

Jerónimo Martins SGPS, S.A.

Vendas Preliminares para o Ano 2016

Lisboa, 12 de Janeiro de 2017

Forte desempenho no 4T encerra um ano de crescimento notável, com o Grupo a atingir vendas de €14,6 mil milhões, mais 6,5% do que no ano anterior. A taxas de câmbio constantes, as vendas teriam crescido 9,8% e ultrapassado os €15 mil milhões.

O foco da Biedronka, Pingo Doce e Recheio no crescimento LFL impulsionou aumentos de quota de mercado destas insígnias, que fortaleceram a sua relevância junto dos consumidores.

A oferta reforçada da Biedronka, em conjunto com acções comerciais mais assertivas, permitiram que a insígnia maximizasse os benefícios de um ambiente de consumo favorável, gerando um crescimento LFL de 9,5% no ano. O LFL foi particularmente forte no 4T (+11,9%), reflectindo também o êxito de algumas campanhas-chave no período. As vendas totais aumentaram 6,3% (+10,8% a taxa de câmbio constante), atingindo €9,8 mil milhões.

A Hebe também soube tirar partido das oportunidades no mercado polaco de saúde e beleza e registou um crescimento de 22,1% (+27,4% a taxa de câmbio constante).

O Pingo Doce, apesar da maturidade e do aumento de capacidade instalada no mercado, apresentou um sólido crescimento de vendas de 4,4%, com o LFL, excluindo combustível, a atingir 1,2% (+1,3% no 4T).

O Recheio, bem preparado para beneficiar da melhoria de condições registada no mercado HoReCa, atingiu vendas de €878 milhões, +5,9% em relação ao ano anterior, suportadas por um crescimento LFL de 5,0% (+6,7% no 4T).

A Ara manteve uma forte dinâmica comercial em todas as regiões, elevando as vendas da Companhia para os €236 milhões, mais do que duplicando o volume de negócios em moeda local. A insígnia encerrou o ano com 221 lojas.

(Milhões de Euros)	2016	2015	Δ% (Euro)	Δ% (s/ F/X)
Vendas Líquidas	14.621	13.728	+6,5	+9,8
Biedronka	9.781	9.206	+6,3	+10,8
Pingo Doce	3.558	3.407	+4,4	
Recheio	878	829	+5,9	
Ara	236	122	+92,5	+110,2
Hebe	122	100	+22,1	+27,4
Outros	46	63	n.a.	

CALENDÁRIO FINANCEIRO

Resultados do Ano de 2016: 22 de Fevereiro de 2017

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

Desempenho de Vendas

(Milhões de Euros)	2016		2015		Δ %		4T 16		4T 15		Δ %	
	% total		% total		s/ F/X	Euro	% total		% total		s/ F/X	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%		7,1%
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%	27,4%	22,1%	37	1,0%	28	0,8%	35,7%	31,9%
Outros & Ajustes de Consolidação	46	0,3%	63	0,5%		n.a.	9	0,2%	19	0,5%		n.a.
Total JM	14.621	100%	13.728	100%		6,5%	3.883	100%	3.553	100%		9,3%

* Reclassificação do valor publicado em 2015, 832.

As principais insígnias - Biedronka, Pingo Doce e Recheio - iniciaram o ano de 2016 com enfoque reforçado na competitividade e crescimento LFL. Esta determinação conduziu a um desempenho consistentemente forte, trimestre após trimestre, tanto na Polónia como em Portugal, traduzindo-se num aumento de 7,2% das vendas LFL consolidadas (+9,0% no 4T). Ao nível do Grupo, registaram-se crescimentos LFL, de vendas totais e de quotas de mercado em todas as insígnias.

Na **Polónia**, a envolvente competitiva manteve-se intensamente promocional, com o ambiente favorável no consumo a gerar oportunidades interessantes para o desenvolvimento do cabaz alimentar, num contexto em que a inflação de produtos alimentares no país foi de 0,7% nos primeiros 11 meses de 2016.

A **Biedronka** definiu como prioridade do ano a consolidação da revisão da oferta iniciada em 2015, promovendo uma abordagem mais integrada e, por isso, mais ágil na adequação às necessidades e aspirações do consumidor.

As campanhas de *in&outs* alimentares tiveram um papel-chave na valorização da proposta para o consumidor, resultando numa evolução positiva ao nível do cabaz, num enquadramento de deflação ligeira na Biedronka.

As vendas LFL, no ano, cresceram 9,5%, impulsionadas principalmente pela evolução do cabaz médio. No 4T, o LFL acelerou para 11,9%, reflectindo a consistência de um bom desempenho de vendas conjugado com o êxito da campanha de lançamento do cartão de fidelidade.

A Biedronka abriu 83 novas lojas no ano, abaixo das 100 unidades planeadas, resultando num aumento líquido de 55 localizações. Em 2017, o programa de novas lojas incluirá as aberturas em atraso.

As vendas da Biedronka aumentaram 6,3% no ano (+10,8% em moeda local) para €9.781 milhões. No 4T, as vendas cresceram 10,5% (+13,4% em moeda local).

Também a **Hebe** apresentou, ao longo do ano, uma boa evolução de vendas, que atingiram €122 milhões, um crescimento de 22,1% em relação a 2015 (+27,4% em moeda local). A rede total de lojas totaliza 153 localizações, 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 desempenhar 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 1,3% no último trimestre do ano. As vendas totais do Pingo Doce atingiram €3.558 milhões, um aumento de 4,4% em relação ao ano anterior.

As vendas do **Recheio** subiram 5,9% para €878 milhões. A Companhia, suportada pela sua sólida posição competitiva, beneficiou da melhoria registada no segmento HoReCa em resultado da forte actividade turística em Portugal. O crescimento LFL no ano foi de 5,0% (+6,7% no 4T).

A **Ara** encerrou o ano com 221 lojas em três regiões da Colômbia. O desempenho de vendas continuou a confirmar a boa aceitação da proposta de valor por parte dos consumidores colombianos em todas as regiões. A insígnia atingiu vendas de €236 milhões em 2016, mais do que duplicando o volume de negócios em moeda local.

2016 foi um ano de sólido crescimento das vendas, que beneficiou de uma extraordinária progressão no volume de negócios da Biedronka.

Em Portugal, o Pingo Doce e o Recheio aumentaram as vendas LFL, reforçando a sua relevância para os consumidores e as suas posições de mercado.

Na Colômbia, as vendas da Ara dão-nos confiança e encorajam-nos a acelerar os investimentos no país.

O desempenho em 2016 confirma a 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. Este posicionamento estratégico provou potenciar a captação das oportunidades de crescimento que identificamos em cada mercado em que operamos.

Anexos

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%
<i>Excluindo combustível</i>	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%	7,1%	5,9%	3,8%	3,4%	3,6%	5,9%	4,4%	6,7%	5,0%

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

PARQUE DE LOJAS

Número de Lojas	2015	Aberturas				Encerramentos	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/ Remodações	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.

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).