

Vendas Preliminares 2020

Lisboa, 12 de Janeiro de 2021

**Jerónimo
Martins**

2020 fecha com forte desempenho marcado por uma acção mais do que nunca focada nas necessidades do consumidor, num contexto particularmente difícil. Vendas consolidadas crescem 3,5% (+6,7% a taxas de câmbio constantes) para 19,3 mil milhões de euros.

VENDAS

Milhões de Euros	2020	2019	Δ% (Euro)	Δ% (s/ FX)
Vendas Líquidas	19.293	18.638	+3,5	+6,7
Biedronka	13.465	12.621	+6,7	+10,4
Pingo Doce	3.869	3.945	-1,9	-
Recheio	847	1.007	-15,9	-
Ara	854	784	+8,9	+24,4
Hebe	245	259	-5,4	-2,2
Outros	14	23	-40,5	-



Biedronka – vendas em moeda local cresceram 10,4% (+10,4% no 4T) com um LFL de 7,1% (+6,9% no 4T).

Hebe – vendas reduziram-se em 2,2% (-13,9% no 4T) em moeda local com um LFL de -10,3% (-12,5% no 4T).

Pingo Doce – vendas caíram 1,9% (-0,8% no 4T) e o LFL (excl. combustível) foi de -2,2% (-2,0% no 4T).

Recheio – registou uma queda de vendas de 15,9% (-16,7% no 4T) com um LFL de -15,9% (-16,3% no 4T).

Ara – aumentou as vendas, em moeda local, em 24,4% (+22,7% no 4T) com um LFL de 10,2% (+11,1% no 4T).



Mensagem do Administrador Delegado e CEO – Pedro Soares dos Santos

“A exigência sem precedentes de 2020 colocou-nos à prova e convocou-nos a darmos o melhor de nós. Num contexto pandémico marcado por uma incerteza muito elevada, as nossas equipas superaram-se e asseguraram um notável crescimento ao nível do Grupo, ao mesmo tempo que reforçaram a competitividade em todas as insígnias.

De facto, mantivemo-nos fieis à nossa promessa de qualidade ao melhor preço em todos os momentos, mesmo quando as restrições em Portugal e na Colômbia impactaram o muito intenso tráfego a que as nossas lojas estavam habituadas. Acreditamos que investir na competitividade num contexto adverso foi uma decisão fundamental que se traduzirá na confiança reforçada dos nossos consumidores.

Foram doze meses de superação conquistados pelo trabalho dedicado das nossas equipas, especialmente das que trabalham nas lojas e nos centros de distribuição, que deram o seu melhor para servir os consumidores em circunstâncias de grande imprevisibilidade e de fortíssima pressão.

Neste contexto excepcionalmente difícil, que exigiu das nossas equipas na linha da frente uma grande resiliência, o Conselho de Administração aprovou, em reconhecimento do seu compromisso e sentido de missão, a distribuição, por ocasião do Natal, de um valor equivalente a c.20 milhões de euros ao nível do Grupo.

Entramos em 2021 certos que continuaremos a contar com a energia e o empenho de todos.”



DESEMPENHO
DE VENDAS

(Milhões de Euros)	2020		2019		Δ %		4T 20		4T 19		Δ %	
		% total	% total	excl. FX	Euro		% total	% total	excl. FX	Euro		Euro
Biedronka	13.465	69,8%	12.621	67,7%	10,4%	6,7%	3.555	69,8%	3.384	68,0%	10,4%	5,1%
Pingo Doce	3.869	20,1%	3.945	21,2%		-1,9%	1.025	20,1%	1.033	20,8%		-0,8%
Recheio	847	4,4%	1.007	5,4%		-15,9%	208	4,1%	249	5,0%		-16,7%
Ara	854	4,4%	784	4,2%	24,4%	8,9%	238	4,7%	224	4,5%	22,7%	6,5%
Hebe	245	1,3%	259	1,4%	-2,2%	-5,4%	65	1,3%	79	1,6%	-13,9%	-18,0%
Outros & Ajustes de Consolidação	14	0,1%	23	0,1%		-40,5%	4	0,1%	6	0,1%		-36,3%
Total JM	19.293	100%	18.638	100%	6,7%	3,5%	5.095	100%	4.976	100%	6,8%	2,4%

No 4T do ano, as **vendas do Grupo** atingiram 5,1 mil milhões de euros, 2,4% acima do ano anterior (+6,8% a taxas de câmbio constantes), com um crescimento LFL de 3,5%.

Nos 12 meses do ano as vendas foram de 19,3 mil milhões de euros, 3,5% acima do ano anterior (+6,7% a taxas de câmbio constantes), com o LFL a cifrar-se nos 3,5%.

Na **Polónia**, no último trimestre do ano, a inflação alimentar registou um valor médio de 1,7%, abrindo dos 3,2% registados no 3T (4,7% no ano).

No 4T, e num contexto epidemiológico em agravamento, foram estabelecidas novas restrições à circulação de pessoas, nomeadamente limites ao número de clientes dentro das lojas, encerramento de centros comerciais em Novembro e a partir de 28 de Dezembro, encerramento de restaurantes e funcionamento das escolas com ensino à distância.

Embora as restrições em vigor tenham impactado as vendas de impulso originaram também alguns factores de mitigação, nomeadamente com o aumento das refeições em casa devido ao encerramento das escolas.

A **Biedronka** foi capaz de criar um forte *momentum* de vendas. À rapidez de acção e reacção, à flexibilização dos horários e à adaptação da operação à maior conveniência e disponibilidade para os consumidores, juntou uma execução superior na entrega de uma oferta de qualidade ao melhor preço. A insígnia entrou no 4T bem preparada para manter a preferência dos consumidores polacos que, por sua vez e em circunstâncias ainda mais desafiantes, continuaram a dar sinais de resiliência, tendo celebrado a época festiva no respeito pelas regras de confinamento definidas.

No último trimestre do ano, a insígnia cresceu vendas em 10,4% (+5,1% em euros, para os 3,6 mil milhões de euros), com um LFL de 6,9% que incorporou uma inflação nula no cabaz (evoluindo de 1% no 3T e tendo sido 2,1% no ano).

A Biedronka encerrou 2020 com um notável crescimento de 10,4% (+6,7% em euros), incluindo um LFL de 7,1%, que levou as vendas a atingir 13,5 mil milhões de euros. A quota de mercado foi reforçada.

Nos doze meses, a Companhia manteve o seu plano de expansão e abriu 129 novas lojas (113 adições líquidas), terminando o ano com um total de 3.115 localizações. O programa de remodelações contemplou 267 lojas.

A **Hebe** viu, no 4T, as suas vendas impactadas pelo encerramento, em Novembro e nos últimos dias de Dezembro, dos centros comerciais, onde tem quase metade das suas lojas, que, embora tenham permanecido abertas, sofreram com a ausência de tráfego resultante da redução de circulação de pessoas. No período, as vendas caíram 13,9% (-18,0% em euros) com o LFL a fixar-se em -12,5%.

No ano, as vendas totalizaram 245 milhões de euros, um decréscimo de 2,2% em moeda local e de -5,4% em euros.

A Hebe abriu 22 novas lojas e encerrou o negócio das farmácias (no 3T), tendo terminado o ano com uma rede de 266 lojas.

Em **Portugal**, num trimestre em que foram reforçadas as medidas restritivas no contexto da gestão da pandemia, a inflação alimentar permaneceu baixa, tendo registado valores ligeiramente acima de 2% em Outubro e Novembro.

As regras de confinamento em vigor no 4T foram, para o sector do retalho alimentar, as mais restritivas desde o início da pandemia. A partir do segundo fim de semana de Novembro, a imposição do recolher obrigatório à uma da tarde aos Sábados e Domingos, com obrigação de encerramento à mesma hora das lojas alimentares com mais de 200 m², em grande parte dos municípios do país (incluindo Lisboa e Porto), afectou significativamente a actividade económica.

Foi neste contexto fortemente condicionado que o **Pingo Doce** reforçou a sua dinâmica comercial e de comunicação e manteve a sua expansão, conseguindo mitigar o impacto da perda de horas de vendas ao fim de semana e entregar as vendas do trimestre sensivelmente em linha com 4T 19. Neste período, o LFL (excluindo combustível) foi de -2,0%.

No ano, as vendas foram de 3,9 mil milhões de euros, uma redução de 1,9% com um LFL (excluindo combustível) de -2,2%.

O Pingo Doce abriu 13 lojas (das quais, quatro sob o conceito de conveniência Pingo Doce & Go) e realizou 20 remodelações.

O **Recheio** registou mais um trimestre afectado pela ausência de actividade turística a que acresceu o impacto sobre a restauração das restrições ao fim de semana. As vendas caíram 16,7% com um LFL de -16,3%.

No ano, as vendas da nossa cadeia grossista foram de 847 milhões de euros, -15,9% do que em 2019, quer em termos totais, quer em LFL.

Na **Colômbia**, no 4T e após o levantamento - no decurso do mês de Setembro - das regras de confinamento, o país focou-se na reabertura das actividades económicas, embora no final do ano tenham sido reintroduzidas medidas para controlo da pandemia, nomeadamente na região de Bogotá.

A **Ara**, que se focou em proteger a competitividade da sua proposta de valor durante o longo período de confinamento, viu o seu LFL a reagir de imediato com a crescente normalização do dia-a-dia dos consumidores.

No último trimestre do ano, as vendas, em moeda local, cresceram 22,7% (+6,5% em euros) com um LFL de 11,1%.

No ano, a Ara registou um crescimento de 24,4% (+8,9% em euros) para os 854 milhões de euros, com um LFL de 10,2%.

Em 2020, a insígnia abriu 56 lojas (47 adições líquidas), terminando o ano com uma rede de 663 localizações.

Em suma, a Biedronka liderou o crescimento do sector do retalho alimentar na Polónia, provando a eficácia da sua rapidez de resposta desde o primeiro momento da crise pandémica, assim como da sua capacidade de flexibilização da operação e da criatividade com que reforçou a competitividade da sua proposta de valor ao consumidor.

A Hebe operou em condições particularmente desafiantes para o mercado dos produtos de beleza em resultado da pandemia, registando um bom desempenho nos meses com menos restrições e um muito bom desempenho da sua operação online.

Apesar da severidade da situação e das medidas restritivas em Portugal, o Pingo Doce e o Recheio mantiveram uma forte dinâmica comercial e espírito de

iniciativa, reforçando continuamente a sua capacidade de mitigação dos efeitos negativos da pandemia.

Na Colômbia, a Ara viu confirmada a assertividade da sua proposta de valor com o regresso ao crescimento das vendas a acontecer logo que as medidas de confinamento foram levantadas.

Todas as insígnias acabaram, assim, 2020 com modelos reforçados pelo intenso stress test que a pandemia constitui e ainda mais preparadas para enfrentar um contexto operacional que continuará muito exigente em 2021.

+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 2020: 3 de Março de 2021 (após encerramento do mercado)

Assembleia Geral de Accionistas: 8 de Abril de 2021

Resultados do 1.º Trimestre 2021: 28 de Abril de 2021 (após encerramento do mercado)

Resultados do 1.º Semestre 2021: 28 de Julho de 2021 (após encerramento do mercado)

Resultados dos Primeiros Nove Meses 2021: 27 de Outubro de 2021 (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						
	1T 20	2T 20	1S 20	3T 20	9M 20	4T 20	2020	1T 20	2T 20	1S 20	3T 20	9M 20	4T 20	2020
Biedronka														
Euro	12,6%	3,4%	7,8%	6,4%	7,3%	5,1%	6,7%							
PLN	13,2%	8,7%	10,9%	9,3%	10,3%	10,4%	10,4%	11,1%	4,8%	7,8%	6,0%	7,2%	6,9%	7,1%
Hebe														
Euro	14,6%	-16,6%	-1,7%	3,5%	0,1%	-18,0%	-5,4%							
PLN	15,2%	-11,8%	1,2%	6,4%	3,0%	-13,9%	-2,2%	-1,7%	-26,6%	-14,8%	1,7%	-9,4%	-12,5%	-10,3%
Pingo Doce														
Excl. combustível	3,5%	-8,8%	-2,9%	-1,2%	-2,3%	-0,8%	-1,9%	2,8%	-10,2%	-4,0%	-2,5%	-3,5%	-3,1%	-3,4%
Recheio	4,3%	-7,1%	-1,6%	-0,1%	-1,1%	0,4%	-0,7%	3,5%	-8,5%	-2,8%	-1,5%	-2,3%	-2,0%	-2,2%
Recheio	0,2%	-26,7%	-14,4%	-17,5%	-15,6%	-16,7%	-15,9%	0,1%	-26,9%	-14,5%	-17,7%	-15,7%	-16,3%	-15,9%
Ara														
Euro	38,9%	0,5%	18,8%	-5,6%	9,9%	6,5%	8,9%							
COP	52,3%	16,7%	33,4%	10,9%	25,1%	22,7%	24,4%	34,3%	1,1%	16,6%	-1,7%	9,8%	11,1%	10,2%
Total JM														
Euro	11,0%	-1,3%	4,6%	2,7%	3,9%	2,4%	3,5%							
Excl. FX	12,0%	3,1%	7,3%	5,4%	6,6%	6,8%	6,7%	9,5%	-0,7%	4,2%	2,2%	3,5%	3,5%	3,5%

PARQUE DE LOJAS

Número de Lojas	2019	Aberturas				Encerramentos	2020
		1T 20	2T 20	3T 20	4T 20	2020	
Biedronka	3.002	11	23	18	77	16	3.115
Hebe	273	8	3	1	10	29	266
Pingo Doce	441	1	2	6	4	1	453
Recheio	42	0	0	0	0	0	42
Ara	616	19	4	10	23	9	663

Área de Venda (m ²)	2019	Aberturas				Encerramentos/ Remodelações	2020
		1T 20	2T 20	3T 20	4T 20	2020	
Biedronka	2.021.345	8.394	16.694	12.708	51.991	-9.205	2.120.337
Hebe	66.805	2.109	703	240	2.378	2.897	69.338
Pingo Doce	513.272	102	2.496	3.771	4.207	712	523.136
Recheio	133.826	0	0	0	0	-102	133.928
Ara	207.982	6.235	1.502	3.622	7.812	3.335	223.818

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).