

Num ambiente de forte concorrência na Polónia e em Portugal

## **Vendas consolidadas crescem 5,6% (a taxa de câmbio constante)**

### **Principais destaques do primeiro trimestre ao nível do Grupo**

- ↑ Vendas Consolidadas crescem 5,6% (a taxa de câmbio constante) e atingem os 2.912 milhões de euros
- ↑ *Cash Flow* Operacional (EBITDA) cifra-se nos 158 milhões de euros
- ↑ Investimento de 109 milhões de euros, com 87% a serem canalizados para a Biedronka
- ↑ Lucro fixa-se nos 62 milhões de euros, com a principal contribuição a vir da Biedronka
- ↑ Reforço das quotas de mercado na Polónia e em Portugal
- ↑ Os novos negócios (Hebe e Ara) registaram vendas de 29 milhões de euros, no trimestre em que a Ara celebra o primeiro aniversário da operação na Colômbia

**Lisboa, 29 de Abril de 2014** — Nos primeiros três meses do ano, as vendas consolidadas do Grupo Jerónimo Martins cresceram 5,6% (a taxa de câmbio constante) para os 2.912 milhões de euros, com a Biedronka a reforçar a sua posição de liderança e o Pingo Doce a manter uma forte dinâmica competitiva que lhe permitiu um aumento de 2,3% das vendas.

As duas cadeias de Retalho Alimentar do Grupo geraram 92,5% das vendas consolidadas, com a Companhia polaca a representar 67% do total, em linha com o verificado no primeiro trimestre do ano passado.

O crescimento das vendas consolidadas foi, na sua maior parte, suportado pela abertura de 264 lojas ao longo dos 12 meses terminados a 31 de Março.

O EBITDA consolidado cifrou-se nos 158 milhões de euros. A margem EBITDA foi de 5,4%, 60 pontos base abaixo da registada no período homólogo (6%), em resultado do efeito negativo do calendário da Páscoa (que, este ano, não se celebrou no trimestre), dos custos adicionais de 2,4 milhões de euros incorridos com os novos negócios do Grupo (Hebe e Ara), a que se junta a contínua aposta de investimento em acções promocionais na Biedronka e no Pingo Doce.

O resultado líquido atribuído ao Grupo cifrou-se em 62 milhões de euros, menos 13 milhões do que o registado em 2013, num trimestre em que o capital investido (capex) atingiu os 109 milhões de euros, dos quais 87% foram alocados à Biedronka.

Pedro Soares dos Santos, Presidente do Conselho de Administração e Administrador-Delegado do Grupo, considera que “os resultados de Jerónimo Martins reflectem um início de ano mais lento da Biedronka. Continuaremos a enfrentar os desafios de um mercado muito competitivo e mantemo-nos comprometidos com o reforço da nossa posição de liderança e da relevância para os consumidores polacos.

Em Portugal, o Pingo Doce registou um forte crescimento de vendas, também ao nível do LFL.

Passado um ano desde o início das operações na Colômbia e estando perto das 40 lojas, a Ara registou um desempenho em linha com o esperado.

Em suma, a sólida geração de caixa dos nossos principais negócios permite-nos continuar a investir no seu desenvolvimento e, simultaneamente, construir os nossos novos negócios, preservando um balanço forte.”



↑ Vendas aumentaram 6,6% em moeda local

↑ Cadeia representa 67% das vendas e 80% do *cash flow* operacional do Grupo

↑ Abertura de 19 lojas no trimestre (260 nos últimos 12 meses)

Na Polónia, em linha com os trimestres anteriores, o ambiente mantém-se altamente competitivo no retalho alimentar, com todas as grandes cadeias a implementarem fortes campanhas promocionais.

A Biedronka somou 108 milhões de euros às vendas totais, que aumentaram 5,9% para os 1.953 milhões de euros, no trimestre. Apesar do número de clientes ter aumentado, numa base *Like-for-Like (LfL)*, em cerca de 1,5%, o facto de, este ano, a Páscoa ter sido mais tarde impactou negativamente as vendas *LfL* que foram inferiores em 2,7% às verificadas no mesmo período em 2013.

O EBITDA gerado pela Biedronka atingiu os 126 milhões de euros com a respectiva margem a diminuir 70 pontos base para os 6,5%, reflectindo o abrandamento do crescimento das vendas e o investimento em preço.

O programa de expansão na Polónia permanece como uma prioridade do Grupo e, neste período, a Biedronka, inaugurou 19 lojas e remodelou 21. No final do período em análise, a Biedronka contava com um parque de 2.405 lojas, servidas por 13 Centros de Distribuição.



- ↑ Vendas aumentaram 2,3% para os 743 milhões de euros
- ↑ Pingo Doce representa 25,5% das vendas do Grupo
- ↑ Pingo Doce reforça liderança em preço
- ↑ Cartão Poupa Mais já ultrapassou um milhão de clientes registados

Em Portugal, a actividade promocional continua a ser um factor dominante na estratégia comercial de todas as cadeias de retalho alimentar. Neste contexto particularmente competitivo, e tendo em consideração que a efectiva recuperação do consumo privado não é ainda evidente de forma consistente, o Pingo Doce revelou um forte desempenho ao registar um crescimento *LfL* das vendas (excluindo combustível) de 2% nos primeiros três meses do ano.

As vendas totais, que têm em conta a abertura de quatro novas lojas nos 12 meses terminados a 31 de Março, cresceram 2,3%. No primeiro trimestre deste ano, o Pingo Doce abriu uma loja em regime de gestão por terceiros, em Celorico de Basto, com o parque total da insígnia a atingir as 377 lojas a 31 de Março.

O Pingo Doce manteve a intensa actividade promocional, iniciada em Maio de 2012, que tem beneficiado o fortalecimento da sua posição competitiva, reforçada com o lançamento do Cartão Poupa Mais, que já ultrapassou um milhão de clientes registados.



- ↑ Vendas em linha com período homólogo
- ↑ Recheio representa 5,9% das vendas do Grupo
- ↑ Rede Amanhecer encerra o trimestre com 59 lojas

No Recheio, que manteve inalterado o seu parque de 41 lojas, as vendas ficaram em linha com as registadas no mesmo período do ano anterior, o que configura um sólido desempenho num sector muito difícil e em contracção.

Assim, o volume de negócios da maior rede grossista em Portugal atingiu os 173 milhões de euros. É de salientar a resiliência do desempenho do Recheio num contexto em que os seus dois principais segmentos de negócio se encontram em queda.

Segundo os dados mais recentes do Instituto Nacional de Estatística referentes ao canal HoReCa, as vendas deste segmento de mercado caíram 2,7% em Janeiro deste ano. No que respeita ao Retalho Tradicional, o volume de negócios verificou uma queda de 5,2% nos primeiros dois meses do ano, segundo dados da Nielsen.

O projecto Amanhecer, lançado em 2011, que consiste num acordo de cooperação comercial entre o Recheio e proprietários de lojas alimentares de pequena e média dimensão, abriu 7 novas lojas no trimestre, tendo alcançado as 59 lojas a 31 de Março.

**Na Distribuição em Portugal**, o EBITDA atingiu 47 milhões de euros, em linha com o mesmo período do ano anterior, tendo o investimento em preço no Pingo Doce sido compensado pelos resultados obtidos com o esforço realizado ao nível da gestão de custos e do forte desempenho das vendas.

#### **Perspectivas para 2014**

Nas actuais condições de mercado na Polónia e em Portugal, com a concorrência mais intensa, iremos continuar a reforçar a competitividade das acções comerciais das nossas Companhias para que seja possível manter níveis de crescimento das vendas acima dos dos respectivos mercados.

A expansão continuará a ser uma prioridade estratégica de crescimento e o programa de investimento deverá ser de 600 a 700 milhões de euros, incluindo cerca de 300 novas lojas Biedronka.

### **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 de que qualquer assunto aqui afirmado mude ou se torne incorrecto, excepto quando exigido por lei ou regulamento específico.

### **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.

## ANEXOS

(Milhões de Euros)	1T 14	1T 13	Δ% (Euro)	Δ% (s/ F/X)
Vendas Consolidadas	2.912,5	2.771,7	+5,1	+5,6
EBITDA	158,2	166,8	-5,1	-5,3
Mg EBITDA (%)	5,4	6,0		
Res. Líquido JM	62,4	75,3	-17,1	-18,5
S/ não recorrentes	62,5	75,8	-17,6	-18,9
EPS (€)	0,10	0,12	-17,1	
Dívida Líquida	471,3	271,3		
Gearing (%)	27,6	17,4		

RESULTADO  
LÍQUIDO  
CONSOLIDADO

(Milhões de Euros)	1T 14		1T 13		Δ
<b>Vendas e Prestação de Serviços</b>	<b>2.912</b>		<b>2.772</b>		<b>5,1%</b>
Margem Total	623	21,4%	595	21,5%	4,7%
Custos Operacionais	-464	-15,9%	-428	-15,4%	8,5%
<b>EBITDA</b>	<b>158</b>	<b>5,4%</b>	<b>167</b>	<b>6,0%</b>	<b>-5,1%</b>
Depreciação	-67	-2,3%	-60	-2,2%	10,5%
<b>EBIT</b>	<b>91</b>	<b>3,1%</b>	<b>106</b>	<b>3,8%</b>	<b>-14,0%</b>
Resultados Financeiros	-9	-0,3%	-11	-0,4%	-18,5%
Ganhos em Empresas Associadas	3	0,1%	2	0,1%	24,8%
Itens não Recorrentes	0	0,0%	-1	0,0%	-56,3%
<b>EBT</b>	<b>85</b>	<b>2,9%</b>	<b>97</b>	<b>3,5%</b>	<b>-12,3%</b>
Impostos	-20	-0,7%	-20	-0,7%	-1,3%
<b>Resultados Líquidos</b>	<b>66</b>	<b>2,3%</b>	<b>77</b>	<b>2,8%</b>	<b>-15,2%</b>
Interesses que não Controlam	-3	-0,1%	-2	-0,1%	54,4%
<b>Res. Líquido atribuível a JM</b>	<b>62</b>	<b>2,1%</b>	<b>75</b>	<b>2,7%</b>	<b>-17,1%</b>
Res. Líquido / acção (€)	0,10		0,12		-17,1%

DETALHE DE  
VENDAS

(Milhões de Euros)	1T 14		1T 13		Δ %	
		% total		% total	Pln	Euro
Biedronka	1.953	67,0%	1.844	66,5%	6,6%	5,9%
Pingo Doce (vendas de loja)	743	25,5%	727	26,2%		2,3%
Recheio	173	5,9%	173	6,3%		-0,1%
Serviços de Mkt., Repr. e Rest.	17	0,6%	18	0,7%		-5,3%
Outros & Ajustes de Consolidação	26	0,9%	9	0,3%		n.a.
<b>Total JM</b>	<b>2.912</b>	<b>100%</b>	<b>2.772</b>	<b>100%</b>		<b>5,1%</b>

CRESCIMENTO DE  
VENDAS

	Crescimento Total de Vendas 1T 14	Crescimento LFL de Vendas 1T 14
Biedronka		
Euro	5,9%	
PLN	6,6%	-2,7%
Pingo Doce	2,3%	1,1%
<i>Excluindo combustível</i>	2,7%	2,0%
Recheio	-0,1%	-1,0%

## PARQUE DE LOJAS

Número de Lojas	2013	Aberturas	Encerramentos	Parque de Lojas	
		1T 14	1T 14	1T 14	1T 13
Biedronka	2.393	19	7	2.405	2.145
Pingo Doce	376	2	1	377	373
Recheio	41	0	0	41	41

Área de Venda (m <sup>2</sup> )	2013	Aberturas	Encerramentos/ Remodelações	Parque de Lojas	
		1T 14	1T 14	1T 14	1T 13
Biedronka	1.500.038	13.212	-4.448	1.517.698	1.317.779
Pingo Doce	457.171	2.400	1.146	458.425	453.771
Recheio	129.295	0	0	129.295	129.295

## BALANÇO

(Milhões de Euros)	<b>1T 14</b>	<b>2013</b>	<b>1T 13</b>
Goodwill Líquido	647	648	646
Activo Fixo Líquido	2.974	2.940	2.712
Capital Circulante Total	-1.548	-1.686	-1.598
Outros	109	92	71
<b>Capital Investido</b>	<b>2.182</b>	<b>1.995</b>	<b>1.831</b>
Total de Empréstimos	811	688	648
Leasings	4	6	14
Juros Diferidos	24	20	13
Títulos Negociáveis e Depósitos Bancários	-367	-368	-404
<b>Dívida Líquida</b>	<b>471</b>	<b>346</b>	<b>271</b>
Interesses que não Controlam	269	267	291
Capital Social	629	629	629
Reservas e Resultados Retidos	813	753	639
<b>Fundos de Accionistas</b>	<b>1.711</b>	<b>1.649</b>	<b>1.560</b>
<i>Gearing</i>	<i>27,6%</i>	<i>21,0%</i>	<i>17,4%</i>

**Media Relations**

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