

Apesar da deflação alimentar verificada na Polónia e em Portugal

Vendas consolidadas crescem 7,3% nos primeiros nove meses do ano

Principais destaques dos três trimestres

- ↑ Vendas Consolidadas crescem 7,3% no período, atingindo os 9.333 milhões de euros
- ↑ Cash Flow Operacional (EBITDA) cifra-se nos 547 milhões de euros
- ↑ Investimento registado de 301 milhões de euros, 82% dos quais na Biedronka
- ↑ Lucro fixa-se nos 237 milhões de euros
- ↑ Reforço das quotas de mercado na Polónia e em Portugal
- ↑ Os novos negócios (Hebe e Ara) contribuem com vendas de 103 milhões de euros

Lisboa, 29 de Outubro de 2014 — Num ambiente intensamente competitivo e caracterizado pela aceleração no terceiro trimestre da deflação alimentar na Polónia (-1,9%) e em Portugal (-2,8%), em termos consolidados e nos primeiros nove meses do ano, as vendas aumentaram 7,3% (6,9% excluindo o efeito cambial positivo) para os 9.333 milhões de euros.

Tanto a Biedronka como o Pingo Doce reforçaram as respectivas posições de liderança de mercado. As duas cadeias de Retalho Alimentar do Grupo geraram 92% das vendas consolidadas, com a Biedronka a representar 66% do total.

O EBITDA consolidado, nos primeiros nove meses do ano, cifrou-se em 547 milhões de euros (-4,5% do que no período homólogo). A margem EBITDA foi 5,9%, 70 pontos base abaixo do registado no ano anterior, significativamente impactada pelo maior nível de deflação na Polónia e em Portugal, bem como pelo esforço promocional desenvolvido no período e pela evolução dos custos de arranque na Ara e na Hebe.

O resultado líquido atribuível a Jerónimo Martins fixou-se nos 237 milhões de euros, num período em que o Grupo investiu 301 milhões de euros, dos quais 82% na Biedronka, que se mantém como a primeira prioridade estratégica em matéria de investimento.

Pedro Soares dos Santos, Presidente do Conselho de Administração e Administrador-Delegado do Grupo, afirma que “Como estimado, este foi um trimestre difícil, com uma rápida aceleração da deflação alimentar nos principais mercados em que operamos.

Embora estejamos conscientes de que a deflação continuará a pressionar o desempenho dos nossos principais negócios, temos agora um conhecimento mais profundo dos desafios que enfrentamos e de como podemos superá-los, capitalizando nos nossos pontos fortes. Sinto que entramos no quarto trimestre deste ano completamente preparados para continuar a reforçar as nossas posições de mercado enquanto mantemos a nossa solidez financeira.

A satisfação e a preferência do consumidor são, e continuarão a ser, a nossa prioridade número um, mantendo-se as vendas como a principal razão inerente às escolhas que fazemos e às decisões que tomamos.”



- ↑ Vendas aumentam 9,7% em euros
- ↑ Cadeia representa 66% das vendas e 79% do *cash flow* operacional do Grupo (EBITDA)
- ↑ 149 novas lojas abertas nos primeiros nove meses do ano

Na Polónia registou-se uma forte aceleração da deflação alimentar, que atingiu -1,9% no terceiro trimestre (-0,5% no segundo trimestre), em parte devido ao embargo russo sobre algumas exportações polacas.

Para além da deflação, o ambiente mantém-se altamente competitivo no retalho alimentar, com todas as grandes cadeias a investirem fortemente em preço através de campanhas promocionais. Liderando destacadamente o mercado do Retalho Alimentar na Polónia, a Biedronka aumentou em 9,7% as suas vendas totais atingindo os 6.191 milhões de euros. No terceiro trimestre, o crescimento das vendas da cadeia foi de 10,9%.

O volume de vendas *Like-for-Like (LfL)*, aumentou cerca de 1% no trimestre, suportado pelas acções comerciais desenvolvidas e pela introdução de meios eletrónicos de pagamento. Em valor, o desempenho *LfL* foi de -1,3%, impactado pela deflação no cabaz. Nos primeiros nove meses do ano o *LfL* da Biedronka foi de -1,2%.

O EBITDA gerado pela Companhia foi de 433 milhões de euros e a evolução negativa de 100 pontos base da margem EBITDA, que se cifrou em 7% das respectivas vendas, reflecte sobretudo o efeito da deflação mais elevada no cabaz.

Nos primeiros nove meses do ano, a Biedronka inaugurou 149 lojas. No final do período em análise, a cadeia contava com um parque de 2.527 lojas, servidas por 13 Centros de Distribuição.



- ↑ Vendas aumentaram 1,6%, nos primeiros nove meses do ano, permitindo fortalecer a quota de mercado
- ↑ Abertura de cinco novas lojas no período
- ↑ Pingo Doce representa 26% das vendas do Grupo

Em Portugal, tal como na Polónia, a deflação alimentar também acelerou, atingindo -2,8% no terceiro trimestre relativamente aos -1,9% registados no trimestre anterior. O ambiente fortemente competitivo no sector do retalho alimentar, o baixo nível de confiança dos consumidores e a deflação caracterizaram o período em análise.

No terceiro trimestre, o Pingo Doce registou um crescimento significativo dos volumes de vendas *LfL* que, no entanto, foi insuficiente para compensar o impacto da forte deflação no cabaz.

Com a abertura de cinco novas lojas, nos primeiros nove meses do ano, as vendas do Pingo Doce cresceram 1,6% (2% excluindo combustível) para os 2.391 milhões de euros, reforçando a quota de mercado da Companhia.



Na actual difícil conjuntura de mercado para os segmentos-chave do Recheio – Retalho Tradicional e HoReCa – a Companhia superou o desempenho do mercado. De facto, e num contexto de elevados níveis de deflação e de uma política de crédito rigorosa, os volumes aumentaram, tendo as vendas, em valor, ficado ligeiramente abaixo do ano anterior.

No acumulado dos nove meses, as vendas totais da maior rede grossista em Portugal atingiram os 603 milhões de euros.

Distribuição em Portugal

A Distribuição em Portugal manteve um rigoroso controlo dos custos, apesar do forte crescimento de volumes e de registar uma margem EBITDA praticamente em linha com o mesmo período de 2013. Este desempenho revela a resiliência do negócio da Distribuição em Portugal num ambiente de forte deflação.



Na Colômbia, o terceiro trimestre terminou com 54 lojas Ara na região do Eixo Cafeteiro, servidas pelo Centro de Distribuição localizado na cidade de Pereira. O entusiasmo com que as lojas Ara têm sido recebidas pelos consumidores, traduz-se num crescimento sustentado do número de clientes e na evolução das vendas, que registam um bom desempenho.



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 117 lojas (incluindo farmácias).

Perspectivas 2014

Com base no encorajador desempenho no mercado e no crescimento de volumes registado nas nossas principais áreas de negócio, estamos confiantes na evolução das vendas do Grupo no quarto trimestre do ano.

No entanto, a fraca visibilidade relativamente à evolução de variáveis externas, principalmente a deflação, dificulta o estabelecimento de um objectivo específico de margem para este ano.

O Grupo reforçará as suas posições de mercado, mantendo um balanço forte. Não obstante, e embora estejamos confiantes no potencial de crescimento do mercado polaco, decidimos abrir menos lojas Biedronka no quarto trimestre de 2014, face ao inicialmente previsto. Assim, a execução do plano de expansão definido para este ano decorrerá apenas até o final de Outubro, com a consequente redução do programa de investimento para 2014.

Media Relations

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

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.

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)	9M 14	9M 13	Δ% (Euro)	Δ% (s/ F/X)
Vendas Consolidadas	9.332,6	8.699,3	+7,3	+6,9
EBITDA	547,5	573,2	-4,5	-5,2
Mg EBITDA (%)	5,9	6,6		
Res. Líquido JM	237,1	280,5	-15,5	-16,6
S/ não recorrentes	237,7	280,1	-15,1	-16,3
EPS (€)	0,38	0,45	-15,5	
Dívida Líquida	449,2	308,3		
Gearing (%)	26,6	19,5		

RESULTADO
LÍQUIDO
CONSOLIDADO

(Milhões de Euros)	9M 14		9M 13		Δ	3T 14		3T 13		Δ
Vendas e Prestação de Serviços	9.333		8.699		7,3%	3.281		3.056		7,3%
Margem Total	1.980	21,2%	1.862	21,4%	6,3%	694	21,1%	655	21,4%	5,9%
Custos Operacionais	-1.432	-15,3%	-1.289	-14,8%	11,2%	-488	-14,9%	-432	-14,1%	13,0%
EBITDA	547	5,9%	573	6,6%	-4,5%	206	6,3%	224	7,3%	-7,9%
Depreciação	-205	-2,2%	-185	-2,1%	11,0%	-70	-2,1%	-63	-2,1%	11,6%
EBIT	342	3,7%	388	4,5%	-11,9%	136	4,1%	161	5,3%	-15,5%
Resultados Financeiros	-26	-0,3%	-30	-0,3%	-12,7%	-8	-0,3%	-10	-0,3%	-12,3%
Ganhos em Empresas Associadas	15	0,2%	14	0,2%	7,1%	7	0,2%	8	0,3%	-18,2%
Itens não Recorrentes	-1	0,0%	0	0,0%	n.a.	-1	0,0%	-1	0,0%	n.a.
EBT	330	3,5%	372	4,3%	-11,4%	133	4,1%	158	5,2%	-15,8%
Impostos	-74	-0,8%	-78	-0,9%	-5,3%	-30	-0,9%	-34	-1,1%	-11,6%
Resultados Líquidos	256	2,7%	294	3,4%	-13,0%	104	3,2%	125	4,1%	-16,9%
Interesses que não Controlam	-19	-0,2%	-13	-0,2%	39,0%	-12	-0,4%	-10	-0,3%	20,0%
Res. Líquido atribuível a JM	237	2,5%	281	3,2%	-15,5%	92	2,8%	115	3,8%	-20,0%
Res. Líquido / ação (€)	0,38		0,45		-15,5%	0,15		0,18		-20,0%

DETALHE DE VENDAS

(Milhões de Euros)	9M 14		9M 13		Δ %		3T 14		3T 13		Δ %	
		% total		% total	Pln	Euro		% total		% total	Pln	Euro
Biedronka	6.191	66,3%	5.642	64,9%	9,0%	9,7%	2.162	65,9%	1.950	63,8%	9,0%	10,9%
Pingo Doce	2.391	25,6%	2.353	27,1%		1,6%	835	25,4%	837	27,4%		-0,3%
Recheio	603	6,5%	609	7,0%		-0,9%	229	7,0%	234	7,6%		-1,9%
Serviços de Mkt., Repr. e Rest.	56	0,6%	57	0,7%		-1,8%	20	0,6%	20	0,7%		-1,2%
Outros & Ajustes de Consolidação	92	1,0%	38	0,4%		n.a.	35	1,1%	16	0,5%		n.a.
Total JM	9.333	100%	8.699	100%		7,3%	3.281	100%	3.056	100%		7,3%

CRESCIMENTO DE VENDAS

	Crescimento Total de Vendas					Crescimento LFL de Vendas				
	1T 14	2T 14	1S 14	3T 14	9M 14	1T 14	2T 14	1S 14	3T 14	9M 14
Biedronka										
Euro	5,9%	12,3%	9,1%	10,9%	9,7%					
PLN	6,6%	11,5%	9,1%	9,0%	9,0%	-2,7%	0,3%	-1,2%	-1,3%	-1,2%
Pingo Doce	2,3%	2,9%	2,6%	-0,3%	1,6%	1,1%	1,9%	1,5%	-2,0%	0,3%
<i>Excluindo combustível</i>	2,7%	3,5%	3,1%	0,1%	2,0%	2,0%	2,7%	2,4%	-1,4%	1,0%
Recheio	-0,1%	-0,4%	-0,3%	-1,9%	-0,9%	-0,4%	-0,4%	-0,4%	-2,3%	-1,1%

PARQUE DE LOJAS

Número de Lojas	2013	Aberturas			Encerramentos	Parque de Lojas	
		1T 14	2T 14	3T 14		9M 14	9M 13
Biedronka	2.393	19	73	57	15	2.527	2.245
Pingo Doce	376	2	1	2	1	380	374
Recheio	41	0	0	0	0	41	41

Área de Venda (m ²)	2013	Aberturas			Encerramentos/ Remodelações	Parque de Lojas	
		1T 14	2T 14	3T 14		9M 14	9M 13
Biedronka	1.500.038	13.212	50.492	39.001	-1.886	1.604.628	1.392.615
Pingo Doce	457.171	2.400	688	1.750	1.146	460.863	455.175
Recheio	129.295	0	0	0	630	128.665	129.295

BALANÇO

(Milhões de Euros)	9M 14	2013	9M 13
Goodwill Líquido	647	648	643
Activo Fixo Líquido	3.025	2.940	2.840
Capital Circulante Total	-1.630	-1.686	-1.669
Outros	99	92	76
Capital Investido	2.141	1.995	1.891
Total de Empréstimos	742	688	741
Leasings	2	6	8
Juros Diferidos	10	20	17
Títulos Negociáveis e Depósitos Bancários	-305	-368	-458
Dívida Líquida	449	346	308
Interesses que não Controlam	271	267	300
Capital Social	629	629	629
Reservas e Resultados Retidos	792	753	653
Fundos de Accionistas	1.692	1.649	1.582
<i>Gearing</i>	<i>26,6%</i>	<i>21,0%</i>	<i>19,5%</i>