

Jerónimo Martins SGPS, S.A.

Resultados do Primeiro Trimestre de 2016

O forte desempenho operacional, em todas as áreas de negócio, levou as vendas do Grupo a crescer 5,9%, para 3,4 mil milhões de euros, um aumento de 9,3%, excluindo o impacto cambial. Esta evolução traduz de forma evidente a solidez das vendas LFL para além do efeito positivo de calendário.

- As vendas da Biedronka aumentaram 9,3% (em moeda local), um crescimento LFL de 7,6%
- As vendas do Pingo Doce (excluindo combustível) cresceram 6,3%, com um LFL de 2,1%
- As vendas do Recheio aumentaram 4,3%, registando um forte desempenho LFL de 3,8%
- O EBITDA do Grupo atingiu 183,4 milhões de euros, + 10,7% do que no ano anterior
- Os resultados líquidos de JM aumentaram 19,3%, para 77,3 milhões de euros

Lisboa, 28 de Abril de 2016

Mensagem do Presidente do Conselho de Administração e Administrador-Delegado,
Pedro Soares dos Santos

"Os resultados do primeiro trimestre reflectem um arranque forte do ano e confirmam a dinâmica de LFL na Polónia e em Portugal.

A Biedronka manteve-se firmemente comprometida com o seu novo ciclo de crescimento. O foco renovado na eficiência tem permitido à Companhia crescer as vendas e a rentabilidade, enquanto reforça o seu posicionamento competitivo.

Em Portugal, apesar do contexto concorrencial estar ainda mais intenso do que no ano passado, o Pingo Doce e o Recheio apresentaram sólidos crescimentos.

Na Colômbia, onde se abriram oito lojas no trimestre, as duas regiões mantiveram um bom desempenho, o que valida o nosso plano para abrir a terceira região no segundo semestre do ano.

O desempenho nos primeiros três meses do ano reforça a minha confiança na força e na eficácia das propostas de valor e na capacidade dos nossos negócios continuarem a superar o desempenho dos respectivos mercados."

(Milhões de Euros)	1T 16	1T 15	Δ% (Euro)	Δ% (s/ F/X)
Vendas Consolidadas	3.375,7	3.187,2	+5,9	+9,3
EBITDA	183,4	165,7	+10,7	+12,8
Mg EBITDA (%)	5,4	5,2		
Res. Líquido JM	77,3	64,8	+19,3	+18,9
S/ não recorrentes	77,7	64,9	+19,8	+19,4
EPS (€)	0,12	0,10	+19,3	
Dívida Líquida	211,5	331,8		
Gearing (%)	12,7	19,1		

CALENDÁRIO FINANCEIRO

Pagamento de Dividendo: 12 de Maio de 2016

Resultados do 1.º Semestre 2016: 27 de Julho de 2016

Resultados do 3.º Trimestre 2016: 24 de Novembro de 2016

Relações com Investidores

+351 21 752 61 05

investor.relations@jeronimo-martins.pt

Cláudia Falcão @ claudia.falcao@jeronimo-martins.pt

Hugo Fernandes @ hugo.fernandes@jeronimo-martins.pt

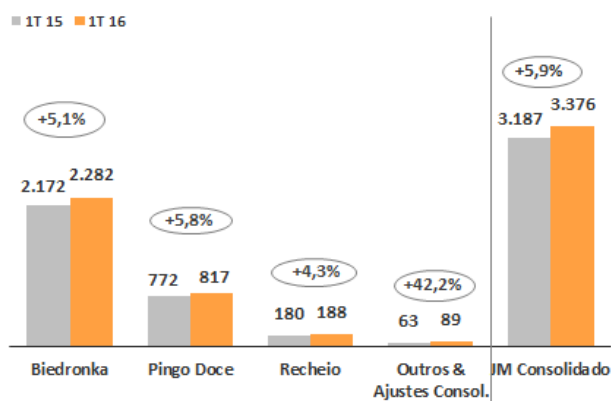
Números Chave do Desempenho

RESULTADO LÍQUIDO CONSOLIDADO

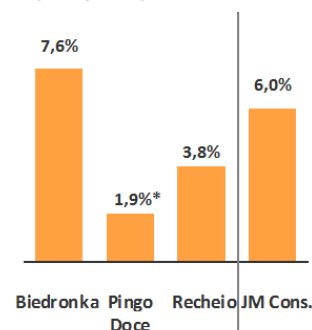
(Milhões de Euros)	1T 16		1T 15		Δ
Vendas e Prestação de Serviços	3.376		3.187		5,9%
Margem Total	711	21,1%	676	21,2%	5,1%
Custos Operacionais	-527	-15,6%	-511	-16,0%	3,3%
EBITDA	183	5,4%	166	5,2%	10,7%
Depreciação	-73	-2,2%	-73	-2,3%	0,8%
EBIT	110	3,3%	93	2,9%	18,5%
Resultados Financeiros	-4	-0,1%	-5	-0,2%	-20,9%
Ganhos em Empresas Associadas	3	0,1%	3	0,1%	-18,6%
Itens não Recorrentes	-1	0,0%	0	0,0%	n.a.
EBT	108	3,2%	91	2,9%	18,3%
Impostos	-25	-0,7%	-22	-0,7%	13,3%
Resultados Líquidos	83	2,5%	69	2,2%	19,9%
Interesses que não Controlam	-6	-0,2%	-4	-0,1%	27,9%
Res. Líquido atribuível a JM	77	2,3%	65	2,0%	19,3%
Res. Líquido / acção (€)	0,12		0,10		19,3%

EVOLUÇÃO DE VENDAS

Vendas (Milhões de Euros)

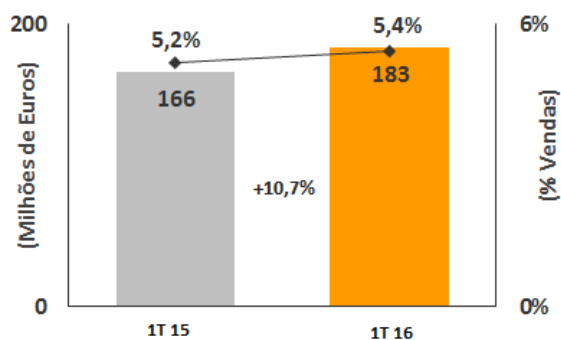


Crescimento LFL (1T 16/1T 15)



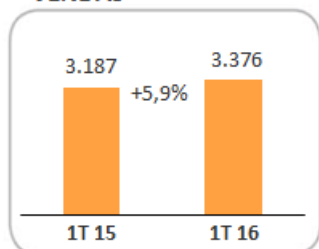
* LFL excluindo combustível: 2,1%

EVOLUÇÃO DO EBITDA



Análise de Vendas e Resultados

VENDAS

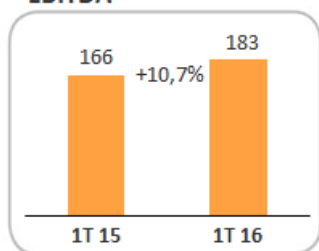


As vendas consolidadas atingiram 3.376 milhões de euros, crescendo 5,9% em relação ao mesmo trimestre do ano anterior (+9,3% excluindo o impacto cambial negativo).

Todas as Companhias contribuíram para o sólido desempenho de vendas do Grupo, mantendo a boa dinâmica de vendas, impulsionada principalmente pelo aumento de volumes. O crescimento registado reflecte, também, o impacto positivo de calendário (ano bissexto e Páscoa no primeiro trimestre deste ano).

Na Polónia e em Portugal, as vendas de retalho alimentar continuaram a ser impulsionadas pela actividade promocional, enquanto a inflação alimentar no mercado, apesar de uma tendência positiva, permaneceu muito baixa, +0,4% na Polónia e negativa em -0,4% em Portugal.

EBITDA

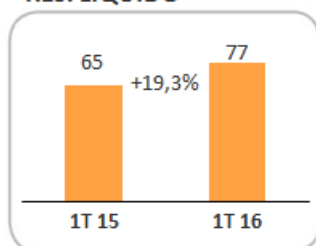


A **Biedronka** manteve a intensidade promocional conjugada com um sortido melhorado. As vendas da Companhia, em moeda local, cresceram 9,3% no trimestre, com o LFL a manter a dinâmica iniciada em 2015, atingindo um sólido crescimento de 7,6% no período. O efeito de calendário e uma boa época de Páscoa para a Companhia contribuíram também para este desempenho.

As vendas, em euros, cresceram 5,1% em resultado da desvalorização do zloty, atingindo 2.282 milhões de euros.

A Biedronka abriu 26 lojas nos primeiros três meses do ano, correspondendo a uma adição líquida de 16 unidades.

RES. LÍQUIDO

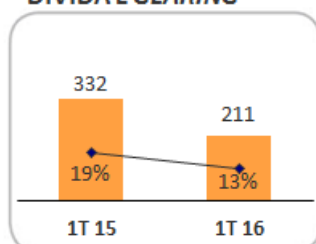


Tendo em consideração o comparativo difícil resultante de um desempenho notável em 2015, o **Pingo Doce** manteve um bom crescimento de volumes que mais do que compensou a deflação alimentar registada no cabaz e impulsionou as vendas LFL (excl. combustível), que cresceram 2,1% no trimestre. As vendas aumentaram 5,8% (+6,3% excluindo combustível), atingindo 817 milhões de euros.

Durante o ano 2016, o Pingo Doce manterá a sua aposta na actividade promocional e na melhoria da experiência de compra.

O **Recheio** manteve as suas atractivas acções comerciais e beneficiou plenamente da sua forte posição competitiva durante a época da Páscoa. O crescimento LFL no trimestre foi de 3,8%, beneficiando de uma melhoria de contexto no canal HoReCa.

DÍVIDA E GEARING



A **Ara** atingiu vendas de 48 milhões de euros no período. A Companhia abriu oito lojas e está a construir o seu terceiro centro de distribuição na Colômbia, com abertura prevista até ao final deste ano.

O EBITDA do Grupo aumentou 10,7% (+12,8% excluindo o impacto cambial negativo), atingindo 183 milhões de euros. A respectiva margem foi de 5,4% (5,2% em 1T 15). Esta melhoria resultou da combinação de um bom desempenho de vendas, de uma gestão rigorosa dos custos e do facto de a Páscoa ter sido no 1T 16.

O EBITDA da Biedronka cresceu 10,4% (+14,9% em moeda local) para 151 milhões de euros. A respectiva margem foi de 6,6% (6,3% em 1T 15). Esta forte evolução foi impulsionada pela dinâmica do binómio vendas e eficiência operacional.

Em Portugal, as Companhias da Distribuição registaram um EBITDA de 50 milhões de euros, +6,9% em relação ao ano anterior. A margem EBITDA foi de 5,0% (face a 4,9% em 1T 15).

A desvalorização do zloty polaco e do peso colombiano traduziram-se numa redução, em euros, das perdas de EBITDA na Ara e na Hebe, que atingiram 13 milhões de euros no trimestre.

Os custos financeiros do Grupo foram de 4,0 milhões de euros, 1,1 milhões de euros abaixo do trimestre homólogo em 2015, devido ao menor custo da dívida e ao menor nível de endividamento.

O resultado líquido atribuível a Jerónimo Martins ascendeu a 77,3 milhões de euros, 19,3% acima do verificado no mesmo período do ano anterior.

O investimento do Grupo foi de 83,4 milhões de euros no trimestre, tendo a Biedronka absorvido 50% do total.

Em linha com os primeiros três meses do ano anterior, o *cash flow* em 1T 16 foi de -17 milhões de euros.

A dívida líquida cifrou-se em 211 milhões de euros e o *gearing* nos 12,7%.

Perspectivas para 2016

Como havíamos antecipado, continuamos a operar em ambientes muito competitivos e de baixa inflação alimentar, tanto na Polónia como em Portugal.

Beneficiando do *momentum* criado por um bom primeiro trimestre, o crescimento das vendas manter-se-á como a principal prioridade, de forma a maximizar a rentabilidade e a geração de caixa.

Na Polónia, a Biedronka continuará focada em assegurar que é a primeira escolha de loja alimentar para os consumidores polacos. Este objectivo vai requerer uma atitude ainda mais centrada na antecipação de tendências e oportunidades de crescimento, sem prejudicar a eficiência, que é a base do nosso modelo de negócio.

Na Colômbia, a Ara, agora focada na validação do modelo na região recentemente inaugurada, continuará a prosseguir o seu plano de expansão enquanto prepara a entrada numa nova região.

O impacto das perdas da Ara e da Hebe no EBITDA consolidado estima-se que seja inferior ao registado em 2015 (55,5 milhões de euros), excluindo o efeito cambial.

Apesar de alguma incerteza socioeconómica e política, estamos confiantes que os nossos negócios, assumindo como prioridade o crescimento de vendas, vão atingir as metas definidas. Para tal, em 2016, o Grupo estima investir entre 550 e 650 milhões de euros, com a Biedronka a absorver c.45% deste valor.

Tributação de Resultados Internos Suspensos

A Lei do Orçamento de Estado Português de 2016 inclui uma norma transitória que poderá vir a ter um impacto significativo para o Grupo e, em particular, para as suas subsidiárias JMR e Recheio.

A referida norma prevê que 1/4 (um quarto) de todas as mais-valias geradas em operações internas (i.e. transacções efectuadas entre empresas pertencentes ao mesmo grupo fiscal) - que, de acordo com o quadro legal anterior não eram tributadas a menos que (i) se realizasse uma transacção com terceiros ou (ii) o grupo fiscal fosse dissolvido - sejam adicionadas à matéria colectável em 2016 e sujeitas a IRC, com um pagamento por conta a ter lugar no próximo mês de Julho.

No final dos anos noventa a JMR e o Recheio e as suas respectivas subsidiárias passaram por um importante processo de reestruturação, na sequência de várias operações de aquisição e da decisão de organizar os activos do Grupo. As operações entre as várias empresas dentro dos grupos JMR e Recheio foram realizadas de acordo com o quadro jurídico existente e, em linha, com as melhores práticas de mercado (a valores de mercado), tendo gerado mais-valias internas suspensas.

Considerando que todas as transacções foram internas, as mais-valias resultantes são, obviamente, eliminadas no processo de consolidação, estando, no entanto, reflectidas nas contas individuais.

Com base na avaliação inicial dos nossos consultores jurídicos e fiscais, acreditamos, firmemente, que há motivos suficientes para que o Grupo conteste a referida norma. Assim, não se incorporou o montante em causa, que resulta da aplicação desta norma transitória de 2016 - c.50 milhões de euros em impostos -, nos resultados do Grupo Jerónimo Martins referentes ao primeiro trimestre do ano.

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

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS POR FUNÇÕES

(Milhões de Euros)	1T 16	1T 15
Vendas e prestação de serviços	3.376	3.187
Custo das Vendas	-2.665	-2.511
Margem Total	711	676
Custos de Distribuição	-545	-528
Custos Administrativos	-55	-55
Resultados Operacionais não Usuais	-1	0
Resultados Operacionais	109	93
Custo Líquido de Financiamento	-4	-5
Ganhos em Empresas Associadas	3	3
Resultados antes de Impostos	108	91
Imposto sobre os Resultados Correntes	-25	-22
Resultados Líquidos (antes de int. que não controlam)	83	69
Interesses que não Controlam	-6	-4
Resultado Líquido atribuível a JM	77	65

Nota: A linha de 'Itens não recorrentes' no quadro 'Resultado Líquido Consolidado' na página 2 deste relatório inclui os valores constantes nas linhas 'Resultados operacionais não usuais' e 'Ganhos/Perdas em outros investimentos' presentes no quadro acima apresentado.

DETALHE DE VENDAS

(Milhões de Euros)	1T 16		1T 15		Δ %	
	% total		% total		Pln	Euro
Biedronka	2.282	67,6%	2.172	68,1%	9,3%	5,1%
Pingo Doce	817	24,2%	772	24,2%		5,8%
Recheio	188	5,6%	180	5,7%		4,3%
Ara	48	1,4%	26	0,8%		81,9%
Hebe	27	0,8%	23	0,7%		15,6%
Serviços de Mkt., Repr. e Rest.	19	0,6%	18	0,6%		6,8%
Outros & Ajustes de Consolidação	-4	-0,1%	-5	-0,1%		n.a.
Total JM	3.376	100%	3.187	100%		5,9%

CRESCIMENTO DE VENDAS

	Crescimento Total de Vendas		Crescimento LFL de Vendas	
	1T 16		1T 16	
Biedronka				
Euro	5,1%			
PLN	9,3%		7,6%	
Pingo Doce	5,8%		1,9%	
<i>Excluindo combustível</i>	6,3%		2,1%	
Recheio	4,3%		3,8%	

Resultados 1T 2016

PARQUE DE LOJAS

Número de Lojas	2015	Aberturas 1T 16	Encerramentos 1T 16	1T 16	1T 15
Biedronka	2.667	26	10	2.683	2.639
Pingo Doce	399	3	0	402	382
Recheio	41	0	0	41	41
Ara	142	8	0	150	37
Hebe	134	1	0	135	108

Área de Venda (m ²)	2015	Aberturas 1T 16	Encerramentos/ Remodelações 1T 16	Parque de lojas	
				1T 16	1T 15
Biedronka	1.721.897*	19.329	3.916	1.737.309	1.688.005
Pingo Doce	479.113	3.500	-51	482.664	462.115
Recheio	128.141	0	0	128.141	128.665
Ara	43.891	2.732	0	46.623	28.244
Hebe	30.955	225	0	31.180	27.056

* Reclassificação do valor publicado em 2015, 1.717.944.

DETALHE DA MARGEM EBITDA

(% de vendas)	1T 16	% total	1T 15	% total
Biedronka	6,6%	83%	6,3%	83%
Distribuição Portugal	5,0%	27%	4,9%	28%
Outros & Ajustes de Consolidação	n.a.	-10%	n.a.	-11%
JM Consolidado	5,4%	100%	5,2%	100%

BALANÇO

(Milhões de Euros)	1T 16	2015	1T 15
Goodwill Líquido	641	640	654
Activo Fixo Líquido	3.072	3.060	3.042
Capital Circulante Total	-1.926	-2.001	-1.745
Outros	96	82	117
Capital Investido	1.883	1.780	2.067
Total de Empréstimos	536	658	821
Leasings	0	0	1
Juros Diferidos	2	0	17
Títulos Negociáveis e Depósitos Bancários	-326	-471	-506
Dívida Líquida	211	187	332
Interesses que não Controlam	255	252	245
Capital Social	629	629	629
Reservas e Resultados Retidos	787	712	861
Fundos de Accionistas	1.671	1.593	1.735
<i>Gearing</i>	<i>12,7%</i>	<i>11,7%</i>	<i>19,1%</i>

CASH FLOW

(Milhões de Euros)	1T 16	1T 15
EBITDA	183	166
Pagamento de Juros	-3	-4
Outros Itens Financeiros	0	0
Imposto sobre o Resultado	-38	-26
Fundos gerados pelas Operações	142	135
Pagamento de <i>Capex</i>	-93	-94
Variação de Capital Circulante	-67	-75
Outros	0	0
Cash Flow Libertado	-17	-34

Resultados 1T 2016

DETALHE DE CUSTOS FINANCEIROS

(Milhões de Euros)	1T 16	1T 15
Juros Líquidos	-3	-6
Diferenças Cambiais	0	2
Outros	-1	-1
Resultados Financeiros	-4	-5

INVESTIMENTO

(Milhões de Euros)	1T 16	1T 15
Biedronka	42	56
Distribuição Portugal	34	21
Outros	7	12
Investimento Total	83	89

NOTAS

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 Accionistas