBITDA e do resultado líquido das restantes área de negócio.

Em 2013, o Grupo prevê investir entre 600 e 650 milhões de euros, dos quais 70% serão alocados à Biedronka e cerca de 50 milhões de euros à operação na Colômbia.

Media Relations

Rita Fragoso
rita.fragoso@jeronimo-martins.pt
+351-21 752 61 14

Definições

Vendas like-for-like (LFL): Vendas das lojas que operam sob as mesmas condições nos dois períodos.

Excluem-se as lojas que abriram, encerraram ou sofreram remodelações profundas num dos dois períodos.

EBITDA: Lucro antes de juros, impostos, depreciação e amortização. Representa a geração de fundos proveniente do seu core business, não levando em consideração os efeitos financeiros e de impostos.

Gearing: Dívida Líquida / Fundos de Accionistas.

HoReCa: Segmento de hotéis, restaurantes e cafés.

Aviso Legal

Este comunicado inclui afirmações que não se referem a factos passados e que se referem ao futuro e que envolvem riscos e incertezas que podem levar a que os resultados reais sejam materialmente diferentes daqueles indicados em afirmações sobre o futuro. Os riscos e incertezas advêm de factores para além do controlo e capacidade de previsão de Jerónimo Martins, tal como condições macroeconómicas, mercados de crédito, flutuações de moeda estrangeira e desenvolvimentos do quadro regulatório.

As afirmações aqui contidas sobre o futuro referem-se apenas a este documento e à sua data de publicação, não assumindo o Grupo Jerónimo Martins qualquer obrigação de actualizar informação contida nesta apresentação ou de notificar um participante no evento de que qualquer assunto aqui afirmado mude ou se torne incorrecto, excepto quando exigido por lei ou regulamento específico.

ANEXOS

| (Milhões de Euros) | 9M 13 | 9M 12 | Δ% (Euro) | Δ% (s/ F/X) |
|----------------------------|---------|---------|--------------|----------------|
| Vendas Consolidadas | 8.699,3 | 7.799,8 | +11,5 | +11,5 |
| EBITDA | 573,2 | 531,8 | +7,8 | +7,5 |
| Mg EBITDA (%) | 6,6 | 6,8 | | |
| Res. Líquido JM | 280,5 | 271,5 | +3,3 | +2,7 |
| S/ não recorrentes | 280,1 | 276,5 | +1,3 | +0,7 |
| EPS (€) | 0,45 | 0,43 | +3,3 | |
| Dívida Líquida | 308,3 | 216,8 | | |
| Gearing (%) | 19,5 | 13,8 | | |

RESULTADO
LÍQUIDO
CONSOLIDADO

| (Milhões de Euros) | 9M 13 | | 9M 12 | | Δ | 3T 13 | | 3T 12 | | Δ |
|---------------------------------------|--------|--------|--------|--------|-------|-------|--------|-------|--------|-------|
| Vendas e Prestação de Serviços | 8.699 | 21,4% | 7.800 | 21,9% | 11,5% | 3.056 | 21,4% | 2.788 | 22,1% | 9,6% |
| Margem Total | 1.862 | 21,4% | 1.710 | 21,9% | 8,9% | 655 | 21,4% | 617 | 22,1% | 6,2% |
| Custos Operacionais | -1.289 | -14,8% | -1.179 | -15,1% | 9,3% | -432 | -14,1% | -399 | -14,3% | 8,0% |
| EBITDA | 573 | 6,6% | 532 | 6,8% | 7,8% | 224 | 7,3% | 217 | 7,8% | 2,8% |
| Depreciação | -185 | -2,1% | -166 | -2,1% | 11,4% | -63 | -2,1% | -55 | -2,0% | 13,3% |
| EBIT | 388 | 4,5% | 366 | 4,7% | 6,1% | 161 | 5,3% | 162 | 5,8% | -0,7% |
| Resultados Financeiros | -30 | -0,3% | -21 | -0,3% | 43,1% | -10 | -0,3% | -8 | -0,3% | 22,2% |
| Ganhos em Empresas Associadas | 14 | 0,2% | 13 | 0,2% | 3,0% | 8 | 0,3% | 6 | 0,2% | 26,9% |
| Itens não Recorrentes | 0 | 0,0% | -13 | -0,2% | n.a. | -1 | 0,0% | 0 | 0,0% | n.a. |
| EBT | 372 | 4,3% | 345 | 4,4% | 7,7% | 158 | 5,2% | 161 | 5,8% | -1,4% |
| Impostos | -78 | -0,9% | -70 | -0,9% | 11,4% | -34 | -1,1% | -32 | -1,2% | 4,3% |
| Resultados Líquidos | 294 | 3,4% | 275 | 3,5% | 6,8% | 125 | 4,1% | 129 | 4,6% | -2,9% |
| Interesses que não Controlam | -13 | -0,2% | -4 | 0,0% | n.a. | -10 | -0,3% | -9 | -0,3% | 9,2% |
| Res. Líquido atribuível a JM | 281 | 3,2% | 272 | 3,5% | 3,3% | 115 | 3,8% | 120 | 4,3% | -3,8% |
| Res. Líquido / acção (€) | 0,45 | | 0,43 | | 3,3% | 0,18 | | 0,19 | | -3,8% |

DETALHE DE VENDAS

| (Milhões de Euros) | 9M 13 | | 9M 12 | | Δ % | | 3T 13 | | 3T 12 | | Δ % | |
|----------------------------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|--------------|--------------|-------------|--------------|-------------|-------|-------------|
| | % total | % total | Pln | Euro | % total | % total | Pln | Euro | | | | |
| Biedronka | 5.642 | 64,9% | 4.867 | 62,4% | 15,9% | 15,9% | 1.950 | 63,8% | 1.734 | 62,2% | 15,5% | 12,5% |
| Pingo Doce (vendas de loja) | 2.353 | 27,1% | 2.266 | 29,1% | 3,8% | 3,8% | 837 | 27,4% | 804 | 28,8% | | 4,1% |
| Recheio | 609 | 7,0% | 601 | 7,7% | 1,3% | 1,3% | 234 | 7,6% | 226 | 8,1% | | 3,6% |
| Serviços de Mkt., Repr. e Rest. | 57 | 0,7% | 62 | 0,8% | -8,2% | -8,2% | 20 | 0,7% | 22 | 0,8% | | -8,3% |
| Outros & Ajustes de Consolidação | 38 | 0,4% | 4 | 0,1% | n.a. | n.a. | 16 | 0,5% | 3 | 0,1% | | n.a. |
| Total JM | 8.699 | 100% | 7.800 | 100% | 11,5% | 11,5% | 3.056 | 100% | 2.788 | 100% | | 9,6% |

CRESCIMENTO DE VENDAS

| | Crescimento Total de Vendas | | | | | Crescimento LFL de Vendas | | | | |
|------------|-----------------------------|-------|-------|-------|-------|---------------------------|--------|--------|--------|--------|
| | 1T 13 | 2T 13 | 1S 13 | 3T 13 | 9M 13 | 1T 13 | 2T 13 | 1S 13 | 3T 13 | 9M 13 |
| Biedronka | | | | | | | | | | |
| Euro | 22,1% | 13,9% | 17,9% | 12,5% | 15,9% | | | | | |
| PLN | 20,1% | 12,4% | 16,1% | 15,5% | 15,9% | 8,8%* | 2,0%* | 5,3%* | 4,0%* | 4,8%* |
| Pingo Doce | 5,3% | 2,3% | 3,7% | 4,1% | 3,8% | 2,9%** | 1,2%** | 2,0%** | 4,0%** | 2,7%** |
| Recheio | -2,1% | 1,8% | 0,0% | 3,6% | 1,3% | -2,8% | 1,0% | -0,8% | 2,1% | 0,3% |

* Excluindo os dias de encerramento para conversão de *layout* de lojas

** LFL excluindo combustivel 3,7% 2,2% 2,9% 5,0% 3,6%

PARQUE DE LOJAS

| Número de Lojas | 2012 | Aberturas | | | Encerramentos | Parque de Lojas | |
|-----------------|-------|-----------|-------|-------|---------------|-----------------|-------|
| | | 1T 13 | 2T 13 | 3T 13 | | 9M 13 | 9M 12 |
| Biedronka | 2.125 | 22 | 40 | 66 | 8 | 2.245 | 2.006 |
| Pingo Doce | 372 | 1 | 0 | 1 | 0 | 374 | 372 |
| Recheio | 41 | 0 | 0 | 0 | 0 | 41 | 41 |

| Área de Venda (m ²) | 2012 | Aberturas | | | Encerramentos/ Remodelações | Parque de Lojas | |
|---------------------------------|-----------|-----------|--------|--------|--------------------------------|-----------------|-----------|
| | | 1T 13 | 2T 13 | 3T 13 | | 9M 13 | 9M 12 |
| Biedronka | 1.301.006 | 15.463 | 26.009 | 47.885 | -2.252 | 1.392.615 | 1.207.345 |
| Pingo Doce | 452.588 | 1.183 | 0 | 1.000 | -404 | 455.175 | 452.837 |
| Recheio | 129.295 | 0 | 0 | 0 | 0 | 129.295 | 128.670 |

BALANÇO

| (Milhões de Euros) | 9M 13 | 2012 | 9M 12 |
|---|--------------|--------------|--------------|
| Goodwill Líquido | 643 | 655 | 652 |
| Activo Fixo Líquido | 2.840 | 2.711 | 2.637 |
| Capital Circulante Total * | -1.669 | -1.615 | -1.612 |
| Outros * | 76 | 72 | 114 |
| Capital Investido | 1.891 | 1.823 | 1.791 |
| Total de Empréstimos | 741 | 660 | 695 |
| Leasings | 8 | 18 | 22 |
| Juros Diferidos | 17 | 15 | 15 |
| Títulos Negociáveis e Depósitos Bancários | -458 | -372 | -516 |
| Dívida Líquida | 308 | 321 | 217 |
| Interesses que não Controlam | 300 | 290 | 301 |
| Capital Social | 629 | 629 | 629 |
| Reservas e Resultados Retidos | 653 | 582 | 644 |
| Fundos de Accionistas | 1.582 | 1.502 | 1.574 |
| <i>Gearing</i> | 19,5% | 21,4% | 13,8% |

* Valores reclassificados - ver detalhes nas notas.