

# Vendas Preliminares 2017

Lisboa, 11 de Janeiro de 2018

**Jerónimo  
Martins**

Foco estratégico no crescimento conduz a quatro trimestres de forte desempenho com o reforço das posições de mercado de todas as insígnias do Grupo

VENDAS

Milhões de Euros	2017	2016	Δ% (Euro)	Δ% (s/ FX)
Vendas Líquidas	16.275	14.622	+11,3	+9,4
Biedronka	11.075	9.781	+13,2	+10,4
Pingo Doce	3.667	3.558	+3,1	-
Recheio	942	878	+7,2	-
Ara	405	236	+72,0	+71,8
Hebe	166	122	+35,6	+32,2
Outros	20	46	-	-



As vendas do Grupo atingiram 16,3 mil milhões de euros, um aumento de 11,3% relativamente a 2016.

O crescimento LFL foi a principal prioridade para a Biedronka, para o Pingo Doce e para o Recheio, enquanto a Ara atingiu o seu objectivo de acelerar a expansão da sua rede de lojas.



Alavancando em fortes acções comerciais combinadas com ajustes sazonais ao sortido, a Biedronka apresentou no 4T um crescimento das vendas LFL de 7,6%, + 8,6% no ano. As vendas totais aumentaram, em 2017, 13,2% (+10,4% em moeda local).



Em linha com os trimestres anteriores, a Hebe registou no 4T um sólido desempenho, que se traduziu num aumento de 35,6% das vendas totais em 2017 (+32,2% em moeda local).

Num ambiente ligeiramente mais positivo em Portugal, no 4T o Pingo Doce manteve a sua assertividade comercial e atingiu um sólido crescimento LFL de 3,0%, + 1,0% no ano.



Capitalizando na dinâmica favorável da actividade turística e no seu profundo conhecimento da base de clientes, o Recheio registou uma subida de 6,6% do LFL no 4T, +6,2% em 2017.



Ao longo de 2017, a Ara investiu na sua capacidade de expansão e abriu 169 novas localizações, das quais 77 no 4T, com um ritmo mais intenso do que planeado no final de Dezembro. A insígnia terminou o ano com um total de 389 lojas e um crescimento das vendas de 72,0% (+ 71,8% em moeda local).

O foco nas vendas através do investimento no reforço do posicionamento de preço e da experiência de consumo impulsionou um forte ano de crescimento do volume de negócios e de aumento das quotas de mercado, com todas as insígnias a entrarem bem preparadas em 2018.

**DESEMPENHO  
DE VENDAS**

(Milhões de Euros)	2017		2016		Δ %		4T 17		4T 16		Δ %	
	% total		% total		s/ FX	Euro	% total		% total		s/ FX	Euro
Biedronka	11,075	68.0%	9,781	66.9%	10.4%	13.2%	2,972	68.3%	2,618	67.4%	9.7%	13.5%
Pingo Doce	3,667	22.5%	3,558	24.3%		3.1%	975	22.4%	930	23.9%		4.9%
Recheio	942	5.8%	878	6.0%		7.2%	229	5.3%	215	5.5%		6.2%
Ara	405	2.5%	236	1.6%	71.8%	72.0%	117	2.7%	73	1.9%	72.6%	59.0%
Hebe	166	1.0%	122	0.8%	32.2%	35.6%	51	1.2%	38	1.0%	30.2%	34.6%
Outros & Aj. de Consolidação	20	0.1%	46	0.3%		n.a.	6	0.1%	9	0.2%		n.a.
<b>Total JM</b>	<b>16,275</b>	<b>100%</b>	<b>14,622</b>	<b>100%</b>	<b>9.4%</b>	<b>11.3%</b>	<b>4,349</b>	<b>100%</b>	<b>3,884</b>	<b>100%</b>	<b>9.6%</b>	<b>12.0%</b>

**As vendas do Grupo** atingiram €16,3 mil milhões em 2017, 11,3% acima do ano anterior (+9,4% a taxas de câmbio constantes).

**Na Polónia**, o ambiente de consumo foi favorável ao longo do ano com impacto positivo no sector alimentar.

Até Novembro, a inflação alimentar no país foi de 4,1% (5,4% em Outubro e 6,0% em Novembro). Esta evolução dos preços foi impulsionada por picos acentuados nos preços de vários produtos relevantes ao longo do ano.

A prioridade estratégica da **Biedronka** - o crescimento das vendas - permaneceu inalterada e foi impulsionada pela capacidade da insígnia de criar oportunidades num mercado dinâmico.

A procura dos consumidores de melhorar o seu cabaz alimentar levou a um *trading up* do consumo ao qual a Biedronka respondeu com uma melhoria contínua do sortido e com a execução, ao longo do ano, de inovadoras campanhas *in&out*.

Consciente que o preço continua a ser fundamental para o consumidor polaco, a Biedronka capturou as oportunidades criadas pela elevada inflação em alguns produtos e categorias estratégicas, reforçando a percepção de preço e gerando vendas adicionais.

Todos os trimestres registaram uma entrega excepcional de crescimento LFL. Apesar do comparativo mais difícil com o 4T 16, a insígnia registou no 4T 17 um sólido aumento LFL de 7,6%. No ano, o LFL foi de 8,6% e impulsionou as vendas totais a crescerem 13,2% (+10,4% em moeda local) para os €11,1 mil milhões.

Em linha com o plano, a Biedronka aumentou em 101 lojas a sua rede total (121 aberturas no ano), terminando 2017 com 2.823 localizações.

Com uma proposta de valor melhorada, **a Hebe** teve um bom desempenho de vendas, que se cifraram em €166 milhões, 35,6% acima de 2016 (+32,2% a taxa de câmbio constante). A insígnia abriu 30 lojas no ano, terminando 2017 com uma rede total de 182 localizações.

A inflação alimentar em **Portugal** foi de 1,5%. Após a pronunciada desaceleração para 0,6% observada no 3T e que foi impulsionada por alguns produtos frescos sazonais, a inflação alimentar no 4T evoluiu para 2,0%.

O ambiente de consumo no país, embora permanecendo exigente, mostrou algum dinamismo no último trimestre do ano. O **Pingo Doce** aproveitou esta melhoria para impulsionar a sua intensa actividade comercial, atingindo, no 4T, um sólido crescimento das vendas LFL de 3,0%, + 1,0% no ano.

Este crescimento, juntamente com a abertura de 10 lojas (9 adições líquidas) no ano, resultou em vendas totais de €3.667 milhões, 3,1% acima do ano anterior.

O Pingo Doce encerrou o ano com uma posição de mercado reforçada.

**O Recheio** teve, consistentemente ao longo do ano, um desempenho acima do seu mercado, tirando partido de uma proposta de valor bem posicionada e de um ambiente mais favorável, que se traduziu num crescimento LFL de 6,2% no ano (+6,6% no 4T).

As vendas totais aumentaram 7,2% para os €942 milhões.

**Na Colômbia**, a inflação alimentar foi de 2,6%. Embora negativos durante o ano, os níveis de confiança do consumidor começaram a evidenciar uma tendência de melhoria a partir de Abril.

**A Ara** alcançou vendas de €405 milhões, 72,0% acima do ano anterior (+71,8% a taxa de câmbio constante). A principal prioridade da Companhia para 2017 foi trabalhar na sua

capacidade de acelerar a expansão da rede. Este investimento permitiu a abertura de 169 lojas no ano, 77 das quais no quarto trimestre.

No que se refere às vendas, iniciámos 2017 conscientes das oportunidades de LFL existentes na Polónia e da necessidade de nos desafiarmos permanentemente para as capturar. A equipa foi capaz de o fazer, crescendo solidamente as vendas LFL sobre uma base já de si forte, ao mesmo tempo que continuou a investir na experiência de compra do consumidor.

Em Portugal, levámos em consideração os desafios inerentes a um mercado alimentar maduro e orientado a promoções, onde, contra-intuitivamente, a capacidade instalada se continua a expandir. O Pingo Doce reforçou a qualidade da sua oferta e o posicionamento de preço, e manteve o desempenho LFL em território positivo, ao mesmo tempo que o Recheio apresentou um crescimento notável, capturando plenamente as oportunidades no seu sector.

Na Colômbia, continuamos focados em construir o caminho de crescimento futuro para a Ara. Neste contexto, 2017 foi um ano de forte investimento nas nossas equipas e na expansão, evoluindo-se no afinamento da proposta de valor. 2017 foi estruturante para a nossa operação na Colômbia, que conseguiu abrir mais de 160 lojas em 12 meses.

Em suma, todas as Companhias cumpriram os seus objectivos de vendas, entregando um crescimento muito positivo, impulsionado pelo investimento em ganhos de quota de mercado. Este desempenho torna-se ainda mais importante num contexto de aumento dos custos de pessoal na Polónia e em Portugal e de forte alocação de recursos à qualidade da Operação.

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

## CALENDÁRIO FINANCEIRO

Resultados do Ano 2017: 28 de Fevereiro de 2018 (após encerramento do mercado)

Assembleia Geral de Accionistas: 12 de Abril de 2018

Resultados do 1.º Trimestre 2018: 26 de Abril de 2018 (antes da abertura do mercado)

Resultados do 1.º Semestre 2018: 25 de Julho de 2018 (após encerramento do mercado)

Resultados dos Primeiros 9 Meses 2018: 30 de Outubro de 2018 (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 17	2T 17	1S 17	3T 17	9M 17	4T 17	2017	1T 17	2T 17	1S 17	3T 17	9M 17	4T 17	2017
Biedronka														
Euro	10.8%	15.9%	13.4%	12.6%	13.1%	13.5%	13.2%							
PLN	9.7%	11.8%	10.8%	10.5%	10.7%	9.7%	10.4%	8.4%	9.5%	9.0%	8.9%	9.0%	7.6%	8.6%
Pingo Doce	0.8%	5.2%	3.1%	1.3%	2.4%	4.9%	3.1%	-1.1%	3.0%	1.0%	-1.0%	0.3%	2.9%	1.0%
Excl. combustível	0.6%	5.3%	3.0%	1.5%	2.5%	5.1%	3.1%	-1.4%	3.1%	0.9%	-0.9%	0.3%	3.0%	1.0%
Recheio	7.2%	9.9%	8.6%	5.9%	7.6%	6.2%	7.2%	5.2%	8.1%	6.8%	4.9%	6.0%	6.6%	6.2%

## PARQUE DE LOJAS

Número de Lojas	2016	Aberturas				Encerramentos 2017	2017
		1T 17	2T 17	3T 17	4T 17		
Biedronka	2,722	11	18	17	75	20	2,823
Pingo Doce	413	2	3	2	3	1	422
Recheio	42	0	1	0	0	0	43
Ara	221	23	26	43	77	1	389
Hebe	153	7	1	6	16	1	182

Área de Venda (m <sup>2</sup> )	2016	Aberturas				Encerramentos/ Remodações 2017	2017
		1T 17	2T 17	3T 17	4T 17		
Biedronka	1,768,293	7,442	12,089	12,361	52,830	-3,977	1,856,992
Pingo Doce	493,089	2,242	4,051	2,000	3,982	1,467	503,897
Recheio	130,597	0	1,399	0	0	-1	131,997
Ara *	71,263	8,342	10,284	15,557	28,464	217	133,693
Hebe	35,479	1,815	222	1,485	4,052	0	43,052

\* Reclasseificação do valor publicado em 2016 e 1T 17

## 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).