

COMUNICADO

# 2024

**VENDAS**

**PRELIMINARES**

---

**GABINETE DE RELAÇÕES COM INVESTIDORES**

+351 21 752 61 05

[investor.relations@jeronimo-martins.com](mailto:investor.relations@jeronimo-martins.com)

**Cláudia Falcão:** [claudia.falcao@jeronimo-martins.com](mailto:claudia.falcao@jeronimo-martins.com)

**Hugo Fernandes:** [hugo.fernandes@jeronimo-martins.com](mailto:hugo.fernandes@jeronimo-martins.com)

**GABINETE DE RELAÇÕES COM OS MEDIA**

+351 21 752 61 80

[comunicacao@jeronimo-martins.com](mailto:comunicacao@jeronimo-martins.com)

**Rita Fragoso:** [rita.fragoso@jeronimo-martins.com](mailto:rita.fragoso@jeronimo-martins.com)

---

**CALENDÁRIO FINANCEIRO DE 2025**

Resultados do Ano 2024: 19 de março\*

Assembleia Geral de Acionistas: 24 de abril

Resultados do 1.º Trimestre: 7 de maio\*

Resultados do 1.º Semestre: 1 de agosto (antes da abertura do mercado)

Resultados dos Primeiros Nove Meses: 29 de outubro\*

(\* após encerramento do mercado)

**Jerónimo  
Martins**

Jerónimo Martins, SGPS, S.A.

Sede: Rua Actor António Silva, n. 97, 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](http://www.jeronimomartins.com)

Em contextos particularmente desafiantes, todas as insígnias do Grupo mantiveram o foco na liderança de preço, assegurando, uma vez mais, a preferência dos consumidores e fortalecendo as respetivas posições de mercado.

(€ Milhões)	2024	Δ% (Euros)	Δ% (s/ FX)	LFL	4T 24	Δ% (Euros)	Δ% (s/ FX)	LFL
<b>Vendas Líquidas</b>	<b>33.465</b>	<b>9,3%</b>	<b>4,9%</b>	<b>0,6%</b>	<b>8.700</b>	<b>6,7%</b>	<b>5,3%</b>	<b>1,5%</b>
Biedronka	23.570	9,6%	4,1%	-0,3%	6.110	7,4%	4,8%	1,1%
Hebe	583	24,3%	18,1%	8,5%	161	15,1%	11,8%	2,6%
Pingo Doce	5.073	4,5%	-	4,0%*	1.359	4,0%	-	2,9%*
Recheio	1.357	1,9%	-	2,1%	336	2,3%	-	2,5%
Ara	2.850	17,0%	11,1%	0,2%	724	5,6%	11,9%	2,6%
Outros	31	-	-	-	10	-	-	-

(\*excluindo combustível)

## MENSAGEM DO PRESIDENTE E ADMINISTRADOR-DELEGADO PEDRO SOARES DOS SANTOS

“Antecipámos um ano de 2024 difícil, conscientes que a queda da inflação alimentar, acompanhada por uma elevada inflação nos custos, levaria à intensificação da concorrência nos mercados em que operamos e a uma maior pressão sobre o negócio.

Num contexto em que o consumidor permaneceu cauteloso, todas as nossas insígnias investiram no reforço do seu posicionamento de preço, oferecendo as melhores oportunidades de poupança, e, em simultâneo, na melhoria do seu sortido, na experiência global de compra e na expansão da sua presença nos respetivos mercados (com um total de 386 aberturas e 366 remodelações no ano).

As nossas equipas, a quem agradeço publicamente, trabalharam com uma determinação extraordinária para proteger a base de clientes e crescer volumes, ultrapassando com êxito o enorme desafio de somar mais um ano de desempenho acima do dos respetivos mercados.

Neste arranque de 2025, face a um ambiente que permanecerá turbulento e incerto, pelo menos na primeira metade do ano, prevemos que o comportamento do consumidor continue a pautar-se por prudência e contenção, e que a dinâmica concorrencial dos mercados se mantenha sob elevada pressão. Estamos, por isso, preparados para prosseguir o nosso trabalho com disciplina e eficiência, no sentido de garantir a competitividade de preço que fortalece as nossas posições de mercado, e de nunca desapontar os clientes que escolhem as nossas lojas e confiam nas nossas propostas de valor.”

## DESEMPENHO DE VENDAS

Em resultado do contínuo investimento das nossas insígnias no reforço da competitividade dos preços e da atratividade das propostas de valor, as vendas do Grupo cresceram 9,3% (+4,9% a taxas de câmbio contantes), atingindo os 33,5 mil milhões de euros, com um LFL de 0,6%.

No 4T, as vendas aumentaram 6,7% (+5,3% a taxas de câmbio contantes) para 8,7 mil milhões de euros, tendo-se o LFL fixado nos 1,5%.

## POLÓNIA

Na **Polónia**, a inflação alimentar atingiu, no ano, uma média de 3,3% (4,8% no 4T), tendo caído até março, aumentado em abril com a reintrodução do IVA nos produtos alimentares básicos, e registado, desde então, uma trajetória de subida.

Em resultado de um comportamento cauteloso por parte dos consumidores, que, ao longo de todo o ano, se mantiveram fortemente orientados para preço e promoções, as vendas de retalho alimentar a preços constantes registaram uma evolução negativa.



A **Biedronka** trabalhou incansavelmente para oferecer às famílias polacas as melhores oportunidades de preço. Mantendo uma dinâmica comercial forte e garantindo a sua liderança de preço, a nossa maior insígnia mereceu, uma vez mais, a preferência dos consumidores.

No ano, as vendas em moeda local cresceram 4,1%, com um LFL de -0,3%. Em euros, as vendas atingiram os 23,6 mil milhões, mais 9,6% do que em 2023.

Ao longo dos doze meses do ano, a Biedronka operou com deflação no seu cabaz, tendo conseguido crescer volumes mesmo num contexto de contenção do mercado de retalho alimentar e face ao forte comparativo de 2023.

No 4T, as vendas em moeda local subiram 4,8%, com um LFL de 1,1%. Em euros, as vendas cifraram-se em 6,1 mil milhões, mais 7,4% do que no 4T 23. Neste último trimestre do ano, com a época de Natal e o difícil comparativo de 2023, a insígnia investiu fortemente na sua dinâmica promocional e conseguiu também entregar um sólido crescimento dos volumes.

A Biedronka executou o seu plano de expansão e abriu 187 novas lojas no ano (161 adições líquidas), tendo remodelado 280 localizações.

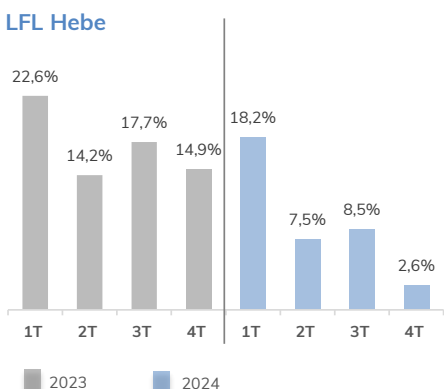
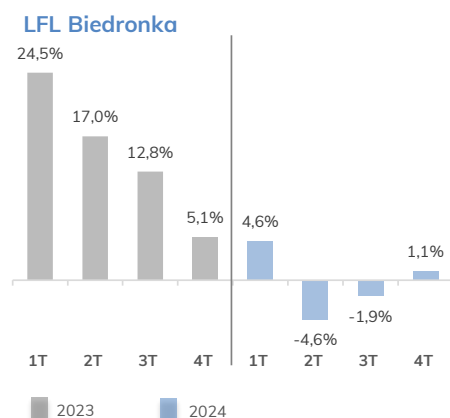
A operação e-commerce de entregas ultrarrápidas (Q-commerce), que opera sob a marca Biek, fechou o ano com 23 micro *fulfilment centres*, dos quais cinco abertos em 2024.



Alavancando numa estratégia comercial competitiva e num sortido de qualidade e com muitos exclusivos, a **Hebe** registou um bom desempenho em 2024. As vendas, em moeda local, cresceram 18,1%, incluindo um LFL de 8,5%, totalizando, em euros, 583 milhões, 24,3% acima de 2023.

No 4T, as vendas em moeda local cresceram 11,8%, com um LFL de 2,6%. Em euros, as vendas foram de 161 milhões, mais 15,1% do que no 4T 23.

As vendas online representaram perto de 20% das vendas totais do ano.



A Hebe registou 36 aberturas de lojas no mercado polaco (33 adições líquidas), a que acresceram, no final do ano, a abertura de duas lojas-bandeira na Eslováquia e uma outra na República Checa.

### PORTUGAL

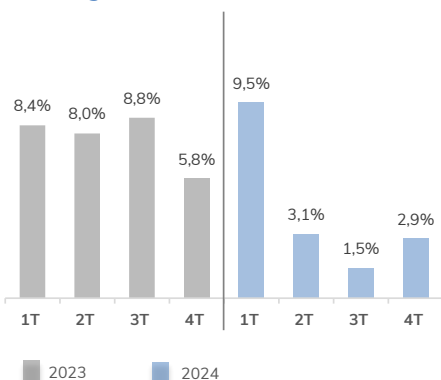
Em Portugal, a inflação alimentar foi de 2,4% em 2024, atingindo 3% no 4T.

Ao longo do ano, no mercado de retalho alimentar, os consumidores mantiveram-se muito focados em aproveitar oportunidades de preço e promoções.

O canal HoReCa revelou alguma estagnação face ao forte desempenho dos anos anteriores, impactado principalmente pela fragilidade do consumo interno no out-of-home.



LFL Pingo Doce (excl. combustível)



O Pingo Doce manteve uma forte intensidade comercial e implementou as suas campanhas promocionais de reconhecida popularidade. A insígnia continuou a expandir o seu novo conceito de loja, reforçando as ofertas únicas da marca em soluções de refeições prontas e produtos frescos, ao mesmo tempo que introduziu serviços inovadores.

Com uma proposta de valor reforçada, o Pingo Doce registou um bom desempenho, com as vendas a crescerem 4,5% para os 5,1 mil milhões de euros, e um LFL de 4% (excluindo combustível).

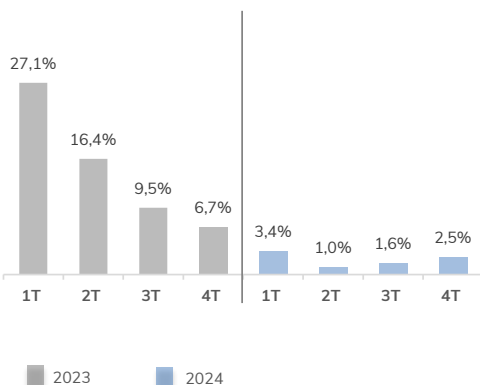
No 4T, as vendas subiram 4%, totalizando 1,4 mil milhões de euros e incluindo um LFL de 2,9% (excluindo combustível).

O sólido crescimento dos volumes registado ao longo do ano contribuiu, de forma relevante, para o desempenho global da insígnia, que operou com ligeira deflação no cabaz.

Em conjunto com a execução do plano de remodelações que abrangeu 64 lojas, o Pingo Doce abriu 10 novas localizações e encerrou três.



LFL Recheio



Como forma de capturar as oportunidades de crescimento, o Recheio reforçou as suas propostas de valor adaptadas a cada segmento de cliente: uma loja foi remodelada e as parcerias com lojas de retalho Amanhecer continuaram a expandir-se, ultrapassando, no ano, as 700 localizações.

Apesar do desempenho do canal HoReCa ter refletido alguma contração no consumo interno em out-of-home, o Recheio reforçou o investimento e protegeu sua posição no mercado.

As vendas cresceram 1,9% para 1,4 mil milhões de euros, com um LFL de 2,1%.

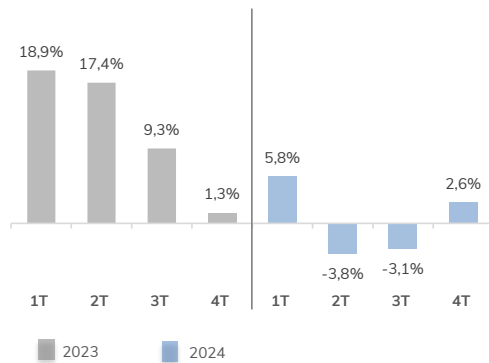
No 4T, as vendas aumentaram 2,3% para 336 milhões de euros, com o LFL a cifrar-se nos 2,5%.

## COLOMBIA

Na **Colômbia**, a inflação alimentar também caiu face aos anos anteriores e cifrou-se em 3,2% na média do ano e 2,5% no 4T. Apesar desta desaceleração, os preços alimentares permanecem elevados e continuam a pressionar as famílias, com o retalho alimentar a registar queda de volumes e *trading-down*.



### LFL Ara



A **Ara** executou a estratégia comercial definida, oferecendo boas oportunidades de poupança às famílias colombianas, e avançou na execução do seu programa de expansão, reforçando a presença no mercado com 150 novas lojas.

No ano, em moeda local, as vendas cresceram 11,1%, com um LFL de 0,2%. Em euros, as vendas atingiram 2,9 mil milhões, 17% acima de 2023.

No 4T, as vendas aumentaram 5,6% para 724 milhões de euros. Em moeda local, as vendas cresceram 11,9%, com um LFL de 2,6%.

A insígnia executou com sucesso o seu programa de expansão, fechando o ano com um parque de 1.438 localizações.

## AVISO LEGAL

Este comunicado inclui afirmações que se baseiam nas atuais estimativas de factos futuros. Envolve, 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 do atual contexto geopolítico, 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 DETALHE DE VENDAS

(€ Milhões)	2024		2023		Δ %		4T 24		4T 23		Δ %	
	% total		% total		excl. FX	Euro	% total		% total		excl. FX	Euro
Biedronka	23.570	70,4%	21.500	70,2%	4,1%	9,6%	6.110	70,2%	5.690	69,8%	4,8%	7,4%
Hebe	583	1,7%	469	1,5%	18,1%	24,3%	161	1,9%	140	1,7%	11,8%	15,1%
Pingo Doce	5.073	15,2%	4.853	15,9%		4,5%	1.359	15,6%	1.306	16,0%		4,0%
Recheio	1.357	4,1%	1.332	4,4%		1,9%	336	3,9%	329	4,0%		2,3%
Ara	2.850	8,5%	2.435	8,0%	11,1%	17,0%	724	8,3%	685	8,4%	11,9%	5,6%
Outros & Ajustes de Consolidação	31	0,1%	19	0,1%		n.a.	10	0,1%	7	0,1%		n.a.
<b>Total JM</b>	<b>33.465</b>	<b>100%</b>	<b>30.608</b>	<b>100%</b>	<b>4,9%</b>	<b>9,3%</b>	<b>8.700</b>	<b>100%</b>	<b>8.157</b>	<b>100%</b>	<b>5,3%</b>	<b>6,7%</b>

CRESCIMENTO DE VENDAS

	Crescimento Total de Vendas							Crescimento LFL						
	1T 24	2T 24	1S 24	3T 24	9M 24	4T 24	2024	1T 24	2T 24	1S 24	3T 24	9M 24	4T 24	2024
Biedronka														
Euro	18,8%	5,7%	11,9%	7,8%	10,4%	7,4%	9,6%							
PLN	9,3%	0,1%	4,5%	2,6%	3,9%	4,8%	4,1%	4,6%	-4,6%	-0,2%	-1,9%	-0,7%	1,1%	-0,3%
Hebe														
Euro	39,2%	23,5%	30,6%	24,4%	28,3%	15,1%	24,3%							
PLN	28,0%	16,8%	22,0%	18,3%	20,6%	11,8%	18,1%	18,2%	7,5%	12,4%	8,5%	11,0%	2,6%	8,5%
Pingo Doce	8,3%	3,7%	5,9%	2,7%	4,7%	4,0%	4,5%	9,1%	3,0%	5,9%	1,2%	4,2%	2,6%	3,7%
Excl. combustível	8,7%	3,8%	6,2%	3,0%	5,0%	4,3%	4,8%	9,5%	3,1%	6,1%	1,5%	4,4%	2,9%	4,0%
Recheio	2,7%	1,6%	2,1%	1,3%	1,8%	2,3%	1,9%	3,4%	1,0%	2,1%	1,6%	1,9%	2,5%	2,1%
Ara														
Euro	43,9%	22,2%	32,1%	4,3%	21,5%	5,6%	17,0%							
COP	20,0%	7,3%	13,3%	6,4%	10,9%	11,9%	11,1%	5,8%	-3,8%	0,7%	-3,1%	-0,6%	2,6%	0,2%
<b>Total JM</b>														
Euro	18,6%	6,8%	12,3%	6,7%	10,3%	6,7%	9,3%							
Excl. FX	9,9%	1,7%	5,5%	3,3%	4,7%	5,3%	4,9%	5,5%	-2,9%	1,1%	-1,1%	0,3%	1,5%	0,6%

PARQUE DE LOJAS

Número de Lojas	2023	Aberturas				Encerramentos		2024
		1T 24	2T 24	3T 24	4T 24	2024		
Biedronka *	3.569	28	32	44	83	26		3.730
Hebe **	345	7	10	10	12	3		381
Pingo Doce	482	1	3	2	4	3		489
Recheio	43	0	0	0	0	0		43
Ara ***	1.290	27	32	28	63	2		1.438

Área de Venda (m <sup>2</sup> )	2023	Aberturas				Encerramentos/ Remodelações		2024
		1T 24	2T 24	3T 24	4T 24	2024		
Biedronka *	2.525.397	18.522	22.223	31.826	61.233	-12.477		2.671.678
Hebe **	88.379	1.800	2.422	2.214	3.062	836		97.041
Pingo Doce	564.903	127	5.555	3.154	1.331	-3.685		578.755
Recheio	145.269	0	0	0	0	399		144.870
Ara ***	446.493	10.112	11.404	10.555	23.841	190		502.215

\* Exclui as lojas e área de venda dos 23 Micro Fulfillment Centres (MFC) para abastecer a operação da Biek (entregas ultrarrápidas)

\*\* Inclui 5 lojas fora da Polónia

\*\*\* Inclui 70 Bodegas del Canasto (B2B)

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).

# Jerónimo Martins

---

## GABINETE DE RELAÇÕES COM INVESTIDORES

+351 21 752 61 05

[investor.relations@jeronimo-martins.com](mailto:investor.relations@jeronimo-martins.com)

**Cláudia Falcão:** [claudia.falcao@jeronimo-martins.com](mailto:claudia.falcao@jeronimo-martins.com)

**Hugo Fernandes:** [hugo.fernandes@jeronimo-martins.com](mailto:hugo.fernandes@jeronimo-martins.com)

## GABINETE DE RELAÇÕES COM OS MEDIA

+351 21 752 61 80

[comunicacao@jeronimo-martins.com](mailto:comunicacao@jeronimo-martins.com)

**Rita Fragoso:** [rita.fragoso@jeronimo-martins.com](mailto:rita.fragoso@jeronimo-martins.com)

---

Jerónimo Martins, SGPS, S.A. | Sede: Rua Actor António Silva, n. º7, 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](http://www.jeronimomartins.com)

---