

Vendas Preliminares 2019

Lisboa, 14 de Janeiro de 2020

**Jerónimo
Martins**

Em 2019, a execução bem sucedida das nossas estratégias nos três mercados em que operamos somou 1,3 mil milhões de euros às vendas do Grupo, com fortalecimento das posições competitivas. As vendas consolidadas cresceram 7,5% (+8,4% a taxas de câmbio constantes) atingindo os 18,6 mil milhões de euros.

VENDAS

Milhões de Euros	2019	2018	Δ% (Euro)	Δ% (s/ FX)
Vendas Líquidas	18.638	17.337	+7,5	+8,4
Biedronka	12.621	11.691	+7,9	+8,8
Pingo Doce	3.945	3.835	+2,9	-
Recheio	1.007	980	+2,7	-
Ara	784	599	+30,8	+37,9
Hebe	259	207	+24,9	+25,9
Outros	23	24	-0,7	-



Biedronka – vendas em moeda local cresceram 8,8% (+10,3% no 4T) com um LFL de 5,8% (+7,7% no 4T), apesar de menos 13 dias de vendas em relação a 2018.



Hebe – vendas aumentaram 25,9% (+24,6% no 4T) em moeda local com um LFL de 7,4% (+6,0% no 4T).

Pingo Doce – vendas cresceram 2,9% (+2,6% no 4T) e o LFL (excl. combustível) foi de 2,5% (+2,7% no 4T).

Recheio – registou um aumento de vendas de 2,7% (+3,2% no 4T) com um crescimento LFL de 3,2% (+2,4% no 4T).

Ara – aumentou as vendas, em moeda local, em 37,9% (+46,1% no 4T) com um LFL de 17,6% (+27,9% no 4T).

Biedronka, Pingo Doce e Recheio tiraram partido das suas vantagens competitivas e registaram desempenhos acima dos dos respectivos mercados, na Polónia e em Portugal.

A Hebe reforçou a sua proposta de valor com o lançamento, em Julho, da operação online e teve também um bom desempenho, num ano com menos 13 dias de vendas do que o anterior.

Na Colômbia, a revisão da política de preços e da estratégia comercial da Ara resultou num forte crescimento das vendas e no reforço da posição competitiva da insígnia.



**DESEMPENHO
DE VENDAS**

(Milhões de Euros)	2019		2018		Δ %		4T 19		4T 18		Δ %	
		% total	% total	excl. FX	Euro		% total	% total	excl. FX	Euro		Euro
Biedronka	12.621	67,7%	11.691	67,4%	8,8%	7,9%	3.384	68,0%	3.059	67,4%	10,3%	10,6%
Pingo Doce	3.945	21,2%	3.835	22,1%		2,9%	1.033	20,8%	1.006	22,2%		2,6%
Recheio	1.007	5,4%	980	5,7%		2,7%	249	5,0%	242	5,3%		3,2%
Ara	784	4,2%	599	3,5%	37,9%	30,8%	224	4,5%	160	3,5%	46,1%	39,6%
Hebe	259	1,4%	207	1,2%	25,9%	24,9%	79	1,6%	64	1,4%	24,6%	24,6%
Outros & Ajustes de Consolidação	23	0,1%	24	0,1%		-0,7%	6	0,1%	6	0,1%		2,6%
Total JM	18.638	100%	17.337	100%	8,4%	7,5%	4.976	100%	4.537	100%	9,7%	9,7%

As **vendas do Grupo** foram de 18,6 mil milhões de euros em 2019, 7,5% acima do ano anterior (+8,4% a taxas de câmbio constantes), com um LFL de 5,3% (+6,9% no 4T).

Na **Polónia**, o consumo manteve-se em níveis saudáveis, impulsionando o trading up no cabaz alimentar.

A inflação alimentar no país foi mais alta do que o inicialmente esperado e registou-se em c.4,9%¹ (c.6,5%¹ no 4T).

O sector do Retalho Alimentar continuou a adaptar-se à implementação gradual da regulamentação que restringe a abertura de lojas ao domingo, que se reflectiu em menos 13 dias de vendas cumulativamente aos 21 dias já perdidos em 2018.

Neste contexto, a **Biedronka** alavancou na forte dinâmica comercial do ano anterior e registou um notável crescimento de vendas e um aumento da quota de mercado.

No ano, as vendas cresceram 7,9% (+10,6% no 4T) para 12,6 mil milhões de euros. Em moeda local, o aumento de vendas foi de 8,8% (+10,3% no 4T).

O crescimento LFL foi de 5,8% (+7,7% no 4T), traduzindo a contínua melhoria da oferta e da experiência de compra, bem como a força do posicionamento de preço, assente na combinação de EDLP (Every Day Low Price) com uma atractiva mecânica promocional. A inflação no cabaz, de cerca de 2,5% no ano, contribuiu também para este desempenho.

A Biedronka encerrou 2019 com uma rede de 3.002 lojas, tendo inaugurado 33 lojas no formato de menor dimensão e 95 lojas no conceito tradicional (um total de 102 adições líquidas). No ano, a Companhia remodelou um total de 252 lojas.

Apesar dos menos 13 dias de vendas em relação a 2018, também a **Hebe** registou um forte desempenho e cresceu as vendas em 25,9% (+24,6% no 4T). Em euros, as vendas aumentaram 24,9% (+24,6% no 4T) para 259 milhões de euros. Aproveitando o potencial de crescimento do mercado, a Hebe manteve um desempenho consistente ao longo do ano, o que, em conjunto com o reforço da abordagem omnichannel, fortaleceu a sua posição competitiva.

A Hebe abriu 46 novas lojas (43 adições líquidas) e terminou o ano com uma rede de 273 lojas: 28 farmácias e 245 drogeries (21 das quais incluem farmácia).

Em **Portugal**, a envolvente de consumo foi favorável ao longo do ano e a inflação alimentar permaneceu baixa nos 0,3% (0,3% no 4T).

O **Pingo Doce** manteve a boa dinâmica comercial e registou um desempenho positivo no ano, para o qual contribuíram também a inovação na oferta e as melhorias introduzidas na experiência de compra.

A insígnia cresceu as vendas totais em 2,9% para 3,9 mil milhões de euros (+2,6% no 4T), incluindo um LFL (excl. combustível) de 2,5% (+2,7% no 4T).

¹ Estimado, usando a informação preliminar para o mês de Dezembro publicada pelo Gabinete Polaco de Estatística (GUS)

No ano, o Pingo Doce abriu 9 lojas (das quais, 4 sob o conceito de conveniência Pingo Doce & Go) e realizou 30 remodelações profundas e 14 de natureza mais ligeira.

O **Recheio** registou um bom ano com as vendas a atingirem o marco dos mil milhões de euros, 2,7% acima do ano anterior (+3,2% no 4T). Numa base LFL, o crescimento foi de 3,2% (2,4% no 4T), reflectindo a força da proposta de valor da insígnia orientada para os seus clientes profissionais.

Na **Colômbia**, os indicadores de consumo evoluíram de forma mais favorável relativamente ao ano anterior, o que não abrandou a competitividade no sector do retalho alimentar.

A **Ara** aumentou a densidade de vendas enquanto continuou a melhorar a sua oferta.

Em moeda local, as vendas cresceram 37,9% (+46,1% no 4T), incluindo um notável LFL de 17,6% (+27,9% no 4T). Em euros, as vendas deram um salto de 30,8% (+39,6% no 4T) para 784 milhões de euros.

A execução bem sucedida do reforço da descentralização das operações, com grande autonomia conferida às regiões, e a eficácia da estratégia de investimento em preço levaram a uma forte aceleração das vendas LFL. Em face deste crescimento, tornou-se prioritário continuar a validar o potencial de cada loja, o que levou à revisão do calendário de aberturas da insígnia. Em 2019, a Ara abriu 85 lojas e terminou o ano com uma rede de 616 localizações. Em 2020 o ritmo da expansão regressa à ambição definida.

Na Polónia, a Biedronka registou um ano notável, no qual combinou um forte aumento de vendas com o reforço da sua liderança no mercado polaco e a preservação das bases do seu modelo de negócio.

A Hebe manteve um sólido crescimento das vendas e lançou a sua operação online, reforçando a estratégia omnichannel.

Em Portugal, o Pingo Doce e o Recheio tiveram um bom ano, ultrapassando o forte desempenho dos anos anteriores e reforçando as suas posições competitivas e a relevância para os seus clientes.

Na Colômbia, a Ara implementou com sucesso a sua estratégia, aprofundando e robustecendo – por via do investimento em preço e de uma forte dinâmica comercial - a capacidade de cada loja entregar o seu potencial de vendas e começar a melhorar a margem bruta.

Em suma, 2019 foi um muito bom ano que nos permitiu fortalecer as nossas propostas de valor nos três mercados em que operamos e beneficiar em pleno de um ambiente de consumo favorável, particularmente na Polónia e na Colômbia. O Grupo, entra, assim, em 2020 com um momentum positivo e determinado a continuar a crescer.

+351 21 752 61 05
investor.relations@jeronimo-martins.com
Cláudia Falcão claudia.falcao@jeronimo-martins.com
Hugo Fernandes hugo.fernandes@jeronimo-martins.com

CALENDÁRIO FINANCEIRO

Resultados do Ano 2019: 20 de Fevereiro de 2020 (após encerramento do mercado)
Assembleia Geral de Accionistas: 16 de Abril de 2020
Resultados 1T 2020: 22 de Abril de 2020 (após encerramento do mercado)
Resultados 1S 2020: 29 de Julho de 2020 (após encerramento do mercado)
Resultados 9M 2020: 28 de Outubro de 2020 (após encerramento do mercado)

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.

ANEXO CRESCIMENTO DE VENDAS

	Crescimento Total de Vendas							Crescimento LFL de Vendas						
	1T 19	2T 19	1S 19	3T 19	9M 19	4T 19	2019	1T 19	2T 19	1S 19	3T 19	9M 19	4T 19	2019
Biedronka														
Euro	-0,8%	11,5%	5,2%	10,5%	7,0%	10,6%	7,9%							
PLN	2,0%	12,1%	7,0%	10,9%	8,3%	10,3%	8,8%	-1,1%	8,6%	3,7%	7,8%	5,1%	7,7%	5,8%
Hebe														
Euro	19,8%	28,7%	24,3%	26,4%	25,0%	24,6%	24,9%							
PLN	23,3%	29,4%	26,4%	26,9%	26,6%	24,6%	25,9%	5,4%	10,3%	8,0%	8,1%	8,0%	6,0%	7,4%
Pingo Doce														
Excl. combustível	2,6%	5,6%	4,1%	0,8%	2,9%	2,6%	2,9%	1,7%	4,9%	3,3%	0,3%	2,2%	2,3%	2,3%
Recheio	2,5%	5,8%	4,2%	1,1%	3,1%	3,1%	3,1%	1,6%	5,1%	3,4%	0,6%	2,4%	2,7%	2,5%
Recheio														
Recheio	1,9%	2,1%	2,0%	3,4%	2,5%	3,2%	2,7%	3,7%	3,2%	3,4%	3,4%	3,4%	2,4%	3,2%

PARQUE DE LOJAS

Número de Lojas	2018	Aberturas				Encerramentos	2019
		1T 19	2T 19	3T 19	4T 19		
Biedronka	2.900	8	19	19	82	26	3.002
Hebe *	230	8	9	9	20	3	273
Pingo Doce	432	2	2	1	4	0	441
Recheio	42	0	0	0	0	0	42
Ara	532	9	16	21	39	1	616

* 2019: 273 lojas: 28 farmácias e 245 drogasias (das quais 21 incluem farmácia)

Área de Venda (m ²)	2018	Aberturas				Encerramentos/ Remodelações	2019
		1T 19	2T 19	3T 19	4T 19		
Biedronka	1.933.104	5.783	14.182	13.651	55.755	1.130	2.021.345
Hebe	55.035	2.000	2.791	2.282	5.049	352	66.805
Pingo Doce	506.754	1.458	1.681	107	3.130	-142	513.272
Recheio	133.826	0	0	0	0	0	133.826
Ara	182.005	2.503	4.808	6.190	12.784	308	207.982

NOTAS

1. 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).