

Resultados

Ano de 2016

Lisboa, 22 de Fevereiro 2017



JERÓNIMO MARTINS

Forte dinâmica de vendas leva a sólido crescimento e rentabilidade em 2016

+6,5% VENDAS
PARA €14,6 MM
(+9,8% a taxa de
câmbio constante)

+7,8% EBITDA
PARA €862 M
(+11,0% a taxa de
câmbio constante)

+12,8% EPS
PARA €0,62
(excl. não-
recorrentes)

- **FOCO NO CONSUMIDOR** impulsionou o LFL do Grupo para 7,2%, reforçando as fortes posições de mercado das nossas insígnias
 - BIEDRONKA** - vendas, em moeda local, aumentaram 10,8%, um crescimento LFL de 9,5%
 - HEBE** - vendas em moeda local aumentaram 27,5%
 - PINGO DOCE** - vendas (excluindo combustível) cresceram 4,7%, com um LFL de 1,2%
 - RECHEIO** - vendas aumentaram 5,9%, com um LFL de 5,0%
 - ARA** - vendas em moeda local cresceram 110,2%
- **RESULTADOS LÍQUIDOS** atribuíveis a JM foram 593 milhões de euros. Numa base comparável¹, excluindo o impacto da Monterroio, cifraram-se em 361 milhões de euros, um crescimento de 14,5% face ao ano anterior
- O **CASH FLOW** gerado no ano foi de 718 milhões de euros, incluindo o encaixe com a alienação da Monterroio
- Posição líquida de **CAIXA** de 335 milhões de euros no final do ano
- A prioridade dada às vendas e à eficiência elevou o **PRE-TAX ROIC** para 29,1% (de 23,6%, em 2015)
- O Conselho de Administração vai propor, em Assembleia Geral de Accionistas, o pagamento de um **DIVIDENDO** de 380,2 milhões euros, que corresponde a 0,605 euros por acção (valor bruto)

MENSAGEM DO PRESIDENTE E ADMINISTRADOR DELEGADO

PEDRO SOARES DOS SANTOS

2016 foi um ano de concretização dos ambiciosos objectivos a que nos propusemos.

Na Polónia, o ano foi de conquistas para a Biedronka, que soube agilizar a sua estrutura para melhor responder à dinâmica e às oportunidades do mercado, maximizando os benefícios de um ambiente de consumo mais favorável.

Em Portugal, tanto o Pingo Doce como o Recheio reforçaram o investimento na atractividade das suas propostas de valor, o que resultou em ganhos de quota de mercado.

Na Colômbia, um melhor conhecimento do mercado e dos perfis dos consumidores das várias regiões do país deu-nos confiança para dotar a estrutura da capacidade necessária para começar a acelerar o ritmo da expansão.

O foco reforçado no consumidor por parte de todas as insígnias foi acompanhado por uma sólida progressão da rentabilidade do Grupo.

Após um ano de forte desempenho, entrámos em 2017 determinados a continuar a crescer de forma rentável e sustentável, garantindo a eficiência dos nossos modelos e o nosso foco na capacidade de geração de caixa.

PERSPECTIVAS PARA 2017

Em 2017, todas as nossas insígnias manterão uma forte dinâmica comercial que suportará o foco no consumidor e crescimento das vendas. Não se antecipa uma desaceleração da intensidade promocional em qualquer dos mercados, nem um alívio da pressão ao nível dos custos, nomeadamente de pessoal.

Na Polónia mantemos uma perspectiva positiva sobre o ambiente de consumo. A Biedronka continuará focada no crescimento do seu cabaz médio prevendo-se uma adição líquida de mais de 100 lojas no ano, enquanto a Hebe prossegue na consolidação de uma proposta de valor diferenciadora.

Em Portugal, o Pingo Doce continuará a melhorar a qualidade da operação de loja, enquanto o Recheio dará prioridade à optimização da sua oferta numa lógica multicanal.

Na Colômbia, a Ara continuará a reforçar as suas equipas e a sua infra-estrutura logística para acelerar o ritmo de expansão. Espera-se, em 2017, a abertura de pelo menos 150 lojas.

O conjunto das perdas da Ara e da Hebe deverão aumentar em relação ao ano anterior, reflectindo os planos de expansão da Ara.

Com vista a capturar as oportunidades de crescimento que identificamos nos mercados onde operamos, o **programa de investimento** para 2017 cifra-se em c.700 milhões de euros. A rede logística do Grupo absorverá uma parte significativa das despesas de capital, com a construção de um centro de distribuição da Polónia, outro em Portugal e três na Colômbia.

Estamos preparados para mais um ano exigente e confiantes de que saberemos transformar 2017 em mais um ano de crescimento, mantendo o foco onde ele tem de estar: no melhor serviço possível ao consumidor.

¹ Excluindo, em ambos os anos, o impacto da Monterroio como apresentado na nota de reconciliação 5

NÚMEROS CHAVE

RESULTADOS CONSOLIDADOS

(Milhões de Euros)	2016			2015			Δ			4T 16			4T 15			Δ		
Vendas e prestação de serviços	14.622			13.728			6,5%			3.884			3.553			9,3%		
Margem	3.113	21,3%		2.937	21,4%		6,0%			838	21,6%		769	21,6%		9,0%		
Custos operacionais	-2.251	-15,4%		-2.138	-15,6%		5,3%			-603	-15,5%		-557	-15,7%		8,4%		
EBITDA	862	5,9%		800	5,8%		7,8%			235	6,0%		212	6,0%		10,7%		
Depreciação	-294	-2,0%		-294	-2,1%		-0,1%			-75	-1,9%		-74	-2,1%		1,2%		
EBIT	568	3,9%		505	3,7%		12,4%			160	4,1%		138	3,9%		15,8%		
Custos financeiros líquidos	-17	-0,1%		-26	-0,2%		-34,5%			-5	-0,1%		-7	-0,2%		-26,9%		
Ganhos em <i>joint ventures</i> e associadas	10	0,1%		17	0,1%		n.a.			0	0,0%		2	0,1%		n.a.		
Itens não Recorrentes	184	1,3%		-20	-0,1%		n.a.			-17	-0,4%		-13	-0,4%		n.a.		
EBT	744	5,1%		475	3,5%		56,7%			138	3,6%		121	3,4%		14,9%		
Imposto sobre o rendimento do exercício	-130	-0,9%		-117	-0,8%		11,5%			-44	-1,1%		-34	-1,0%		30,3%		
Resultados Líquidos	614	4,2%		358	2,6%		71,5%			94	2,4%		86	2,4%		8,8%		
Interesses que não controlam	-21	-0,1%		-25	-0,2%		-15,5%			-2	-0,1%		-5	-0,2%		-54,8%		
Resultados Líquidos atribuíveis a JM	593	4,1%		333	2,4%		78,0%			92	2,4%		81	2,3%		13,0%		
Res. Líquido / acção (€)	0,94			0,53			78,0%			0,15			0,13			13,0%		
Res. Líquido / acção sem não recorrentes (€)	0,62			0,55			12,8%			0,16			0,14			12,7%		

BALANÇO CONSOLIDADO

(Milhões de Euros)	2016	2015
Goodwill Líquido	630	640
Activo Fixo Líquido	3.180	3.060
Capital Circulante Total	-2.201	-2.001
Outros	46	82
Capital Investido	1.656	1.780
Total de Empréstimos	335	658
Leasings	4	0
Títulos Negociáveis e Depósitos Bancários	-674	-471
Dívida Líquida	-335	187
Interesses que não Controlam	253	252
Capital Social	629	629
Reservas e Resultados Retidos	1.109	712
Fundos de Accionistas	1.991	1.593
<i>Gearing</i>	-16,8%	11,7%

CASH FLOW

(Milhões de Euros)	2016	2015
EBITDA	862	800
Pagamento de Juros	-14	-29
Outros Itens Financeiros	3	14
Imposto sobre o Resultado	-177	-108
Fundos gerados pelas Operações	673	677
Pagamento de <i>Capex</i>	-433	-394
Variação de Capital Circulante	193	212
Outros	285	-12
Cash Flow Libertado	718	482

DESEMPENHO DO ANO

As principais insígnias do Grupo - Biedronka, Pingo Doce e Recheio - iniciaram o ano de 2016 com enfoque reforçado na competitividade e no crescimento do LFL. Esta determinação conduziu a um forte desempenho ao longo de todo o ano, com crescimentos das vendas LFL e das vendas totais.

Para 2016 foram estabelecidas metas claras de reforço das posições de mercado na Polónia e em Portugal e de crescimento na Colômbia, que se consubstanciaram:

i. Na Polónia, na consolidação da revisão da oferta da Biedronka e numa resposta mais rápida na adequação às necessidades e aspirações dos consumidores;

ii. Em Portugal, tanto no Pingo Doce como no Recheio, na manutenção de uma actividade promocional intensa, garantindo, em simultâneo, qualidade e diferenciação da oferta;

iii. Na Colômbia, na entrada da Ara na grande região de Bogotá, enquanto prossegue a melhoria contínua da proposta de valor.

i. Biedronka - Consolidação da revisão da oferta

Em 2015, a Biedronka iniciou uma revisão total da sua oferta, que levou à intervenção ao nível das várias categorias e respectiva composição, e ao aumento do sortido. Este foi o ponto de partida para uma nova abordagem às necessidades e preferências dos consumidores polacos.

Em 2016, sob uma nova liderança, a Biedronka focou-se em realizar as mudanças organizacionais necessárias para alavancar o desempenho das vendas LFL por via do crescimento do cabaz médio. Isto implicou alterações no sortido base e maior enfoque na relevância das campanhas promocionais e de *in&outs*.

Em 2016, a Biedronka tirou ainda partido de um ambiente de consumo mais favorável, criando uma dinâmica de acções assertivas que surpreenderam os consumidores e os incentivaram a complementar o seu cabaz alimentar.

ii. Pingo Doce e Recheio - Qualidade e inovação na sua proposta de valor global

O Pingo Doce e o Recheio persistiram na sua estratégia comercial assente em preços competitivos e promoções, enquanto continuaram a investir em propostas diferenciadoras nos respectivos mercados.

O Pingo Doce executou um plano de remodelações ambicioso, fundamental para manter a qualidade da experiência de compra, e, no ano do 25.º aniversário da marca própria, deu prioridade à dinamização das suas várias gamas com novos lançamentos e uma campanha de celebração.

O Recheio apostou em reforçar a dimensão de relação com os clientes, ancorada na figura do gerente, num ano marcado também pela abertura de uma nova loja e por uma grande remodelação, que conferiu maior destaque à áreas de frescos, que é hoje um factor distintivo da insígnia.

iii. Ara - Entrada na grande região de Bogotá

A Ara, com três anos de operação na Colômbia, validou a sua proposta de valor nas duas regiões iniciais (Eixo Cafeeiro e Costa do Caribe) e, em 2016, inaugurou operações na capital do país.

Este movimento de expansão mereceu especial atenção por parte de todas as áreas da Companhia: i. prospecção e negociação de localizações; ii. desenvolvimento da componente regional do sortido e iii. criação e formação das equipas para esta nova região, que abre portas a um dos maiores aglomerados populacionais com um dos mais elevados poderes de compra da Colômbia.

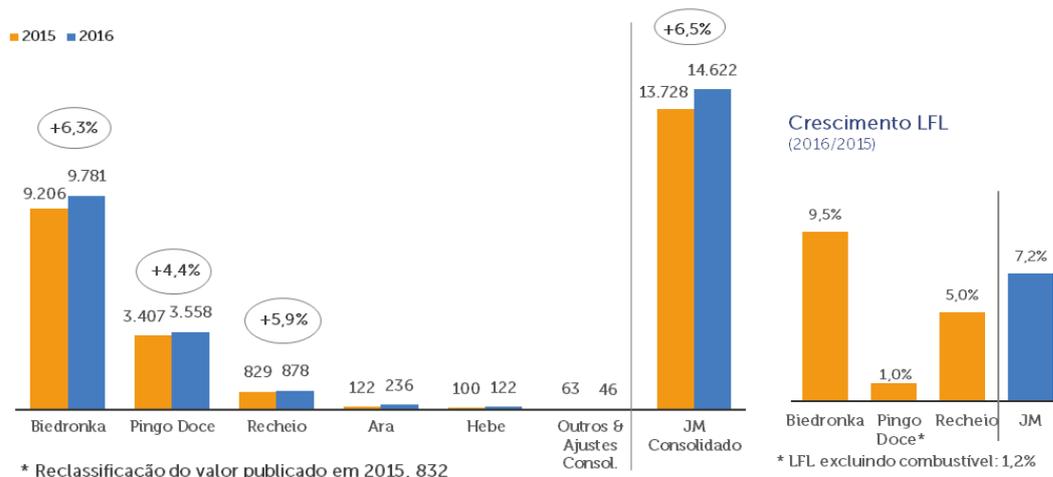
DESEMPENHO VENDAS

O Grupo atingiu, em 2016, vendas de 14,6 mil milhões de euros, 6,5% acima do ano anterior (+9,8% a taxa de câmbio constante).

O sucesso das iniciativas da Biedronka conduziu a uma extraordinária progressão no volume de negócios da Companhia que levou o Grupo a atingir um aumento de 7,2% das suas vendas LFL no ano.

Os crescimentos registados em todas as insígnias são a confirmação da adequação da nossa estratégia de enfoque no consumidor, que se traduz na competitividade dos preços e no reforço da atractividade do cabaz e da experiência de compra.

Vendas (Milhões de Euros)



Na Polónia, a envolvente competitiva manteve-se intensamente promocional, com o ambiente de consumo a revelar-se mais positivo do que o antecipado, para o que contribuíram o aumento do salário mínimo no país e a atribuição de um subsídio para famílias com mais do que um filho.

Este aumento de rendimento disponível, conjugado com a evolução dos hábitos de consumo, gerou oportunidades interessantes para a transformação do cabaz alimentar no país.



A Biedronka, com uma oferta reforçada e com uma abordagem mais assertiva e inovadora às campanhas comerciais, beneficiou desta envolvente favorável e registou um crescimento de 9,5% das suas vendas LFL, com as vendas totais a aumentarem 6,3% no ano (+10,8% em moeda local) para 9.781 milhões de euros.

A insígnia terminou 2016 com 2.722 lojas, mais 55 do que em 2015.



A Hebe apresentou, ao longo do ano, uma boa evolução das vendas para os 122 milhões de euros, 22,2% (+27,5% a taxa de câmbio constante) acima de 2015. A cadeia totalizou 153 lojas, mais 19 do que em 2015.

Em Portugal, onde a inflação alimentar foi de 0,5%, o sector de retalho alimentar manteve-se extremamente competitivo, com as promoções a desempenharem um papel determinante.



O Pingo Doce deu continuidade a uma forte dinâmica promocional, garantindo, em simultâneo, qualidade e inovação na sua oferta de marca própria. A Companhia prosseguiu a execução do seu programa de remodelações de loja, com vista à melhoria contínua da experiência global de compra.

Com uma exigente base de comparação em 2015, o crescimento LFL (excluindo combustível) foi de 1,2% em 2016 e as vendas totais atingiram 3.558 milhões de euros, um aumento de 4,4% em relação ao ano anterior.



As vendas do Recheio subiram 5,9% para 878 milhões de euros, beneficiando de uma sólida posição competitiva num contexto de melhoria de actividade no segmento HoReCa. O crescimento LFL no ano foi de 5,0%.



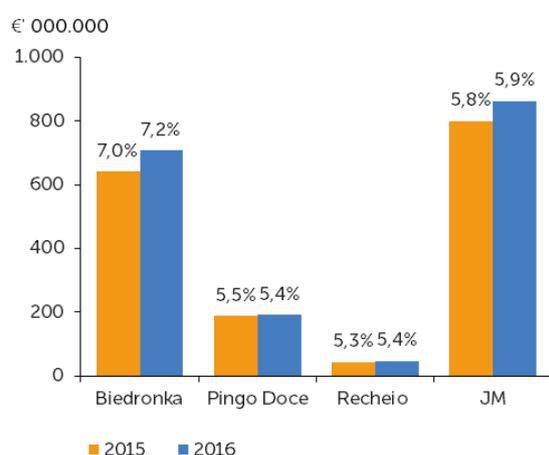
A Ara encerrou o ano com 221 lojas em três regiões da Colômbia. O desempenho de vendas traduz interesse e receptividade à proposta de valor por parte dos consumidores colombianos em todas as regiões. A insígnia atingiu vendas de 236 milhões de euros em 2016, tendo mais do que duplicado as vendas em moeda local em relação ao ano de 2015.

DESEMPENHO RESULTADOS

O foco prioritário no crescimento LFL, em conjunto com a manutenção de uma rigorosa gestão de custos, levou as principais áreas de negócio a aumentarem o EBITDA gerado no ano.

O EBITDA consolidado atingiu 862 milhões de euros, um crescimento de 7,8% em relação a 2015 (+11,0% a taxa de câmbio constante).

EBITDA e Margem EBITDA



Embora a inflação do cabaz, tanto na Biedronka como no Pingo Doce, se tenha mantido ligeiramente negativa, ambas as insígnias cresceram suficientemente as vendas LFL para mitigar a evolução dos custos operacionais, em especial ao nível dos custos de pessoal, que registaram um aumento relevante em ambos os países. Assim, a margem EBITDA do Grupo aumentou para 5,9% (5,8% em 2015).

A Biedronka registou um EBITDA de 707 milhões de euros, mais 10,3% do que em 2015 (+15,1% a taxa de câmbio constante). Este desempenho foi resultado do forte crescimento LFL a par de uma forte disciplina nos custos. A margem EBITDA da Biedronka foi de 7,2% (vs. 7,0% em 2015).

O Pingo Doce gerou um EBITDA de 192 milhões de euros, 2,0% acima do ano anterior. A respectiva margem foi de 5,4%, uma redução face aos 5,5% registados em 2015, explicável pela intensa dinâmica promocional e pelo investimento na experiência de compra.

No Recheio, o EBITDA atingiu 47 milhões de euros, um crescimento de 7,4% em relação ao ano de 2015, com a respectiva margem a cifrar-se em 5,4%, subindo dos 5,3% registados em 2015 por via do sólido crescimento das vendas.

A Ara e a Hebe registaram, em conjunto, perdas de 62 milhões de euros ao nível do EBITDA, tendo a Ara sido responsável por 76% do total.

O crescimento das perdas geradas na Ara foi, essencialmente, consequência da decisão tomada pela Companhia de fortalecer a sua estrutura organizacional para preparar a aceleração do crescimento. A Hebe, e em linha com as expectativas, tem vindo a reduzir o nível de perdas gerado.

Os encargos financeiros foram de 17 milhões de euros, 9 milhões de euros abaixo do ano anterior devido à redução do nível médio de dívida ao longo do ano, bem como à diminuição do custo médio da dívida.

O resultado líquido do Grupo atingiu 593 milhões de euros. Excluindo a contribuição da Monterroio, os resultados líquidos foram de 361 milhões de euros, representando um crescimento de 14,5% relativamente ao mesmo período do ano anterior.

Os itens não recorrentes, para além da mais-valia de 221 milhões de euros relativa à venda da Monterroio, incorporam custos de reestruturação em Portugal e na Polónia, provisões relativas a activos em Portugal e a extensão à Polónia do plano de prémios de antiguidade do Grupo.

O sólido aumento do resultado líquido traduz uma forte combinação de crescimento de vendas, controlo rigoroso de custos e robustez do balanço.

O cash flow gerado no ano atingiu 718 milhões de euros, que traduzem, para além do encaixe resultante da alienação da Monterroio, o forte desempenho de vendas com rigorosa disciplina operacional e a rigorosa gestão de capital circulante.

BALANÇO PRE-TAX ROIC

No final de 2016, o Grupo registava uma posição líquida de excesso de caixa de 335 milhões de euros.

A solidez do balanço manteve-se intacta, num ano em que o pagamento de dividendos aos accionistas do Grupo foi de 167 milhões de euros e o investimento ascendeu a 482 milhões de euros.

Do total do programa de investimento, 44% foram alocados à expansão (lojas novas e centros de distribuição), em reconhecimento do seu papel estratégico no crescimento do Grupo. Do restante investido, as remodelações têm vindo a ganhar maior peso no plano de investimento, sendo fundamentais no garante da qualidade da experiência de compra, da eficiência da operação e da inovação das propostas de valor, tendo um papel relevante no potencial de crescimento LFL das vendas de cada insígnia.

A Biedronka, que investiu um total de 233 milhões de euros (48% do total do capex do Grupo), abriu 83 lojas e remodelou 221 lojas (155 em 2015).

Ainda na Polónia, a Hebe juntou 26 novas localizações ao seu parque de lojas.

No Pingo Doce, o plano de investimento atingiu um total de 137 milhões de euros, incluindo a construção de um novo centro de distribuição e 14 novas localizações, das quais cinco lojas geridas através de contrato de agência e duas sob o inovador conceito de conveniência Pingo Doce & Go. Em 2016, foram intervencionadas, de forma profunda, 21 lojas, no âmbito do plano de remodelações definido.

O Recheio abriu uma loja em Sines, garantindo a presença num mercado onde a oportunidade de vendas é relevante e a insígnia ainda não estava presente.

Na Colômbia, a Ara abriu um total de 79 lojas, acelerando das 56 aberturas realizadas em 2015, e continuou a investir para aumentar o ritmo de novas lojas no futuro. Do total de aberturas, 22 foram na nova região – Bogotá.

O crescimento das vendas verificado ao nível do LFL do Grupo (+7,2%) e a gestão de investimento e capital circulante justificaram a melhoria ao nível da rotação de capital e permitiram a evolução positiva da rentabilidade do capital investido, calculado sob a forma de Pre-Tax ROIC, que se cifrou em 29,1% (23,6% em 2015).

O aumento da rotação do capital investido nas três principais áreas de negócio (Biedronka, Pingo Doce e Recheio) e o aumento da margem EBIT da Biedronka foram os impulsionadores deste desempenho.

Ao nível da evolução da estrutura da dívida, a preferência do Grupo, em linha com a sua política de gestão de risco, por recorrer a moeda local para financiamento das suas operações em cada geografia, deverá continuar a reflectir-se num crescente peso da dívida denominada em pesos-colombianos.

PROPOSTA DIVIDENDOS

O Conselho de Administração, na sua reunião de 21 de Fevereiro de 2017, decidiu propor à Assembleia Geral de Accionistas, que decorrerá no dia 6 de Abril de 2017, a distribuição de um dividendo (resultante da distribuição de lucros e de reservas livres) de 380,2 milhões de euros. O montante total equivale a um valor bruto de 0,605 euros por acção, a ser pago aos seus Accionistas na proporção das suas acções, excluindo acções próprias.

Apesar do aumento significativo no dividendo deste ano, tendo em conta a actual posição líquida de caixa e a expectativa de continuar a gerar um forte fluxo de caixa, não só os planos de investimento do Grupo se mantêm inalterados, como se conserva a flexibilidade para tirar proveito de qualquer oportunidade de expansão que possa surgir no curto prazo.

CALENDÁRIO FINANCEIRO

Assembleia Geral de Accionistas: 6 de Abril de 2017

Resultados do 1.º Trimestre de 2017: 20 de Abril de 2017

Resultados do 1.º Semestre de 2017: 26 de Julho de 2017

Resultados dos Primeiros 9M de 2017: 25 de Outubro de 2017

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

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.

APENDÍCE DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS POR FUNÇÕES

(Milhões de Euros)	2016	2015
Vendas e prestação de serviços	14.622	13.728
Custo das vendas	-11.509	-10.790
Margem	3.113	2.937
Custos de distribuição	-2.308	-2.210
Custos administrativos	-238	-223
Resultados operacionais não usuais	-32	-19
Resultados operacionais	536	486
Custos financeiros líquidos	-17	-26
Ganhos/perdas em outros investimentos	-5	-1
Ganhos na alienação de negócios	221	0
Ganhos em <i>joint ventures</i> e associadas	10	17
Resultados antes de impostos	744	475
Imposto sobre o rendimento do exercício	-130	-117
Resultados líquidos (antes de int. que não controlam)	614	358
Interesses que não controlam	-21	-25
Resultados líquidos atribuíveis a JM	593	333

DETALHE DE VENDAS

(Milhões de Euros)	2016		2015		Δ %		4T 16		4T 15		Δ %	
	% total		% total		s/ FX	Euro	% total		% total		s/ FX	Euro
Biedronka	9.781	66,9%	9.206	67,1%	10,8%	6,3%	2.618	67,4%	2.370	66,7%	13,4%	10,5%
Pingo Doce	3.558	24,3%	3.407	24,8%		4,4%	930	23,9%	896	25,2%		3,7%
Recheio	878	6,0%	829*	6,0%		5,9%	215	5,5%	201	5,7%		7,2%
Ara	236	1,6%	122	0,9%	110,2%	92,5%	73	1,9%	39	1,1%	79,8%	86,5%
Hebe	122	0,8%	100	0,7%	27,5%	22,2%	38	1,0%	28	0,8%	36,1%	32,3%
Outros & Ajustes de Consolidação	46	0,3%	63	0,5%		n.a.	9	0,2%	19	0,5%		n.a.
Total JM	14.622	100%	13.728	100%		6,5%	3.884	100%	3.553	100%		9,3%

* Reclassificação do valor publicado em 2015, 832.

CRESCIMENTO DE VENDAS

	Crescimento Total de Vendas								Crescimento LFL de Vendas							
	1T 16	2T 16	1S 16	3T 16	9M 16	4T 16	2016		1T 16	2T 16	1S 16	3T 16	9M 16	4T 16	2016	
Biedronka																
Euro	5,1%	3,0%	4,0%	6,3%	4,8%	10,5%	6,3%									
PLN	9,3%	10,2%	9,8%	10,2%	9,9%	13,4%	10,8%	7,6%	9,9%	8,8%	8,5%	8,7%	11,9%	9,5%		
Pingo Doce	5,8%	2,2%	3,9%	6,0%	4,7%	3,7%	4,4%	1,9%	-1,5%	0,1%	2,4%	0,9%	1,4%	1,0%		
Excluindo combustível	6,3%	2,5%	4,3%	6,3%	5,0%	3,8%	4,7%	2,1%	-1,4%	0,3%	2,6%	1,1%	1,3%	1,2%		
Recheio	4,4%*	4,1%	4,2%	7,6%	5,5%	7,2%	5,9%	3,8%	3,4%	3,6%	5,9%	4,4%	6,8%	5,0%		

* Reclassificação do valor publicado em 1T16, 4,3%.

PARQUE DE LOJAS

Número de Lojas	2015	Aberturas				Encerramentos 2016	2016
		1T 16	2T 16	3T 16	4T 16		
Biedronka	2.667	26	14	10	33	28	2.722
Pingo Doce	399	3	2	1	8	0	413
Recheio	41	0	1	0	0	0	42
Ara	142	8	11	22	38	0	221
Hebe	134	1	5	6	14	7	153

Área de Venda (m ²)	2015	Aberturas				Encerramentos/ Remodelações 2016	2016
		1T 16	2T 16	3T 16	4T 16		
Biedronka	1.721.897*	19.329	10.743	6.077	21.551	11.303	1.768.293
Pingo Doce	479.113	3.500	1.850	1.489	7.137	-1	493.089
Recheio	128.141	0	2.696	0	0	240	130.597
Ara	43.891	2.732	3.683	7.404	12.959	0	70.669
Hebe	30.955	225	1.282	1.219	3.773	1.974	35.479

* Reclassificação do valor publicado em 2015, 1.717.944.

DETALHE DE MARGEM EBITDA

(% de vendas)	2016	% total	2015	% total
Biedronka	7,2%	82,1%	7,0%	80,2%
Pingo Doce	5,4%	22,2%	5,5%	23,5%
Recheio	5,4%	5,5%	5,3%	5,5%
Outros & Ajustes de Consolidação	n.a.	-9,8%	n.a.	-9,2%
JM Consolidado	5,9%	100%	5,8%	100%

DETALHE DE CUSTOS FINANCEIROS

(Milhões de Euros)	2016	2015
Juros Líquidos	-11	-22
Diferenças Cambiais	-3	0
Outros	-3	-4
Resultados Financeiros	-17	-26

INVESTIMENTO

(Milhões de Euros)	2016	% total	2015	% total
Biedronka	233	48%	204	50%
Distribuição Portugal	158	33%	151	37%
Outros	92	19%	57	14%
Investimento Total	482	100%	412	100%

CAPITAL CIRCULANTE

(Milhões de Euros)	2016	2015
Existências	720	639
em dias de vendas	18	17
Clientes	45	52
em dias de vendas	1	1
Fornecedores	-2.514	-2.320
em dias de vendas	-63	-62
Capital Circulante Trade	-1.749	-1.628
em dias de vendas	-44	-43
Outros	-452	-373
Capital Circulante Total	-2.201	-2.001
em dias de vendas	-55	-53

DÍVIDA

(Milhões de Euros)	2016	2015
Dívida de Médio Longo Prazo	112	534
% do Total de Empréstimos	33,3%	81,2%
Maturidade Média (anos)	3,5	2,4
Empréstimos Obrigacionistas	0	150
Papel Comercial	0	100
Outros Empréstimos	112	284
Dívida de Curto Prazo	224	123
% do Total de Empréstimos	66,7%	18,8%
Total de Empréstimos	335	658
Maturidade Média (anos)	1,6	1,9
Leasings	4	0
Títulos Negociáveis e Depósitos Bancários	-674	-471
Dívida Líquida	-335	187
% Dívida em Euros (Total de Empréstimos + Leasings)	44,2%	47,4%
% Dívida em Zlotys (Total de Empréstimos + Leasings)	27,8%	40,4%
% Dívida em Pesos (Total de Empréstimos + Leasings)	27,9%	12,2%

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).

Gearing: Dívida Líquida / Fundos de Accionistas

2. DEMONSTRAÇÃO DOS RESULTADOS NOTA DE RECONCILIAÇÃO

Seguindo as orientações da ESMA de Outubro de 2015 sobre Medidas Alternativas de Desempenho

Demonstração dos Resultados	Demonstração dos Resultados por funções no Relatório & Contas Consolidado - 2016
Vendas e prestação de serviços	Vendas e prestação de serviços
Margem	Margem
Custos operacionais	Inclui linhas de Custos de distribuição; Custos administrativos; Outros custos operacionais, assim como, exclui valor de €-294,2m relativo a Depreciações
EBITDA	
Depreciação	Valor reflectido na nota <i>Report</i> por Segmentos. A diferença para a nota de custos operacionais ou nota activos tangíveis e intangíveis diz respeito ao valor das depreciações não recorrentes (€78,0m)
EBIT	
Custos financeiros líquidos	Custos financeiros líquidos
Ganhos em <i>joint ventures</i> e associadas	Ganhos (perdas) em <i>joint ventures</i> e associadas
Itens não Recorrentes	Inclui linhas de Resultados operacionais não usuais; Ganhos na alienação de negócios e Ganhos/Perdas em outros investimentos
EBT	
Imposto sobre o rendimento do exercício	Imposto sobre o rendimento do exercício
Resultados Líquidos	
Interesses que não controlam	Interesses que não controlam
Resultados Líquidos atribuíveis a JM	

3.
BALANÇO
NOTA DE
RECONCILIAÇÃO

Seguindo as orientações da ESMA de Outubro de 2015 sobre Medidas Alternativas de Desempenho

Balanço neste Comunicado	Balanço no Relatório & Contas Consolidado - 2016
Goodwill Líquido	Valor incluído na linha de Activos intangíveis e detalhado na nota de Activos intangíveis
Activo Fixo Líquido	Inclui as linhas de Activos tangíveis e intangíveis excluindo valor de goodwill líquido (€629,9m)
Capital Circulante Total	Inclui as linhas de Devedores, acréscimos e diferimentos correntes; Existências; Activos biológicos; Credores e acréscimos e diferimentos; Benefícios de empregados, assim como, valor de €3,6m relativo a Caixa e equivalentes de caixa (nota - Caixa e equivalentes de caixa) e o valor de €7,2m relativo a Outros valores de natureza operacional. Exclui o valor de €-1,0m relativo a acréscimos e diferimentos de juros (nota - Dívida Financeira)
Outros	Inclui as linhas de Propriedades de investimento, Partes de capital em <i>joint ventures</i> e associadas; Activos financeiros disponíveis para venda; Devedores, acréscimos e diferimentos não correntes; Impostos diferidos activos e passivos; Impostos sobre o rendimento a receber e a pagar e Provisões riscos e encargos. Exclui o valor de €34,4m relativo a Depósitos colaterais associados a dívida financeira (nota - Devedores e acréscimos e diferimentos), assim como o valor de €7,2m relativo a Outros valores de natureza operacional
Capital Investido	
Total de Empréstimos	Inclui as linhas de Empréstimos obtidos excluindo <i>Leasings</i>
Leasings	Valor reflectido na nota de Empréstimos obtidos
Juros Diferidos & Operações de Cobertura	Inclui a linha de Instrumentos financeiros derivados, assim como inclui o valor de €1,0m relativo a acréscimos e diferimentos de juros (valor reflectido na nota - Dívida financeira)
Títulos Negociáveis e Depósitos Bancários	Inclui a linha de Caixa e equivalentes caixa, assim como inclui o valor de €34,4m relativo a depósitos colaterais associados à dívida financeira (reflectido na nota de Devedores) e exclui o valor de €3,6m relativo a Caixa e equivalentes de caixa (reflectido na nota - Caixa e equivalentes de caixa)
Dívida Líquida	
Interesses que não Controlam	Interesses que não controlam
Capital Social	Capital Social
Reservas e Resultados Retidos	Inclui as linhas de Prémio de Emissão; Acções próprias; Outras reservas e Resultados retidos
Fundos de Accionistas	

4.
CASH FLOW
NOTA DE
RECONCILIAÇÃO

Seguindo as orientações da ESMA de Outubro de 2015 sobre Medidas Alternativas de Desempenho

<i>Cash Flow</i> neste Comunicado	Demonstração dos Fluxos de Caixa no Relatório & Contas Consolidado - 2016
EBITDA	Incluído na linha de Caixa gerada pelas operações
Pagamento de Juros	Inclui a linha de Juros pagos e a linha de Juros recebidos
Outros Itens Financeiros	Dividendos recebidos
Imposto sobre o Resultado	Imposto sobre o rendimento pago
Fundos gerados pelas Operações	
Pagamento de Capex	Inclui as linhas de Alienação de activos fixos tangíveis; Alienação de activos intangíveis; Alienação de activos financeiros e propriedades de investimento; Aquisição de activos fixos tangíveis; Aquisição de activos intangíveis; Aquisição de activos financeiros e propriedades de investimento
Variação de Capital Circulante	Incluído na linha de Caixa gerada pelas operações
Outros	Inclui a linha de Alienação de negócios, e o remanescente incluído na linha de Caixa gerada pelas operações.
Cash Flow Libertado	

5.
RESULTADO
LÍQUIDO NUMA
BASE COMPARÁVEL

	2016	2015
Resultados líquidos atribuíveis a JM	593	333
Deduzidos do impacto dos negócios descontinuados		
Ganhos em <i>joint ventures</i> e associadas (alienado)	10	17
Resultado líquido Serviços de Mkt., Repr. e Rest. (alienado)	1	1
Itens não Recorrentes - Venda Monterroio	221	0
Impostos - Venda Monterroio	0	0
Resultado Líquido numa base comparável	361	315