

COMUNICADO

2024

RESULTADOS

1.º 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: 30 de outubro
(após o encerramento do mercado)

> FACTSHEET

**Jerónimo
Martins**

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

PRIMEIRO SEMESTRE 2024 | NÚMEROS-CHAVE

FORTE DESEMPENHO DAS
VENDAS EM VOLUME E
REFORÇO DAS POSIÇÕES DE
MERCADO NUM CONTEXTO
EXTREMAMENTE DESAFIANTE

- **Vendas** crescem 12,3% para €16,3 MM (+5,5%, a taxas de câmbio constantes).
- **EBITDA** sobe 3,5% para €1 MM (-3% a taxas de câmbio constantes), com a respetiva margem a fixar-se nos 6,4% (6,9% no 1S 23).
- **Resultado Líquido** atinge os €253 M, incorporando dotação inicial de €40 M da recém-criada Fundação Jerónimo Martins.
- **Cash Flow** no 1S 24 é de €-383 M, impactado pelos efeitos da deflação no crescimento.
- **Dívida Líquida** situa-se nos €3,2 MM. Excluindo a IFRS16, o Grupo apresenta uma posição líquida de caixa que se cifra em €394 M no final de junho, já depois do pagamento de €411,6 M de dividendos.

VISÃO GERAL SOBRE O DESEMPENHO E SEUS PRINCIPAIS DRIVERS

Nestes primeiros seis meses do ano, a determinação e o foco das nossas insígnias em manterem a competitividade de preço permitiram-lhes reforçar as suas posições de mercado num contexto de intensificação do ambiente concorrencial. Apesar de impactado pela deflação do cabaz, a resiliência do desempenho LFL reflete os aumentos significativos dos volumes, sobretudo na Biedronka e no Pingo Doce.

No período, a margem EBITDA foi substancialmente pressionada pela combinação do desacelerar significativo da inflação alimentar, num movimento de correção dos aumentos extraordinários verificados nos anos anteriores, com uma elevada inflação ao nível dos custos, essencialmente motivada pela subida dos salários.

Em face de um mercado alimentar pouco reativo e de intensa concorrência, a **Biedronka** apostou na sua dinâmica comercial e aumentou o investimento em preço. O trabalho notável e a competência das equipas permitiram à insígnia reforçar a sua base de consumidores, crescer volumes ao longo de todo o período, e ganhar continuamente quota de mercado no semestre.

Também na Polónia, a **Hebe** registou um bom desempenho dos primeiros seis meses do ano, com a evolução das vendas e da rentabilidade a confirmar a eficácia da sua abordagem multicanal.

Em Portugal, o **Pingo Doce** e o **Recheio** registaram um sólido desempenho. A aposta no conceito “All About Food” permitiu ao Pingo Doce mitigar os efeitos da deflação no cabaz e impulsionar as vendas num mercado cada vez mais competitivo. Já o Recheio aumentou o número de clientes em todos os segmentos e prosseguiu a expansão da rede de lojas parceiras Amanhecer como forma de continuar a crescer vendas e a consolidar a sua liderança de mercado.

Na Colômbia, o contexto de consumo manteve-se fortemente pressionado pelos preços altos resultantes da elevada inflação alimentar dos últimos três anos: desde janeiro de 2021 os preços dos alimentos aumentaram 67%, fazendo cair dramaticamente o poder de compra dos colombianos cujos salários reais diminuíram cerca de 40%. Neste enquadramento, a **Ara** foi bem-sucedida nos seus esforços para conseguir, em linha com a nossa visão de longo prazo, ajudar as famílias, fortalecer a sua posição de mercado e melhorar a rentabilidade.

As **vendas do Grupo** cresceram 12,3% (+5,5% se excluído o efeito da valorização do zloty e do peso colombiano) apesar da forte deflação registada nos cabazes de quase todas as nossas insígnias ao longo do semestre.

O desempenho do segundo trimestre deste ano incorpora, para além da deflação, o efeito negativo de calendário, essencialmente devido à Páscoa que em 2023 ocorreu no segundo trimestre do ano.

O **EBITDA consolidado** subiu 3,5% (-3% a taxas de câmbio constantes), acusando a pressão do investimento em preço e da desalavancagem operacional. A respetiva margem reduziu-se em 54 p.b. face ao primeiro semestre do ano anterior.

No final de junho, o balanço do Grupo apresentava uma **posição líquida de caixa** (excluindo a IFRS16) de 394 milhões de euros, incorporando o pagamento, em maio, de 411,6 milhões de euros em dividendos, bem como o impacto, na geração de fundos, do abrandamento do crescimento das vendas.

Apesar dos desafios e do trabalho árduo em todas as frentes dos negócios, o Grupo continua a avançar na sua agenda de sustentabilidade e, já em 2024, foi o primeiro retalhista em Portugal, e um dos primeiros retalhistas alimentares a nível mundial, a ver reconhecidas e validadas pela Science Base Target Initiative as suas metas de curto e de longo prazos para atingir a neutralidade carbónica em 2050. Esta validação abrange as operações do Grupo e a cadeia de valor, incluindo as emissões provenientes de florestas, solos e agricultura associadas aos produtos que produz e comercializa.

No alinhamento entre finanças e sustentabilidade, o Grupo preparou ainda, e viu também validado já em 2024, o seu Sustainable Finance Framework, que facilitará a obtenção de financiamentos ou produtos financeiros ligados a metas de sustentabilidade, em todos os países onde opera.

MENSAGEM DO PRESIDENTE E ADMINISTRADOR-DELEGADO

PEDRO SOARES DOS SANTOS

“Tal como antecipámos, o ano de 2024 tem sido marcado, após um ciclo inflacionário, pelos duros efeitos da combinação de uma acentuada trajetória de correção dos preços alimentares com a subida significativa dos custos.

Sabíamos que, agravada pelo ambiente de consumo contido, a competição pelos volumes seria muito forte e mantivemos o foco estratégico na competitividade, investindo fortemente em preço sem descuidar a qualidade global das propostas de valor. A consistência deste foco permitiu, em circunstâncias particularmente difíceis, que todas as insígnias reforçassem as suas posições de mercado. Devo uma nota pública de especial reconhecimento às nossas equipas das várias Companhias, e em especial da Biedronka, pela combatividade, a disciplina e o trabalho incansável que, perante comparativos muito exigentes, permitiram entregar os aumentos de volumes por que lutamos.

Apesar da reduzida visibilidade sobre a evolução do comportamento dos consumidores nos países em que operamos, prevemos que o contexto de deflação alimentar e elevada inflação de custos se mantenha ao longo do segundo semestre. Neste contexto de incerteza e de múltiplos focos de pressão simultâneos, continuaremos a dar prioridade a fazer das nossas lojas a primeira escolha dos consumidores e a crescer vendas em volume como fatores críticos da preservação da nossa competitividade, do aumento das nossas bases de clientes e da expansão das quotas de mercado das nossas insígnias.”

PERSPETIVAS 2024

Como previsto, o ano de 2024 tem-se desenrolado, combinando, com uma intensidade nunca vista, uma rápida queda dos preços alimentares com um aumento expressivo dos custos, colocando forte pressão sobre as nossas margens.

Neste contexto muito exigente, mantemos o foco no desempenho de vendas, ao mesmo tempo que aprofundamos a disciplina de custos e os ganhos de eficiência operacional, para proteger a rentabilidade.

A qualidade das nossas propostas de valor, bem como o desempenho de vendas em volume registado nestes primeiros seis meses do ano reforçam a nossa confiança em cada um dos negócios.

Na **Polónia**, e apesar da substancial subida do salário mínimo no país, tem-se registado um desempenho negativo dos volumes no mercado de retalho alimentar.

Esta falta de dinâmica do consumo terá também contribuído para a intensificação notória da concorrência no mercado alimentar. A registar-se uma melhoria da procura até ao final do ano, a mesma impactará positivamente a evolução do mercado e o nosso desempenho.

No entanto, e perante um contexto concorrencial mais intenso que nunca e no qual o preço tem sido o fator decisivo de compra, a **Biedronka** manterá a liderança de preço, dando prioridade ao crescimento das vendas em volume. Assim, ao entrar num semestre em que enfrenta um comparativo mais exigente ao nível dos volumes, a Biedronka aumentará o nível de investimento em preço, reforçando a sua posição competitiva e continuando a gerar oportunidades de poupança e de valor para os consumidores polacos.

A execução desta estratégia, num período em que a Companhia antecipa continuar a operar com deflação, levará a uma pressão continuada sobre a margem EBITDA. No segundo semestre do ano, esta pressão poderá ser superior à pressão registada no primeiro semestre.

A nossa maior insígnia continuará a reforçar a sua presença no mercado, e, beneficiando de um significativo grau de flexibilidade para adaptar o seu formato às oportunidades de mercado, prevê adicionar entre 130 e 150 localizações líquidas à rede de lojas. O programa de remodelações abrangerá agora c.275 lojas.

A **Hebe** continuará a centrar a sua estratégia de crescimento no canal de e-commerce, que constitui também a base da sua internacionalização. Na Polónia, o reforço da rede de lojas prevê a abertura de c.30 novas localizações no ano.

Em **Portugal** persistem sinais de pressão sobre as famílias relacionados com taxas de juro e impostos elevados, esperando-se, por isso, que o consumo se mantenha pouco dinâmico ao longo do resto do ano.

O **Pingo Doce** prosseguirá com a sua forte e reconhecida dinâmica promocional e com a implementação do novo conceito de loja que evidencia a diferenciação da insígnia, a nível de meal solutions e perecíveis, e oferece inovadoras soluções de serviço valorizadas pelos clientes.

A Companhia prevê remodelar entre 60 e 80 lojas no ano e inaugurar c.10 novas localizações.

O **Recheio** manter-se-á focado em garantir que as propostas de valor desenhadas para cada um dos segmentos de clientes continuam a permitir ganhar quota de mercado. A progressiva remodelação de lojas potenciará a afirmação de uma renovada proposta de valor para o canal HoReCa, enquanto a rede de lojas Amanhecer seguirá a sua trajetória de crescimento.

Na **Colômbia**, o contexto de consumo deverá manter-se muito desafiante.

A **Ara** estará focada em proteger a liderança de preço e a preferência dos consumidores, e em executar o seu programa de expansão.

A eficiência das operações permanecerá no centro da agenda operacional, contribuindo para a melhoria de rentabilidade esperada para 2024 e traduzida no regresso do EBITDA (excluindo o impacto da IFRS16) a território positivo.

A insígnia espera abrir c.150 novas lojas, enquanto investe em nova capacidade logística para 2024 e 2025, sendo que um dos novos centros de distribuição já abriu no início deste ano.

A nossa visão de longo prazo mantém-se válida e reiteramos o compromisso com o nosso **programa de investimento**, que, em 2024, se espera venha a cifrar-se em c.1,2 mil milhões de euros, em linha com o realizado em 2023. Para além da expansão e remodelação das redes de lojas, o programa inclui o reforço da operação logística na Polónia, em Portugal e na Colômbia e considera também o investimento inicial para lançar a operação na Eslováquia.

Adicionalmente, prevemos ainda um maior investimento em capital circulante, num cenário de deflação ao qual se somam o abrandamento do crescimento, a manutenção de taxas de juro elevadas e os constrangimentos no acesso ao crédito. Tudo isto continuará a pressionar também os nossos parceiros comerciais locais de menor dimensão, principalmente nas categorias de marca própria e de perecíveis, o que poderá levar a reduções nos prazos de pagamento.

**ANÁLISE DE
DESEMPENHO
POR INSÍGNIA**

POLÓNIA

Na **Polónia**, a inflação alimentar caiu rapidamente até março, tendo aumentado ligeiramente em abril com a reintrodução do IVA nos produtos alimentares básicos, atingindo uma média de 2,3% no semestre (2% no 2T).

Perante um consumidor que permanece cauteloso e um mercado que teima em não crescer volumes, registou-se uma acentuada intensificação da dinâmica concorrencial.



A **Biedronka** manteve o foco absoluto em oferecer os melhores preços aos consumidores polacos. Num contexto marcadamente mais promocional, a nossa maior insígnia aprofundou a sua estratégia comercial e operou com elevada deflação no seu cabaz.

Conservando a preferência dos consumidores polacos, e mesmo perante o difícil comparativo face ao forte desempenho dos anos anteriores, a Biedronka registou um sólido aumento dos volumes em LFL, cresceu o número de visitas às suas lojas e ganhou quota de mercado.

As vendas, em moeda local, aumentaram 4,5%, com um LFL de -0,2%. Em euros, as vendas atingiram 11,5 mil milhões, mais 11,9% do que no 1S 23. No 2T, as vendas, em moeda local, cresceram 0,1%, registando um LFL de -4,6%. Em euros, as vendas cifraram-se em 5,8 mil milhões, mais 5,7% do que no 2T 23.

O LFL do 2T incorpora um maior nível de deflação do que o registado no 1T e o efeito negativo do calendário, essencialmente, relacionado com a antecipação da Páscoa, que este ano ocorreu no 1T e em 2023 no 2T. Mesmo com o impacto do efeito de calendário, o crescimento dos volumes no 2T foi positivo.

O EBITDA aumentou em 0,7% (-6% em moeda local). O impacto sobre o crescimento LFL da significativa deflação no cabaz, o forte investimento em preço e o aumento substancial registado ao nível dos custos com pessoal, pressionaram a margem EBITDA que foi de 7,6% (8,5% no 1S 23).

A Biedronka abriu 60 lojas no período (51 lojas líquidas) e realizou 104 remodelações.



A **Hebe** cresceu 22% as suas vendas (em moeda local), com o LFL a fixar-se em 12,4%. Em euros, as vendas atingiram 271 milhões, 30,6% acima do 1S 23. Considerando o 2T, as vendas, em moeda local, cresceram 16,8%, registando um LFL de 7,5%. Em euros, as vendas cifraram-se em 142 milhões, mais 23,5% do que no 2T 23.

O bom desempenho da insígnia registou-se tanto a nível das lojas como da operação de e-commerce, que continua a desenvolver-se significativamente, representando já c.19% das vendas e afirmando-se como um canal essencial para a estratégia de crescimento.

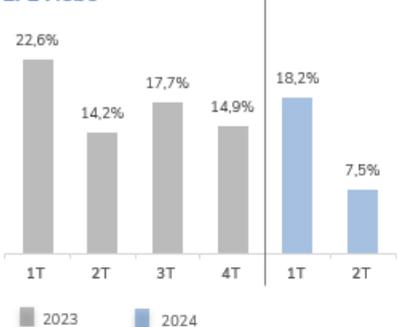
Seguindo o bom desempenho das vendas, o EBITDA aumentou 40,1% (+30,9% em moeda local), com a respetiva margem a subir para 7,3% (6,8% no 1S 23).

A Hebe abriu 17 lojas no mercado polaco, terminando o período com um total de 359 lojas na Polónia e duas na República Checa.

LFL Biedronka



LFL Hebe



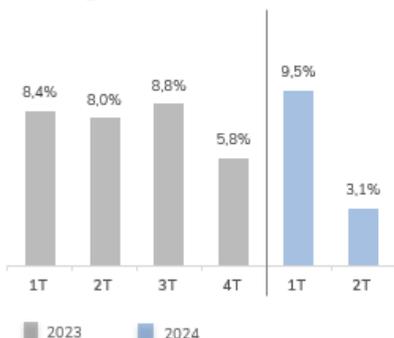
PORTUGAL

Em **Portugal**, a inflação alimentar foi de 1,7% no 1S e 2,2% no 2T.

Os consumidores mantiveram um comportamento conservador, valorizando as oportunidades promocionais.



LFL Pingo Doce (excl. combustível)



O **Pingo Doce**, que, desde o início do ano, vem reforçando a sua dinâmica comercial e conta com cada vez mais lojas remodeladas para o conceito “All About Food”, atingiu vendas de 2,4 mil milhões de euros, um crescimento de 5,9%, com um LFL de 6,1% (excluindo combustível) no 1S. Importa referir que a insígnia operou com deflação no cabaz, sendo notório o contributo do forte aumento de volumes registado nestes primeiros seis meses do ano.

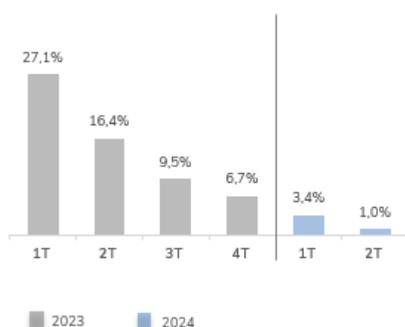
No 2T, incorporando um efeito negativo de calendário relativo à ausência de Páscoa no período, as vendas cresceram 3,7% com um LFL de 3,1% (excluindo combustível).

Neste período, o Pingo Doce inaugurou 4 lojas (3 adições líquidas). O programa de remodelações avançou, abrangendo 41 lojas no semestre.

O EBITDA do Pingo Doce cifrou-se em 132 milhões de euros, 2,4% acima do mesmo período do ano anterior, tendo a respetiva margem atingido 5,5% (5,7% no 1S 23). O investimento em preço e a inflação registada nos custos pressionaram a margem EBITDA no período.



LFL Recheio



O **Recheio** registou vendas de 645 milhões de euros, 2,1% acima do primeiro semestre do ano anterior, com um LFL de 2,1%. No 2T, as vendas foram de 342 milhões de euros, 1,6% acima do 2T 23 com um LFL de 1%.

O desempenho do canal HoReCa tem refletido o impacto negativo da fragilidade do consumo interno no out-of-home. Ainda assim, e apesar dos bons resultados registados nos anos anteriores, o Recheio, nos primeiros seis meses do ano, voltou a crescer o número de clientes em todos os segmentos da operação, tendo também aumentado as parcerias na rede de lojas Amanhecer, que, no final de junho, contava com 651 estabelecimentos.

O EBITDA da insígnia cifrou-se em 30 milhões de euros, 6,8% abaixo do mesmo período do ano anterior, tendo a respetiva margem atingido 4,6% (5,1% no 1S 23), pressionada pelo reforço da dinâmica comercial.

COLÔMBIA

Na **Colômbia**, a inflação alimentar cifrou-se em 3,2% no 1S e 4,2% no 2T. A pressão sobre as famílias foi uma constante ao longo de todo o período, já que, apesar da desaceleração da inflação, os preços se mantêm elevados, condicionando o crescimento em volumes e levando a trading down no mercado.



LFL Ara



Centrada em garantir a preferência dos consumidores num contexto muito exigente, a **Ara** manteve-se focada na execução da sua estratégia comercial que, de forma assertiva, continua a criar oportunidades de poupança relevante para as famílias colombianas, somando uma dinâmica promocional forte a uma política de preços consistentemente baixos.

Em moeda local, as vendas cresceram 13,3%, com um LFL de 0,7%. Em euros, as vendas atingiram 1,4 mil milhões no semestre, 32,1% acima do 1S 23.

No 2T, incorporando o efeito negativo do calendário e impactadas pelo comparativo de Q2 23 que beneficiou da campanha massiva que marcou as celebrações do 10.º aniversário da Ara, as vendas cresceram 22,2% para 721 milhões de euros, incluindo um LFL de -3,8%.

A insígnia inaugurou 59 novas lojas, fechando o semestre com um parque de 1.349 localizações.

O EBITDA foi de 40 milhões de euros, 116,6% acima do 1S 23 (+85,7% em moeda local), com a respetiva margem a situar-se nos 2,8% (1,7% no 1S 23). A melhoria da margem EBITDA, conseguida num difícil contexto operacional de investimento em preço e trading down, reflete a alteração da dinâmica comercial e o trabalho executado ao nível dos custos no final de 2023. Excluindo a IFRS16, o EBITDA da insígnia regressa, assim, a território positivo.

Os **Custos Financeiros Líquidos** foram de -130 milhões de euros. A subida do valor dos juros líquidos traduz o aumento da dívida líquida e o efeito do aumento do financiamento da Ara em pesos colombianos, com taxa de juro mais elevada.

As **Outras Perdas e Ganhos** foram de -62 milhões de euros, incluindo os 40 milhões de euros de dotação inicial da Fundação Jerónimo Martins, para além dos write offs decorrentes das remodelações e de custos de reestruturação.

O **Programa de Investimento** atingiu um valor de 396 milhões de euros.

O **Cash Flow** gerado no período foi negativo em 383 milhões de euros, após o pagamento dos dividendos e refletindo os diferentes efeitos do abrandamento do crescimento das vendas, em muito induzido pela passagem abrupta de níveis muito elevados de inflação para deflação.

RUBRICAS FINANCEIRAS CONSOLIDADAS

NÚMEROS
CHAVE DO
DESEMPENHO

RESULTADOS CONSOLIDADOS

(€ Milhões)	1S 24		1S 23		Δ	2T 24		2T 23		Δ
Vendas e Prestação de Serviços	16.298		14.513		12,3%	8.232		7.709		6,8%
Margem	3.318	20,4%	2.970	20,5%	11,7%	1.667	20,3%	1.556	20,2%	7,1%
Custos Operacionais	-2.277	-14,0%	-1.965	-13,5%	15,9%	-1.136	-13,8%	-998	-12,9%	13,8%
EBITDA	1.040	6,4%	1.005	6,9%	3,5%	532	6,5%	559	7,2%	-4,8%
Depreciação	-513	-3,2%	-429	-3,0%	19,8%	-263	-3,2%	-222	-2,9%	18,5%
EBIT	527	3,2%	576	4,0%	-8,6%	269	3,3%	337	4,4%	-20,2%
Custos Financeiros Líquidos	-130	-0,8%	-78	-0,5%	67,6%	-69	-0,8%	-36	-0,5%	90,7%
Ganhos/Perdas em Joint Ventures e Associadas	0	0,0%	0	0,0%	n.a.	0	0,0%	0	0,0%	n.a.
Outras Perdas e Ganhos	-62	-0,4%	-18	-0,1%	n.a.	-13	-0,2%	-12	-0,2%	n.a.
EBT	334	2,1%	480	3,3%	-30,4%	187	2,3%	288	3,7%	-35,3%
Imposto sobre o Rendimento do exercício	-82	-0,5%	-117	-0,8%	-29,5%	-32	-0,4%	-67	-0,9%	-51,6%
Resultados Líquidos	252	1,5%	363	2,5%	-30,7%	154	1,9%	221	2,9%	-30,4%
Interesses que não Controlam	1	0,0%	-7	0,0%	n.a.	2	0,0%	-5	-0,1%	n.a.
Resultados Líquidos atribuíveis a JM	253	1,6%	356	2,5%	-29,1%	156	1,9%	217	2,8%	-28,1%
Res. Líquido / ação (€)	0,40		0,57		-29,1%	0,25		0,34		-28,1%
Res. Líquido / ação sem Outras Perdas e Ganhos (€)	0,49		0,59		-17,6%	0,26		0,36		-28,3%

BALANÇO

(€ Milhões)	1S 24	2023	1S 23
Goodwill Líquido	637	635	628
Ativo Fixo Líquido	5.605	5.533	4.994
Direitos de Uso Líquido	3.365	3.074	2.868
Capital Circulante Total	-3.856	-4.314	-3.708
Outros	343	235	173
Capital Investido	6.095	5.163	4.955
Total de Empréstimos	799	765	612
Loações Financeiras	113	102	92
Loações Operacionais Capitalizadas	3.594	3.280	3.051
Acréscimos e Diferimentos de Juros	14	22	8
Caixa e Equivalentes de Caixa	-1.321	-2.074	-1.434
Dívida Líquida	3.200	2.097	2.330
Interesses que não Controlam	238	252	244
Capital Social	629	629	629
Reservas e Resultados Retidos	2.028	2.184	1.752
Fundos de Acionistas	2.895	3.066	2.625

CASH FLOW

(€ Milhões)	1S 24	1S 23
EBITDA	1.040	1.005
Pagamento de Loações Operacionais Capitalizadas	-189	-165
Pagamento de Juros	-136	-87
Outros Itens Financeiros	0	0
Imposto sobre o Resultado	-197	-123
Fundos Gerados pelas Operações	519	630
Pagamento de Capex	-527	-495
Variação de Capital Circulante	-322	-243
Outros	-52	-19
Cash Flow	-383	-127

AVISO LEGAL

Este comunicado inclui afirmações que se baseiam nas atuais estimativas de factos futuros. Envolvem, por isso, riscos e incertezas que podem levar a que os resultados reais sejam materialmente diferentes daqueles indicados ou implícitos nas afirmações sobre o futuro. Os riscos e incertezas, que aumentaram em resultado da guerra na Ucrânia e do conflito no Médio Oriente, advêm de fatores para além do controlo e capacidade de previsão de Jerónimo Martins, tal como condições macroeconómicas, medidas tomadas pelo Governos 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 os leitores do mesmo de que qualquer assunto aqui referido mude ou se torne incorreto, exceto quando exigido por lei ou regulamento específico.

ANEXO

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS POR FUNÇÕES

1.
Demonstrações
Financeiras

(€ Milhões)	IFRS16		Excl. IFRS16	
	1S 24	1S 23	1S 24	1S 23
Vendas e Prestação de Serviços	16.298	14.513	16.298	14.513
Custo das Vendas	-12.980	-11.543	-12.980	-11.543
Margem	3.318	2.970	3.318	2.970
Custos de Distribuição	-2.522	-2.146	-2.603	-2.211
Custos Administrativos	-269	-248	-270	-249
Outras Perdas e Ganhos Operacionais	-62	-18	-62	-18
Resultados Operacionais	465	558	383	492
Custos Financeiros Líquidos	-130	-78	-23	-14
Ganhos/Perdas em Outros Investimentos	0	0	0	0
Ganhos/Perdas em Joint Ventures e Associadas	0	0	0	0
Resultados Antes de Impostos	334	480	359	478
Imposto sobre o Rendimento do Exercício	-82	-117	-87	-116
Resultados Líquidos (antes de int. que não controlam)	252	363	272	362
Interesses que não Controlam	1	-7	-1	-8
Resultados Líquidos Atribuíveis a JM	253	356	272	354

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS (Perspetiva da Gestão)

(€ Milhões)	(Excl. IFRS16)			(Excl. IFRS16)		
	1S 24	1S 23	Δ	2T 24	2T 23	Δ
Vendas e Prestação de Serviços	16.298	14.513	12,3%	8.232	7.709	6,8%
Margem	3.318	2.970	11,7%	1.667	1.556	7,1%
Custos Operacionais	-2.576	-2.212	16,4%	-1.288	-1.126	14,4%
EBITDA	742	758	-2,1%	380	431	-11,9%
Depreciação	-298	-248	20,0%	-152	-128	18,3%
EBIT	444	510	-12,9%	228	303	-24,7%
Custos Financeiros Líquidos	-23	-14	71,2%	-14	-10	35,6%
Ganhos/Perdas em Joint Ventures e Associadas	0	0	n.a.	0	0	n.a.
Outras Perdas e Ganhos	-62	-18	n.a.	-13	-12	n.a.
EBT	359	478	-24,9%	201	280	-28,2%
Imposto sobre o Rendimento do exercício	-87	-116	-25,7%	-35	-66	-46,2%
Resultados Líquidos	272	362	-24,7%	166	215	-22,7%
Interesses que não Controlam	-1	-8	n.a.	1	-5	n.a.
Resultados Líquidos atribuíveis a JM	272	354	-23,1%	167	209	-20,3%
Res. Líquido / ação (€)	0,43	0,56	-23,1%	0,27	0,33	-20,3%
Res. Líquido / ação sem Outras Perdas e Ganhos (€)	0,52	0,59	-11,8%	0,28	0,35	-20,9%

BALANÇO CONSOLIDADO

(€ Milhões)	(Excl. IFRS16)		
	1S 24	2023	1S 23
Goodwill Líquido	637	635	628
Ativo Fixo Líquido	5.605	5.533	4.994
Capital Circulante Total	-3.850	-4.309	-3.703
Outros	307	203	144
Capital Investido	2.698	2.061	2.062
Total de Empréstimos	799	765	612
Loações Financeiras	113	102	92
Acréscimos e Diferimentos de Juros	14	22	8
Caixa e Equivalentes de Caixa	-1.321	-2.074	-1.434
Dívida Líquida	-394	-1.184	-721
Interesses que não Controlam	252	265	256
Capital Social	629	629	629
Reservas e Resultados Retidos	2.211	2.350	1.899
Fundos de Acionistas	3.092	3.245	2.784

CASH FLOW

(€ Milhões)	(Excl. IFRS16)	
	1S 24	1S 23
EBITDA	742	758
Pagamento de Juros	-27	-5
Outros Itens Financeiros	0	0
Imposto sobre o Resultado	-197	-123
Fundos Gerados pelas Operações	519	630
Pagamento de Capex	-527	-495
Variação de Capital Circulante	-323	-244
Outros	-52	-18
Cash Flow	-383	-127

DETALHE DE EBITDA

(€ Milhões)	IFRS16				Excl. IFRS16			
	1S 24	Mg	1S 23	Mg	1S 24	Mg	1S 23	Mg
Biedronka	878	7,6%	872	8,5%	675	5,8%	703	6,8%
Hebe	20	7,3%	14	6,8%	3	1,2%	0	0,1%
Pingo Doce	132	5,5%	129	5,7%	95	4,0%	95	4,2%
Recheio	30	4,6%	32	5,1%	27	4,2%	29	4,6%
Ara	40	2,8%	18	1,7%	3	0,2%	-7	n.a.
Outros & Ajustes de Consolidação	-59	n.a.	-61	n.a.	-61	n.a.	-62	n.a.
JM Consolidado	1.040	6,4%	1.005	6,9%	742	4,6%	758	5,2%

CUSTOS FINANCEIROS LÍQUIDOS

(€ Milhões)	IFRS16		Excl. IFRS16	
	1S 24	1S 23	1S 24	1S 23
Juros Líquidos	-19	-2	-19	-2
Juros de Locações Operacionais Capitalizadas	-109	-82	-	-
Diferenças Cambiais	4	11	2	-6
Outros	-6	-5	-6	-5
Custos Financeiros Líquidos	-130	-78	-23	-14

DETALHE DE VENDAS

(€ Milhões)	1S 24		1S 23		Δ %		2T 24		2T 23		Δ %	
	% total	% total	% total	% total	excl. FX	Euro	% total	% total	excl. FX	Euro	excl. FX	Euro
Biedronka	11.539	70,8%	10.316	71,1%	4,5%	11,9%	5.788	70,3%	5.475	71,0%	0,1%	5,7%
Hebe	271	1,7%	208	1,4%	22,0%	30,6%	142	1,7%	115	1,5%	16,8%	23,5%
Pingo Doce	2.398	14,7%	2.265	15,6%		5,9%	1.231	15,0%	1.188	15,4%		3,7%
Recheio	645	4,0%	632	4,4%		2,1%	342	4,2%	337	4,4%		1,6%
Ara	1.432	8,8%	1.084	7,5%	13,3%	32,1%	721	8,8%	590	7,7%	7,3%	22,2%
Outros & Ajustes de Consolidação	12	0,1%	8	0,1%		n.a.	7	0,1%	4	0,1%		n.a.
Total JM	16.298	100%	14.513	100%	5,5%	12,3%	8.232	100%	7.709	100%	1,7%	6,8%

CRESCIMENTO DAS VENDAS

	Crescimento Total de Vendas			Crescimento LFL		
	1T 24	2T 24	1S 24	1T 24	2T 24	1S 24
Biedronka						
Euro	18,8%	5,7%	11,9%			
PLN	9,3%	0,1%	4,5%	4,6%	-4,6%	-0,2%
Hebe						
Euro	39,2%	23,5%	30,6%			
PLN	28,0%	16,8%	22,0%	18,2%	7,5%	12,4%
Pingo Doce	8,3%	3,7%	5,9%	9,1%	3,0%	5,9%
Excl. combustível	8,7%	3,8%	6,2%	9,5%	3,1%	6,1%
Recheio	2,7%	1,6%	2,1%	3,4%	1,0%	2,1%
Ara						
Euro	43,9%	22,2%	32,1%			
COP	20,0%	7,3%	13,3%	5,8%	-3,8%	0,7%
Total JM						
Euro	18,6%	6,8%	12,3%			
Excl. FX	9,9%	1,7%	5,5%	5,5%	-2,9%	1,1%

PARQUE DE LOJAS

Número de Lojas	2023	Aberturas		Encerramentos		
		1T 24	2T 24	1S 24	1S 24	1S 23
Biedronka *	3.569	28	32	9	3.620	3.432
Hebe **	345	7	10	1	361	323
Pingo Doce	482	1	3	1	485	477
Recheio	43	0	0	0	43	43
Ara ***	1.290	27	32	0	1.349	1.201

Área de Venda (m ²)	2023	Aberturas		Encerramentos		
		1T 24	2T 24	Remodelações 1S 24	1S 24	1S 23
Biedronka *	2.525.397	18.522	22.223	-10.055	2.576.197	2.416.183
Hebe **	88.379	1.800	2.422	325	92.276	82.869
Pingo Doce	564.903	127	5.555	-1.329	571.914	559.060
Recheio	145.269	0	0	399	144.870	137.877
Ara ***	446.493	10.112	11.404	0	468.009	413.200

* Exclui as lojas e área de venda dos 19 Micro Fulfilment Centres (MFC) para abastecer a operação da Biek (entregas ultrarrápidas)

** Inclui 2 lojas fora da Polónia

*** Inclui 64 Bodegas del Canasto (B2B)

INVESTIMENTO

(€ Milhões)	1S 24	Peso	1S 23	Peso
Biedronka	121	31%	196	43%
Distribuição Portugal	162	41%	114	25%
Ara	68	17%	127	28%
Outros	45	11%	23	5%
Investimento Total	396	100%	459	100%

CAPITAL CIRCULANTE

(€ Milhões)	IFRS16		Excl. IFRS16	
	1S 24	1S 23	1S 24	1S 23
Existências	1.874	1.676	1.874	1.676
em dias de vendas	21	21	21	21
Clientes	68	47	68	47
em dias de vendas	1	1	1	1
Fornecedores	-4.479	-4.212	-4.479	-4.212
em dias de vendas	-50	-53	-50	-53
Outros	-1.318	-1.220	-1.313	-1.215
Capital Circulante Total	-3.856	-3.708	-3.850	-3.703
em dias de vendas	-43	-46	-43	-46

TOTAL DE EMPRÉSTIMOS E LOCAÇÕES FINANCEIRAS

(€ Milhões)	1S 24	1S 23
Empréstimos de Médio Longo Prazo / Locações financeiras	419	309
% do Total	45,9%	43,9%
Maturidade Média (anos)	3,2	3,5
Empréstimos de Curto Prazo / Locações financeiras	494	395
% do Total	54,1%	56,1%
Total de Empréstimos / Locações financeiras	913	705
Maturidade Média (anos)	1,7	1,7
% Total de Empréstimos / Locações financeiras em euros	15,3%	6,8%
% Total de Empréstimos / Locações financeiras em zlotys	17,7%	27,0%
% Total de Empréstimos / Locações financeiras em pesos colombianos	67,1%	66,3%

2. **Nota** 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.
Notas
Reconciliatórias

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS

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 2024
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 €-513 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
Ganhos / Perdas em Joint ventures e Associadas	Ganhos (perdas) em joint ventures e associadas
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 2024 (no Relatório e Contas Consolidado)
Goodwill Líquido	Valor incluído na linha de Ativos intangíveis
Ativo Fixo Líquido	Inclui as linhas de Ativos tangíveis e intangíveis (excluindo o Goodwill líquido de €637 milhões) e adicionando Locações financeiras (€131 milhões)
Direitos de Uso Líquido	Inclui a linha de Direitos de uso deduzido das Locações financeiras (€131 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 €-34 milhões relativo a Outros valores de natureza operacional. Exclui €-8 milhões de Acréscimos e diferimento de juros (nota - Dívida financeira líquida); e quando aplicável o valor de Aplicações que não qualificam como equivalente de caixa (nota - Devedores, acréscimos e diferimentos)
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 €-34 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 (2024: €113 milhões; 2023: €102 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 €-8 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 quando aplicável o valor de Aplicações que não qualificam como equivalentes de caixa (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 2024
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 (€53 milhões)
Pagamento de Locações Operacionais Capitalizadas	Inclui a linha de Pagamento de locações, excluído de €5 milhões correspondente ao pagamento de locação financeira ao abrigo de anteriores normativos
Pagamento de Juros	Inclui a linha de Pagamento de juros de empréstimos; Pagamento de juros de locações; 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; e Aquisição de negócios, líquido do caixa adquirido. Inclui ainda aquisições de ativos fixos tangíveis classificados como locação financeira ao abrigo de anteriores normativos (€-15 milhões)
Variação de Capital Circulante	Inclui as Variações de capital circulante
Outros	Inclui a linha Alienação de negócios (quando aplicável); e custos e proveitos que geraram fluxos de caixa, mas que não têm natureza operacional (€-53 milhões)
Cash Flow	Corresponde à Variação Líquida de caixa e equivalentes de caixa deduzida de Pagamentos de dividendos; Aquisição de partes de capital a interesses que não controlam; de Variação líquida de empréstimos obtidos; e de Variação de Aplicações que não qualificam como equivalentes de caixa, assim como, acrescido das Aquisições de ativos fixos tangíveis classificados como locação financeira (€-15 milhões); e deduzido dos Pagamentos de locações financeiras (€5 milhões), ambos ao abrigo de anteriores normativos

**Jerónimo
Martins**