



COMUNICADO FINANCEIRO

2023

PRIMEIRO
SEMESTRE

Este comunicado inclui, no Anexo 1, para efeitos de comparação,
as Demonstrações Financeiras excluindo o efeito da IFRS16

Calendário Financeiro:

Resultados dos Primeiros Nove Meses: 25 de outubro
(após o encerramento do mercado)

> **FACTSHEET**

GABINETE DE RELAÇÕES COM INVESTIDORES

+351 21 752 61 05

investor.relations@jeronimo-martins.com

Cláudia Falcão: claudia.falcao@jeronimo-martins.com

Hugo Fernandes: hugo.fernandes@jeronimo-martins.com

GABINETE DE RELAÇÕES COM OS MEDIA

+351 21 752 61 80

comunicacao@jeronimo-martins.com

Rita Fragoso: rita.fragoso@jeronimo-martins.com

Nuno Abreu: nuno.abreu@jeronimo-martins.com

**Jerónimo
Martins**

Jerónimo Martins, SGPS, S.A. | Sede: Rua Actor António Silva, n. °7, 1649-033 Lisboa

Capital Social: Euro 629.293.220,00

Número único de matrícula na C.R.C. de Lisboa e de Pessoa Coletiva: 500 100 144

www.jeronimomartins.com

PRIMEIRO SEMESTRE 2023 | NÚMEROS-CHAVE

INVESTIMENTO EM PREÇO IMPULSIONA VENDAS, COM GANHOS DE VOLUMES E DE QUOTAS

- **Vendas** crescem 22,1% para €14,5 MM (+23,3% excluindo FX). No 2T, as vendas aumentam 21,0% para €7,7 MM (+20,4% excluindo FX).
- **EBITDA** aumenta 18,1% para €1 MM (+18,0% excluindo FX), com a margem EBITDA a fixar-se nos 6,9% (7,2% no 1S 22). No 2T, o EBITDA cresce 16,5% para €559 M (+14,4% excluindo FX), correspondendo a uma margem sobre as vendas de 7,2% (7,5% no 2T 22).
- **Resultado Líquido** atinge os €356 M, traduzindo-se num EPS de €0,57.
- **Cash Flow** no semestre é de €-127 M.
- **Dívida Líquida** situa-se nos €2,3 MM. Excluindo a IFRS 16, a posição líquida de caixa era de €721 M no final de junho 2023.

VISÃO GERAL SOBRE O DESEMPENHO E SEUS PRINCIPAIS DRIVERS

Numa conjuntura exigente de abrandamento económico e com os consumidores a revelarem-se, mais do que nunca, sensíveis ao preço, o Grupo manteve o crescimento das vendas como prioridade estratégica. Os investimentos realizados pelas diferentes insígnias no reforço da sua competitividade foram críticos na mitigação dos efeitos de trading-down, na proteção dos volumes, e na redução da inflação alimentar nos países onde operam.

Na Polónia, num contexto em que o mercado perde volumes, a **Biedronka** intensificou a dinâmica comercial e registou um desempenho notável, somando, no semestre, 2 mil milhões de euros às suas vendas e voltando a conquistar quota de mercado.

Em Portugal, o **Pingo Doce** registou um sólido crescimento das vendas, muito em resultado da sua agressiva política de preços e do contributo da área de meal solutions. O **Recheio** apresentou um muito bom desempenho, conseguindo reconduzir a sua rentabilidade aos níveis pré-pandemia.

Na Colômbia, onde o contexto é extremamente difícil para as famílias, a **Ara** foi para além da sua promessa de ter os melhores preços do mercado e aproveitou a ocasião do seu décimo aniversário a operar no país para investir numa disruptiva campanha de poupança, com início em maio. Este movimento aumentou o tráfego nas lojas e os volumes transacionados, resultando no reforço da perceção de preço e do posicionamento geral da insígnia.

Tal como antecipado, em resultado do investimento em preço e da inflação nos custos registada nos três países em que operamos, a margem **EBITDA** do Grupo caiu 24p.b. em relação ao 1S 22 (no 2T, a redução foi de 28p.b.). No entanto, o firme compromisso com a competitividade de preço e o crescimento de vendas daí resultante permitiu um sólido desempenho do EBITDA em valor ao longo do período.

No final de junho, após o pagamento de dividendos no valor de 345,6 milhões de euros, o Grupo apresentava uma **posição líquida de caixa** (excluindo responsabilidades com locações operacionais capitalizadas) de 721 milhões de euros.

MENSAGEM DO PRESIDENTE E ADMINISTRADOR-DELEGADO

PEDRO SOARES DOS SANTOS

“Os bons resultados deste primeiro semestre refletem a determinação e competência colocadas por todas as nossas Companhias em executar, com disciplina, a estratégia definida e em reforçar a liderança de preço e as suas posições competitivas nos respetivos mercados.

Sabemos que em tempos de incerteza e de forte pressão sobre o rendimento disponível das famílias, é imperativo gerar as melhores oportunidades de poupança contínua, através de fortes investimentos em preço, para garantir que os consumidores escolhem as nossas lojas no momento de comprar. Com esse propósito, temos também de cumprir rigorosamente os planos de expansão, para reforçar a proximidade e a conveniência, e apostar nas remodelações como forma de melhorar a capacidade de atração das lojas e a experiência de compra, e concretizar o seu potencial de crescimento.

Em linha com o que sempre tenho dito, não hesitaremos, como fizemos na Colômbia neste segundo trimestre, em continuar a alavancar na nossa solidez financeira para mantermos a flexibilidade e a capacidade, a cada momento, de fazer a diferença nos mercados onde estamos.

As nossas prioridades mantêm-se, assim, inalteradas: ser a primeira escolha de um consumidor crescentemente fragilizado, crescer vendas, reforçar a eficiência e proteger a rentabilidade e sustentabilidade dos negócios, enquanto continuamos a investir nas nossas equipas.”

PERSPETIVAS 2023

A inflação alimentar manteve-se elevada no início do ano, tendo vindo a reduzir-se progressivamente ao longo do segundo trimestre. Neste momento, é ainda difícil antecipar o ritmo e profundidade que a redução da inflação assumirá na segunda metade do ano.

Os preços da eletricidade, gás e combustíveis continuam voláteis, enquanto as taxas de juro, que aumentaram rapidamente em 2022, se mantêm com tendência de subida, nomeadamente na zona euro.

Num contexto em que a confiança dos consumidores está muito fragilizada, o aumento dos salários mínimos e a manutenção de taxas de desemprego relativamente baixas poderão compensar, em parte, a pressão que a persistência da inflação e de taxas de juro elevadas geram sobre o rendimento disponível. A resiliência do consumo privado dependerá, no entanto, do equilíbrio que venha a verificar-se entre todas estas variáveis nos três países em que operamos.

Na **Polónia**, a orientação dos consumidores para o preço intensificou-se em 2023. A **Biedronka** está a fazer jus à sua promessa de marca e mantém os preços baixos no centro das suas prioridades, garantindo a preferência dos consumidores, protegendo o crescimento das vendas e mitigando os potenciais efeitos de *trading-down*.

Para chegar ainda mais perto dos seus clientes e melhorar a sua experiência de compra, a Biedronka planeia adicionar, no ano, entre 130 e 150 localizações líquidas à sua rede e remodelar cerca de 350 lojas no ano, aproveitando as oportunidades existentes.

Em 2023, a **Hebe** está a centrar o seu esforço de crescimento no canal e-commerce, através do qual se espera que a atividade internacional (Chéquia e Eslováquia) ganhe progressivamente relevância. No âmbito da sua estratégia omnicanal, a insígnia prevê também manter o seu ritmo de aberturas de lojas (c.30 no ano).

Em **Portugal**, antecipa-se que os desafios colocados pela fragilidade do consumo interno e pela tendência instalada de *trading-down* permaneçam no segundo semestre de 2023. O turismo deverá manter-se como o principal motor de crescimento do sector HoReCa.

O **Pingo Doce**, paralelamente ao investimento na intensificação da dinâmica promocional e na política de preços baixos, está a acelerar o programa de remodelações com vista a implementar o seu conceito de loja alimentar para o futuro. Alavancando nas vantagens competitivas da insígnia, o modelo de nova loja deverá potenciar os fatores críticos de diferenciação do Pingo Doce: especialização em perecíveis, marca própria e *meal solutions*. A insígnia conta conseguir remodelar até 60 lojas no ano e inaugurar cerca de 10 novas localizações.

O **Recheio** vai continuar a investir no reforço do seu posicionamento competitivo no canal HoReCa e também no Retalho Tradicional, designadamente através da expansão da rede Amanhecer, que já integra mais de 500 parceiros.

Na **Colômbia**, estamos a assistir a uma crescente deterioração do consumo, com uma enorme pressão a recair sobre as famílias que já se encontravam fragilizadas pela grave crise pandémica e pelos dois anos subsequentes de elevadíssima inflação alimentar.

Neste enquadramento, a **Ara** manter-se-á firme no seu posicionamento de preços baixos, muito focada no reforço da sua presença no país e empenhada em ser, cada vez mais, a loja de bairro preferida das famílias colombianas.

A expansão da rede continuará a ser uma prioridade. No ano, a insígnia planeia abrir mais de 200 lojas, mantendo a sua visão de longo prazo no que respeita ao potencial de mercado e à adequação do seu modelo de negócio às oportunidades existentes.

Não obstante reconhecermos a exigência dos tempos que atravessamos, estamos confiantes na capacidade e motivação das nossas Companhias para continuarem a crescer em vendas e localizações, e a melhorar a eficiência para proteger a rentabilidade. O foco de todas as insígnias no crescimento de volumes como forma de impulsionar o valor do EBITDA num contexto de inflação nos custos, deverá, no entanto, continuar a pressionar a margem EBITDA em percentagem de vendas.

Comprometidos com os nossos objetivos de longo prazo, manteremos o **investimento** como prioridade, estimando que fique em linha com o concretizado em 2022 (cerca de mil milhões de euros), do qual c.45% na Polónia.

ANÁLISE DE
DESEMPENHO
POR INSÍGNIA

POLÓNIA

Na Polónia, a inflação alimentar cifrou-se em 20,8% no 1S 23 (22,9% no 1T e 18,8% no 2T). O ambiente de consumo tornou-se mais exigente a partir do final de 2022, com as famílias a revelarem uma sensibilidade acrescida ao preço.



A **Biedronka** continuou a reforçar a sua competitividade, ativando uma imparável dinâmica comercial. A principal insígnia do Grupo aumentou no 2T o diferencial da inflação no seu cabaz para a inflação alimentar no país.

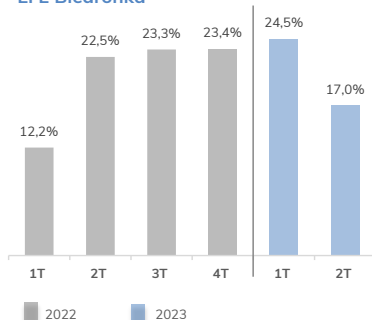
Este esforço continuou a ser reconhecido pelo consumidor polaco e a Biedronka adicionou dois mil milhões de euros às suas vendas, cresceu volumes e continuou a ganhar quota de mercado.

No 1S, as vendas em moeda local cresceram 24,0%, com um LFL de 20,5%. Em euros, as vendas atingiram 10,3 mil milhões, 24,5% acima do 1S 22. Considerando o 2T, as vendas em moeda local cresceram 20,4%, registando um LFL de 17,0%. Em euros, as vendas cifraram-se em 5,5 mil milhões, mais 23,1% do que no 2T 22.

O forte incremento de vendas esteve na base de um aumento de 21,0% do EBITDA (+20,5% em moeda local). O investimento em preço e a inflação registada nos custos, particularmente nos custos com pessoal, pressionaram a margem EBITDA, que reduziu 24p.b. para 8,5%.

A Biedronka abriu 50 lojas nos primeiros seis meses do ano (37 adições líquidas) e remodelou 164 localizações.

LFL Biedronka



A **Hebe** cresceu vendas, em moeda local, em 27,5%, com o LFL a fixar-se em 17,9%. Em euros, as vendas foram de 208 milhões, 27,9% acima do 1S 22.

No 2T, as vendas em moeda local cresceram 24,0%, com um LFL de 14,2%. Em euros, as vendas foram de 115 milhões, mais 26,7% do que no 2T 22.

O EBITDA aumentou 37,5% (+37,0% em moeda local), com a respetiva margem a atingir 6,8% (6,3% no 1S 22). A alavancagem operacional mitigou no EBITDA o impacto do investimento necessário para lançar a operação de e-commerce em novas geografias.

A Hebe abriu 12 lojas durante o período (oito adições líquidas) e encerrou o semestre com um total de 323 lojas.

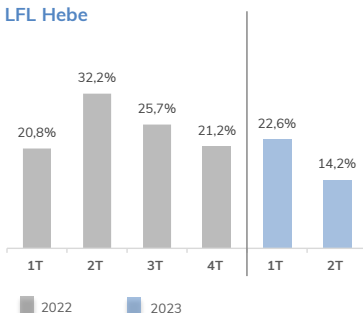
PORTUGAL

Em Portugal, no 1S, a inflação alimentar situou-se em média nos 15,6%, tendo desacelerado fortemente de 20,5% no 1T para 11,1% no 2T.

O consumo tem sido pressionado pelos efeitos do aumento generalizado dos preços e da subida das taxas de juro no rendimento disponível das famílias, com uma tendência crescente de trading-down no retalho alimentar.

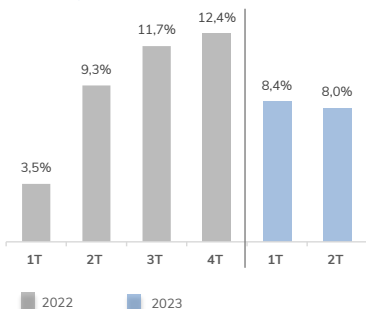
O crescimento do turismo permaneceu sólido ao longo do período, impulsionando o desempenho do canal HoReCa.

LFL Hebe





LFL Pingo Doce (excl. combustível)



O **Pingo Doce** manteve a sua forte estratégia promocional e registou um bom crescimento das vendas apesar do impacto significativo do *trading-down* no cabaz alimentar.

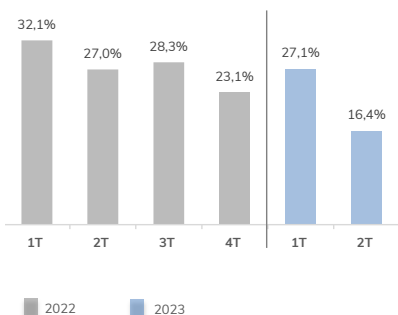
No 1S, as vendas cresceram 8,6%, com um LFL de 8,2% (excluindo combustível), atingindo os 2,3 mil milhões de euros. No 2T, o aumento das vendas foi de 7,8%, incluindo um LFL de 8,0% (sem considerar o combustível), totalizando 1,2 mil milhões de euros.

O EBITDA aumentou 7,6%, atingindo 129 milhões de euros, com a respetiva margem a fixar-se nos 5,7% (5,8% no 1S 22). O bom desempenho de vendas permitiu diluir o aumento dos custos.

Durante os seis meses, o Pingo Doce abriu seis novas lojas, encerrou uma e remodelou 20 localizações, sendo que seis lojas permaneciam fechadas no final do período, em processo de remodelação.



LFL Recheio



O **Recheio** continuou a reforçar as suas propostas de valor para os diferentes segmentos de clientes e a tirar partido do dinamismo no canal HoReCa.

As vendas atingiram 632 milhões de euros no 1S, um aumento de 23,2% face ao período homólogo, com um LFL de 21,2%.

No 2T, as vendas cresceram 18,3% para os 337 milhões de euros, contando com um LFL de 16,4%. A desaceleração do LFL refletiu a mais difícil base de comparação com o 2T 22, quando as restrições às viagens que impactavam o canal HoReCa, deixaram de existir.

O EBITDA foi de 32 milhões de euros, 35,4% acima do 1S 22, com a respetiva margem a recuperar para os níveis anteriores à pandemia, fixando-se nos 5,1%.

COLÔMBIA

Na Colômbia, a inflação alimentar foi de 19,9% no 1S (24,0% no 1T e 16,1% no 2T), situando-se pela primeira vez em 14 meses abaixo dos 20%.

No Retalho Alimentar, são evidentes a contração do consumo, com forte pressão sobre os volumes, e a crescente tendência de *trading-down*.



A **Ara** tem investido consistentemente no reforço da sua liderança de preço, conquistando o reconhecimento dos consumidores e aumentando a quota de mercado.

De forma a consolidar o seu posicionamento e a perceção de preço junto das famílias colombianas, a insígnia aproveitou as comemorações do seu 10.º aniversário para levar a cabo uma forte e ousada campanha promocional, com reduções significativas de preços.

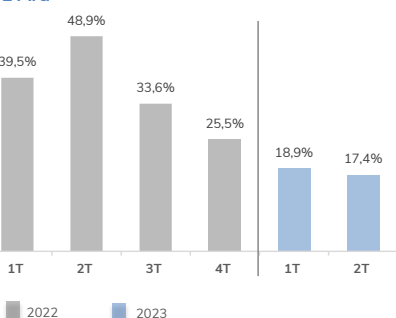
Sob o lema “Nada se compara com a Ara”, a campanha não passou despercebida e a pronta resposta dos consumidores levou a um crescimento significativo do número de clientes e dos volumes transacionados no 2T.

No 1S, as vendas atingiram 1,1 mil milhões de euros, 31,6% acima do 1S 22. Em moeda local, as vendas cresceram 52,4%, com um LFL de 18,1%. Considerando o 2T, as vendas corresponderam a 590 milhões de euros, 33,4% acima do 2T 22. Em moeda local, o aumento foi de 53,9%, com um LFL de 17,4%.

A margem EBITDA cifrou-se em 1,7% (3,1% no 1S 22), claramente afetada pela decisão de concentrar o esforço de investimento em preço numa campanha massiva e de grande impacto realizada no 2T, assim como pelo efeito do *trading-down* sobre o mix de margem e pela circunstância de mais de um quarto do parque de lojas ter menos de 12 meses. O EBITDA recuou de 26 milhões de euros no 1S 22 para 18 milhões de euros no 1S 23.

A insígnia mantém-se focada na execução do seu plano de expansão e, nos primeiros seis meses do ano, abriu 110 novas lojas e encerrou duas, terminando junho com 1.201 localizações.

LFL Ara



**RUBRICAS
FINANCEIRAS
CONSOLIDADAS**

Os **Custos Financeiros Líquidos** foram de -78 milhões de euros versus -85 milhões de euros no 1S 22. Estes custos incluem o reconhecimento de ganhos de conversão cambial relativos a responsabilidades com locações operacionais capitalizadas na Polónia e denominadas em euros.

As **Outras Perdas e Ganhos** foram de -18 milhões de euros, incluindo indemnizações, write-offs e reforço de provisões para contingências.

O **Programa de Investimento** executado nos primeiros seis meses corresponde a 459 milhões de euros, dos quais c.43% foram investidos na Biedronka.

O **Cash Flow** gerado no 1S foi negativo em 127 milhões de euros em resultado dos pagamentos de capex e de vários efeitos no capital circulante, incluindo a medida governamental de redução do IVA em Portugal que afetou o valor das contas correntes de fornecedores no final do período.

NÚMEROS CHAVE DO DESEMPENHO

RESULTADOS CONSOLIDADOS

(€ Milhões)	1S 23		1S 22		Δ	2T 23		2T 22		Δ
Vendas e Prestação de Serviços	14.513		11.883		22,1%	7.709		6.370		21,0%
Margem	2.970	20,5%	2.507	21,1%	18,5%	1.556	20,2%	1.323	20,8%	17,7%
Custos Operacionais	-1.965	-13,5%	-1.656	-13,9%	18,7%	-998	-12,9%	-843	-13,2%	18,3%
EBITDA	1.005	6,9%	851	7,2%	18,1%	559	7,2%	479	7,5%	16,5%
Depreciação	-429	-3,0%	-385	-3,2%	11,2%	-222	-2,9%	-195	-3,1%	13,5%
EBIT	576	4,0%	466	3,9%	23,7%	337	4,4%	284	4,5%	18,6%
Custos Financeiros Líquidos	-78	-0,5%	-85	-0,7%	-8,9%	-36	-0,5%	-40	-0,6%	-8,7%
Outras Perdas e Ganhos	-18	-0,1%	-25	-0,2%	n.a.	-12	-0,2%	-12	-0,2%	n.a.
EBT	480	3,3%	356	3,0%	35,1%	288	3,7%	232	3,6%	24,3%
Imposto sobre o Rendimento do exercício	-117	-0,8%	-85	-0,7%	37,1%	-67	-0,9%	-54	-0,8%	24,7%
Resultados Líquidos	363	2,5%	270	2,3%	34,5%	221	2,9%	178	2,8%	24,2%
Interesses que não Controlam	-7	0,0%	-9	-0,1%	-21,2%	-5	-0,1%	-5	-0,1%	0,8%
Resultados Líquidos atribuíveis a JM	356	2,5%	261	2,2%	36,3%	217	2,8%	173	2,7%	24,8%
Res. Líquida / ação (€)	0,57		0,42		36,3%	0,34		0,28		24,8%
Res. Líquida / ação sem Outras Perdas e Ganhos (€)	0,59		0,45		32,2%	0,36		0,29		24,6%

BALANÇO

(€ Milhões)	1S 23	2022	1S 22
Goodwill Líquido	628	613	612
Ativo Fixo Líquido	4.994	4.589	4.207
Direitos de Uso Líquido	2.868	2.420	2.280
Capital Circulante Total	-3.708	-3.837	-3.175
Outros	173	161	185
Capital Investido	4.955	3.946	4.109
Total de Empréstimos	612	470	470
Loações Financeiras	92	82	38
Loações Operacionais Capitalizadas	3.051	2.597	2.444
Acréscimos e Diferimentos de Juros	8	14	1
Caixa e Equivalentes de Caixa	-1.434	-1.802	-1.101
Dívida Líquida	2.330	1.360	1.851
Interesses que não Controlam	244	254	245
Capital Social	629	629	629
Reservas e Resultados Retidos	1.752	1.702	1.383
Fundos de Acionistas	2.625	2.585	2.258

CASH FLOW

(€ Milhões)	1S 23	1S 22
EBITDA	1.005	851
Pagamento de Loações Operacionais Capitalizadas	-165	-148
Pagamento de Juros	-87	-77
Outros Itens Financeiros	0	0
Imposto sobre o Resultado	-123	-106
Fundos Gerados pelas Operações	630	520
Pagamento de Capex	-495	-405
Variação de Capital Circulante	-243	5
Outros	-19	-24
Cash Flow	-127	97

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, que aumentaram em resultado da disrupção nas cadeias de abastecimento no seguimento da pandemia de Covid-19 e da guerra na Ucrânia, que originou uma crise energética e alimentar e uma persistente e elevada inflação, advêm de fatores para além do controlo e capacidade de previsão de Jerónimo Martins, tal como condições macroeconómicas, medidas tomadas pelo Governos na gestão destes efeitos e seus impactos económicos, concorrência, tendências da indústria, 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 atualizar informação contida neste comunicado ou de notificar um participante no evento de que qualquer assunto aqui afirmado mude ou se torne incorreto, exceto quando exigido por lei ou regulamento específico.

ANEXOS DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS POR FUNÇÕES

1.
Demonstrações
Financeiras

(€ Milhões)	IFRS16		Excl. IFRS16	
	1S 23	1S 22	1S 23	1S 22
Vendas e Prestação de Serviços	14.513	11.883	14.513	11.883
Custo das Vendas	-11.543	-9.377	-11.543	-9.377
Margem	2.970	2.507	2.970	2.507
Custos de Distribuição	-2.146	-1.843	-2.211	-1.894
Custos Administrativos	-248	-198	-249	-199
Outras Perdas e Ganhos Operacionais	-18	-25	-18	-25
Resultados Operacionais	558	441	492	389
Custos Financeiros Líquidos	-78	-85	-14	-12
Ganhos/Perdas em Outros Investimentos	0	0	0	0
Resultados Antes de Impostos	480	356	478	377
Imposto sobre o Rendimento do Exercício	-117	-85	-116	-89
Resultados Líquidos (antes de int. que não controlam)	363	270	362	288
Interesses que não Controlam	-7	-9	-8	-10
Resultados Líquidos Atribuíveis a JM	356	261	354	278

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS (Perspetiva da Gestão)

(€ Milhões)	(Excl. IFRS16)			(Excl. IFRS16)		
	1S 23	1S 22	Δ	2T 23	2T 22	Δ
Vendas e Prestação de Serviços	14.513	11.883	22,1%	7.709	6.370	21,0%
Margem	2.970 20,5%	2.507 21,1%	18,5%	1.556 20,2%	1.323 20,8%	17,7%
Custos Operacionais	-2.212 -15,2%	-1.871 -15,7%	18,2%	-1.126 -14,6%	-953 -15,0%	18,1%
EBITDA	758 5,2%	635 5,3%	19,3%	431 5,6%	370 5,8%	16,4%
Depreciação	-248 -1,7%	-222 -1,9%	11,9%	-128 -1,7%	-112 -1,8%	14,4%
EBIT	510 3,5%	414 3,5%	23,3%	303 3,9%	258 4,1%	17,2%
Custos Financeiros Líquidos	-14 -0,1%	-12 -0,1%	17,1%	-10 -0,1%	-3 0,0%	n.a.
Outras Perdas e Ganhos	-18 -0,1%	-25 -0,2%	n.a.	-12 -0,2%	-12 -0,2%	n.a.
EBT	478 3,3%	377 3,2%	26,8%	280 3,6%	243 3,8%	15,5%
Imposto sobre o Rendimento do exercício	-116 -0,8%	-89 -0,7%	31,3%	-66 -0,9%	-55 -0,9%	18,5%
Resultados Líquidos	362 2,5%	288 2,4%	25,4%	215 2,8%	188 2,9%	14,6%
Interesses que não Controlam	-8 -0,1%	-10 -0,1%	-18,5%	-5 -0,1%	-5 -0,1%	0,2%
Resultados Líquidos atribuíveis a JM	354 2,4%	278 2,3%	27,0%	209 2,7%	182 2,9%	15,0%
Res. Líquido / ação (€)	0,56	0,44	27,0%	0,33	0,29	15,0%
Res. Líquido / ação sem Outras Perdas e Ganhos (€)	0,59	0,47	23,6%	0,35	0,30	15,3%

BALANÇO CONSOLIDADO

(€ Milhões)	(Excl. IFRS16)		
	1S 23	2022	1S 22
Goodwill Líquido	628	613	612
Ativo Fixo Líquido	4.994	4.589	4.207
Capital Circulante Total	-3.703	-3.832	-3.170
Outros	144	132	158
Capital Investido	2.062	1.501	1.807
Total de Empréstimos	612	470	470
Loações Financeiras	92	82	38
Acréscimos e Diferimentos de Juros	8	14	1
Caixa e Equivalentes de Caixa	-1.434	-1.802	-1.101
Dívida Líquida	-721	-1.236	-593
Interesses que não Controlam	256	265	255
Capital Social	629	629	629
Reservas e Resultados Retidos	1.899	1.843	1.516
Fundos de Acionistas	2.784	2.737	2.400

CASH FLOW

(€ Milhões)	(Excl. IFRS16)	
	1S 23	1S 22
EBITDA	758	635
Pagamento de Juros	-5	-10
Outros Itens Financeiros	0	0
Imposto sobre o Resultado	-123	-106
Fundos Gerados pelas Operações	630	520
Pagamento de Capex	-495	-405
Variação de Capital Circulante	-244	5
Outros	-18	-23
Cash Flow	-127	97

DETALHE DE EBITDA

(€ Milhões)	IFRS16				Excl. IFRS16			
	1S 23	Mg	1S 22	Mg	1S 23	Mg	1S 22	Mg
Biedronka	872	8,5%	721	8,7%	703	6,8%	574	6,9%
Hebe	14	6,8%	10	6,3%	0	0,1%	-2	n.a.
Pingo Doce	129	5,7%	120	5,8%	95	4,2%	87	4,2%
Recheio	32	5,1%	24	4,6%	29	4,6%	21	4,1%
Ara	18	1,7%	26	3,1%	-7	n.a.	5	0,6%
Outros & Ajustes de Consolidação	-61	n.a.	-49	n.a.	-62	n.a.	-51	n.a.
JM Consolidado	1.005	6,9%	851	7,2%	758	5,2%	635	5,3%

CUSTOS FINANCEIROS LÍQUIDOS

(€ Milhões)	IFRS16		Excl. IFRS16	
	1S 23	1S 22	1S 23	1S 22
Juros Líquidos	-2	-7	-2	-7
Juros de Locações Operacionais Capitalizadas	-82	-67	-	-
Diferenças Cambiais	11	-7	-6	-1
Outros	-5	-3	-5	-3
Custos Financeiros Líquidos	-78	-85	-14	-12

DETALHE DE VENDAS

(€ Milhões)	1S 23		1S 22		Δ %		2T 23		2T 22		Δ %	
	% total	% total	% total	% total	excl. FX	Euro	% total	% total	% total	% total	excl. FX	Euro
Biedronka	10.316	71,1%	8.289	69,8%	24,0%	24,5%	5.475	71,0%	4.446	69,8%	20,4%	23,1%
Hebe	208	1,4%	163	1,4%	27,5%	27,9%	115	1,5%	91	1,4%	24,0%	26,7%
Pingo Doce	2.265	15,6%	2.086	17,6%		8,6%	1.188	15,4%	1.102	17,3%		7,8%
Recheio	632	4,4%	513	4,3%		23,2%	337	4,4%	285	4,5%		18,3%
Ara	1.084	7,5%	824	6,9%	52,4%	31,6%	590	7,7%	442	6,9%	53,9%	33,4%
Outros & Ajustes de Consolidação	8	0,1%	9	0,1%		n.a.	4	0,1%	5	0,1%		n.a.
Total JM	14.513	100%	11.883	100%	23,3%	22,1%	7.709	100%	6.370	100%	20,4%	21,0%

CRESCIMENTO DAS VENDAS

	Crescimento Total de Vendas			Crescimento LFL		
	1T 23	2T 23	1S 23	1T 23	2T 23	1S 23
Biedronka						
Euro	26,0%	23,1%	24,5%			
PLN	28,3%	20,4%	24,0%	24,5%	17,0%	20,5%
Hebe						
Euro	29,5%	26,7%	27,9%			
PLN	31,9%	24,0%	27,5%	22,6%	14,2%	17,9%
Pingo Doce	9,4%	7,8%	8,6%	8,0%	7,2%	7,6%
Excl. combustível	9,9%	8,6%	9,2%	8,4%	8,0%	8,2%
Recheio	29,2%	18,3%	23,2%	27,1%	16,4%	21,2%
Ara						
Euro	29,4%	33,4%	31,6%			
COP	50,8%	53,9%	52,4%	18,9%	17,4%	18,1%
Total JM						
Euro	23,4%	21,0%	22,1%			
Excl. FX	26,5%	20,4%	23,3%	21,2%	15,2%	18,0%

PARQUE DE LOJAS

Número de Lojas	2022	Aberturas		Encerramentos	1S 23	1S 22
		1T 23	2T 23	1S 23		
Biedronka *	3.395	17	33	13	3.432	3.283
Hebe	315	2	10	4	323	296
Pingo Doce	472	2	4	1	477	467
Recheio	43	0	0	0	43	42
Ara	1.093	64	46	2	1.201	875

Área de Venda (m ²)	2022	Aberturas		Encerramentos	1S 23	1S 22
		1T 23	2T 23	Remodelações		
Biedronka *	2.373.630	12.323	23.827	-6.404	2.416.183	2.274.914
Hebe	81.068	485	2.351	1.035	82.869	76.356
Pingo Doce	551.250	1.413	4.164	-2.233	559.060	540.400
Recheio	139.381	0	0	1.504	137.877	134.321
Ara	376.242	21.672	15.996	710	413.200	298.280

* Exclui as lojas e área de venda dos 14 Micro Fulfillment Centres (MFC) para abastecer a operação da Biek (entregas ultrarrápidas)

INVESTIMENTO

(€ Milhões)	1S 23		1S 22	
	Peso		Peso	
Biedronka	196	43%	161	51%
Distribuição Portugal	114	25%	95	30%
Ara	127	28%	34	11%
Outros	23	5%	28	9%
Investimento Total	459	100%	318	100%

CAPITAL CIRCULANTE

(€ Milhões)	IFRS16		Excl. IFRS16	
	1S 23	1S 22	1S 23	1S 22
Existências	1.676	1.295	1.676	1.295
em dias de vendas	21	20	21	20
Clientes	47	37	47	37
em dias de vendas	1	1	1	1
Fornecedores ¹	-4.212	-3.569	-4.212	-3.569
em dias de vendas ¹	-53	-54	-53	-54
Outros ¹	-1.220	-937	-1.215	-933
Capital Circulante Total	-3.708	-3.175	-3.703	-3.170
em dias de vendas	-46	-48	-46	-48

¹ Reclassificado

TOTAL DE EMPRÉSTIMOS E LOCAÇÕES FINANCEIRAS

(€ Milhões)	1S 23	1S 22
Empréstimos de Médio Longo Prazo / Locações financeiras	309	309
% do Total	43,9%	60,9%
Maturidade Média (anos)	3,5	3,7
Empréstimos de Curto Prazo / Locações financeiras	395	198
% do Total	56,1%	39,1%
Total de Empréstimos / Locações financeiras	705	507
Maturidade Média (anos)	1,7	2,4
% Total de Empréstimos / Locações financeiras em Euros	6,8%	0,8%
% Total de Empréstimos / Locações financeiras em Zlotys	27,0%	37,5%
% Total de Empréstimos / Locações financeiras em Pesos Colombianos	66,3%	61,7%

2. Notas

Vendas like-for-like (LFL): vendas das lojas e de plataformas de e-commerce 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).

3. DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS

Notas Reconciliatórias

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

Demonstração dos Resultados neste Comunicado (Perspetiva da Gestão)	Demonstração Consolidada dos Resultados por Funções (no Relatório e Contas Consolidado) Resultados do Primeiro Semestre de 2023
Vendas e Prestação de Serviços	Vendas e prestação de serviços
Margem	Margem
Custos Operacionais	Inclui as linhas de Custos de distribuição; e Custos administrativos, excluindo €-429 milhões relativo a Depreciações e amortizações (nota - Reporte por segmentos de atividade)
EBITDA	
Depreciação	Valor refletido na nota - Reporte por segmentos de atividade
EBIT	
Custos Financeiros Líquidos	Custos financeiros líquidos
Outras Perdas e Ganhos	Inclui linhas de Outras perdas e ganhos operacionais; Ganhos (perdas) na alienação de negócios (quando aplicável); e Ganhos (perdas) em outros investimentos (quando aplicável)
EBT	Resultados antes de impostos
Imposto sobre o Rendimento do Exercício	Imposto sobre o rendimento do exercício
Resultados Líquidos	Resultados líquidos (antes de interesses que não controlam)
Interesses que não Controlam	Interesses que não controlam
Resultados Líquidos atribuíveis a JM	Resultado líquido atribuível aos Acionistas de Jerónimo Martins

BALANÇO CONSOLIDADO

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

Balanço Consolidado neste Comunicado	Balanço Consolidado a 30 de junho de 2023 (no Relatório e Contas Consolidado)
Goodwill Líquido	Valor incluído na nota Ativos intangíveis
Ativo Fixo Líquido	Inclui as linhas de Ativos tangíveis e intangíveis (excluindo o Goodwill líquido de €628 milhões) e adicionando Locações financeiras (€115 milhões)
Direitos de Uso Líquido	Inclui a linha de Direitos de uso deduzido das Locações financeiras (€115 milhões)
Capital Circulante Total	Inclui as linhas de Devedores, acréscimos e diferimentos correntes; Existências; Ativos biológicos; Credores, acréscimos e diferimentos; Benefícios concedidos a empregados; assim como €-68 milhões relativo a Outros valores de natureza operacional. Exclui €77 milhões de Aplicações que não qualificam como equivalente de caixa (nota – Devedores, acréscimos e diferimentos); €-5 milhões de Acréscimos e diferimento de juros (nota - Dívida financeira líquida)
Outros	Inclui as linhas de Propriedades de investimento; Partes de capital em joint ventures e associadas; Outros investimentos financeiros; Devedores, acréscimos e diferimentos não correntes; Impostos diferidos ativos e passivos; Impostos sobre o rendimento a receber e a pagar; Provisões para riscos e encargos. Exclui €-68 milhões relativo a Outros valores de natureza operacional
Capital Investido	
Total de Empréstimos	Inclui as linhas de Empréstimos obtidos correntes e não correntes
Locações Financeiras	Responsabilidades com locações financeiras (2023: €92 milhões; 2022: €82 milhões) nos termos da norma IAS 17 que vigorava antes da adoção da IFRS16
Locações Operacionais Capitalizadas	Valor refletido nas linhas de Responsabilidades com locações correntes e não correntes excluindo as Responsabilidades com locações financeiras (linha acima)
Acréscimos e Diferimentos de Juros	Inclui as linhas de Instrumentos financeiros derivados; assim como €-5 milhões relativo a Acréscimos e diferimentos de juros (nota - Dívida financeira líquida)
Caixa e Equivalentes de Caixa	Inclui a linha de Caixa e equivalentes caixa e €77 milhões de Aplicações que não qualificam como equivalentes de caixa, ao abrigo das normas contabilísticas (IAS 7), (nota – Devedores, acréscimos e diferimentos)
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; Ações próprias; Outras reservas; e Resultados retidos
Fundos de Acionistas	

CASH FLOW

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

Cash Flow neste Comunicado	Demonstração Consolidada dos Fluxos de Caixa (no Relatório e Contas Consolidado) Primeiro Semestre de 2023
EBITDA	Corresponde à linha de Fluxos de caixa operacionais antes de variações de capital circulante, incluindo rubricas que não geraram fluxos de caixa, e excluindo custos e proveitos que não têm natureza operacional (€19 milhões)
Pagamento de Loções Operacionais Capitalizadas	Inclui a linha de Pagamento de loções, excluído de €5 milhões correspondente ao pagamento de loção financeira ao abrigo de anteriores normativos
Pagamento de Juros	Inclui a linha de Pagamento de juros de empréstimos; Pagamento de juros de loções; e Juros recebidos
Imposto sobre o Resultado	Imposto sobre o rendimento pago
Fundos gerados pelas Operações	
Pagamento de Capex	Inclui as linhas de Alienação de ativos fixos tangíveis e ativos intangíveis; Alienação de outros investimentos financeiros e propriedades de investimento; Aquisição de ativos fixos tangíveis e ativos intangíveis; Aquisição de outros investimentos financeiros e propriedades de investimento. Inclui ainda aquisições de ativos fixos tangíveis classificados como loção financeira ao abrigo de anteriores normativos (€-14 milhões)
Varição de Capital Circulante	Inclui as Variações de capital circulante, acrescidas de rubricas que não geraram fluxo de caixa
Outros	Inclui a linha Alienação de negócios (quando aplicável); e custos e proveitos que geraram fluxos de caixa, mas que não têm natureza operacional (€-19 milhões)
Cash Flow	Corresponde à Varição Líquida de caixa e equivalentes de caixa deduzida de Pagamentos e Recebimentos de dividendos; de Varição Líquida de empréstimos obtidos; e de Varição de Aplicações que não qualificam como equivalentes de caixa, assim como, acrescido das Aquisições de ativos fixos tangíveis classificados como loção financeira (€-14 milhões); e deduzido dos Pagamentos de loções financeiras (€5 milhões), ambos ao abrigo de anteriores normativos

Jerónimo Martins

Este comunicado inclui, no Anexo 1, para efeitos de comparação,
as Demonstrações Financeiras excluindo o efeito da IFRS16.

GABINETE DE RELAÇÕES COM INVESTIDORES

+351 21 752 61 05

investor.relations@jeronimo-martins.com

Cláudia Falcão: claudia.falcao@jeronimo-martins.com

Hugo Fernandes: hugo.fernandes@jeronimo-martins.com

GABINETE DE RELAÇÕES COM OS MEDIA

+351 21 752 61 80

comunicacao@jeronimo-martins.com

Rita Fragoso: rita.fragoso@jeronimo-martins.com

Nuno Abreu: nuno.abreu@jeronimo-martins.com