

2025

*Resultados
primeiro semestre*

> FACTSHEET

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

Pedro Rio: pedro.rio@jeronimo-martins.com

Jerónimo Martins, SGPS, S.A.

Sede: Rua Actor António Silva, n.º 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 2025 | NÚMEROS-CHAVE

FORTE DESEMPENHO DE VENDAS E EFICIÊNCIA OPERACIONAL MAIS DO QUE COMPENSAM PRESSÃO DA INFLAÇÃO DE CUSTOS SOBRE AS MARGENS

- **Vendas** crescem 6,7% para €17,4 MM (+6%, a taxas de câmbio constantes).
- **EBITDA** sobe 10,3% para €1,1 MM (+9% a taxas de câmbio constantes), com a respetiva margem a fixar-se nos 6,6% (6,4% no 1S 24).
- **Resultado Líquido** atinge os €269 M.
- Refletindo a normal sazonalidade do negócio e apesar do desembolso de mais de €550 M no programa de investimentos, o **Cash Flow** no 1S 25 cifra-se em €-157 M.
- **Dívida Líquida** situa-se nos €3,8 MM. Excluindo a IFRS16, o Grupo apresenta uma posição líquida de caixa de €213 M no final de junho, já depois do pagamento aos acionistas da sociedade de €371 M de dividendos.

VISÃO GERAL SOBRE O DESEMPENHO E SEUS PRINCIPAIS DRIVERS

Nesta primeira metade de 2025, perante um ambiente de consumo tímido, continuámos determinados a assegurar a competitividade de preço que, em conjunto com a qualidade das propostas de valor, nos tem garantido a preferência dos consumidores e o reforço das posições de mercado das nossas insígnias.

O bom desempenho das vendas e o reforço da disciplina operacional e das medidas de aumento da produtividade permitiram proteger a rentabilidade num semestre que se antecipava difícil, devido à combinação do baixo nível de inflação nos nossos cabazes com a subida dos salários e à estagnação do consumo alimentar.

As **vendas** cresceram 6,7% (+6% a taxas de câmbio constantes) e o **EBITDA** do Grupo aumentou 10,3% (+9% a taxas de câmbio constantes), com a respetiva margem a subir 0,2 p.p. para 6,6% (6,4% no 1S 24).

O **resultado líquido** foi de 269 milhões de euros, 6,6% acima do ano anterior.

Importa referir que a prioridade dada à execução do programa de investimento levou, no primeiro semestre do ano, à abertura de um total de 196 lojas entre as várias insígnias e à remodelação de 71 localizações.

No final de junho, o balanço do Grupo apresentava uma **posição líquida de caixa** (excluindo a IFRS16) de 213 milhões de euros, já depois do pagamento, em maio, de 371 milhões de euros relativos a dividendos.

MENSAGEM DO PRESIDENTE E ADMINISTRADOR-DELEGADO

PEDRO SOARES DOS SANTOS

“No primeiro semestre de 2025, num contexto de incerteza global persistente, mantivemo-nos fiéis às nossas prioridades estratégicas: garantir a competitividade de preços; compensar a pressão de operar com baixa inflação alimentar e aumento dos custos com pessoal; e executar os programas de investimento.

A solidez do desempenho nos primeiros seis meses reflete a assertividade do trabalho das nossas insígnias em todos as frentes. Em todos os países onde operamos, assegurámos ofertas de qualidade a preços competitivos para as famílias, priorizando a disciplina de custos e o reforço das medidas de produtividade como forma de mitigar a inevitável pressão sobre as margens e preservar a base de clientes.

A execução do plano de investimento avança sem hesitações. Aqui, gostaria de destacar o arranque da operação da Biedronka na Eslováquia, no primeiro trimestre, e a integração na nossa cadeia Ara, que ficou concluída no final de julho, de c.70 lojas anteriormente operadas pela Colsubsidio.

Vamos continuar a acompanhar atentamente o comportamento do consumidor e a manter-nos flexíveis e ágeis na resposta às necessidades das famílias.

Ao mesmo tempo que inovamos na oferta e trabalhamos na melhoria da experiência de compra e da eficiência das operações enquanto fatores críticos de sucesso no longo prazo, continuaremos a responder aos desafios ambientais e sociais que se colocam aos nossos negócios e a cumprir a nossa agenda de sustentabilidade.”

**PERSPETIVAS
2025**

Os primeiros seis meses de 2025 ficaram marcados por uma incerteza acentuada, impulsionada por turbulência na geopolítica global e instabilidade política nas principais economias europeias. Num ambiente que permanece volátil, prevemos que o comportamento do consumidor continue a pautar-se por prudência e contenção e que a dinâmica concorrencial dos mercados onde operamos se mantenha intensa. Ainda assim, as perspetivas para 2025 mantêm-se, no essencial, em linha com o apresentado a 19 de março.

As nossas insígnias continuarão a garantir a competitividade de preço necessária para sustentar a preferência dos que confiam nas nossas propostas de valor e escolhem as nossas lojas, e para fortalecer as respetivas posições de mercado.

Na **Polónia**, a atualização do salário mínimo em 9,2% contribui para o crescimento real do rendimento disponível das famílias. No entanto, o contexto concorrencial mantém-se intenso, num mercado de retalho alimentar que permanece relativamente contido.

A **Biedronka**, honrando o seu compromisso de 30 anos no mercado polaco com os preços baixos todos os dias, continuará a liderar a competitividade de preço e a desenhar as melhores oportunidades de poupança para as famílias polacas. A prioridade será o desempenho das vendas, o que, à luz dos crescimentos acima dos do mercado consistentemente entregues nos últimos anos, constitui um elevado desafio.

A Biedronka continuará também focada na eficiência de custos e na implementação de medidas adicionais de produtividade para proteger a rentabilidade e responder à pressão que resulta da combinação de baixa inflação no seu cabaz com subida dos custos com salários no contexto de baixo dinamismo do consumo alimentar que se tem vindo a observar.

Os bons resultados dos formatos de loja usados para a expansão estimulam a insígnia a prosseguir o reforço da proximidade da sua presença no mercado com 130 a 150 aberturas de loja previstas (líquidas) em 2025. Por seu lado, o programa de remodelações deverá agora abranger c.200 localizações no ano e a Companhia espera ainda inaugurar um novo centro de distribuição, que se vem juntar aos 17 já existentes.

O arranque da operação na **Eslováquia** ficou marcado pela abertura, neste primeiro semestre, de seis lojas Biedronka no país e a entrada em atividade do primeiro centro de distribuição. Até ao final de 2026 espera-se que a operação conte com pelo menos 50 lojas no país.

A **Hebe**, ao longo do primeiro semestre deste ano, respondeu com uma maior assertividade de preço à intensificação da concorrência no sector, enfrentando o desafio de operar com significativa deflação no seu cabaz. A insígnia está a trabalhar no reforço da disciplina de custos como forma de gerir a pressão resultante sobre a margem.

Avançando com o alargamento seletivo da sua rede de lojas na Polónia, a Hebe prevê abrir em 2025 c.30 novas localizações, mantendo o canal de e-commerce no centro da estratégia de crescimento e de internacionalização.

Em **Portugal**, apesar da subida de 6,1% do salário mínimo contribuir para o aumento do consumo, a orientação para as promoções continua a ser o comportamento dominante em matéria alimentar.

O **Pingo Doce**, que tem beneficiado do sucesso do conceito de loja All About Food, prosseguirá com o seu programa de remodelações, que deverá abranger c.50 lojas em 2025. A Companhia prevê ainda inaugurar no ano c.10 novas localizações.

O **Recheio** manter-se-á focado em ter as melhores ofertas para cada um dos seus segmentos de clientes, avançando no seu programa de remodelação de lojas, que continua a elevar a proposta de valor para o canal HoReCa, enquanto a rede de parcerias Amanhecer, que já conta com mais de 700 localizações, se continuará a expandir.

Na **Colômbia**, antecipa-se que o crescimento do consumo permaneça modesto em resultado da persistência do impacto negativo da inflação sobre o rendimento real das famílias.

A **Ara** prosseguirá o seu trabalho para manter a preferência dos consumidores, avançar com a execução do seu plano de expansão e melhorar a sua rentabilidade.

A insígnia espera abrir, no ano, mais de 150 novas lojas, às quais se juntam as c.70 lojas situadas em localizações de elevada qualidade, anteriormente operadas pelo Colsubsidio e cuja integração na rede da Ara se concluiu no final de julho.

Para apoiar a expansão da rede de lojas, o investimento em logística contempla a conclusão de um novo centro de distribuição que já se encontra em atividade, bem como a preparação de nova capacidade para os anos seguintes.

O **programa de investimento** mantém-se como primeira prioridade de alocação de capital, devendo, em 2025, ficar em linha com o valor dos últimos anos: ligeiramente acima de mil milhões de euros.

ANÁLISE DE DESEMPENHO POR INSÍGNIA

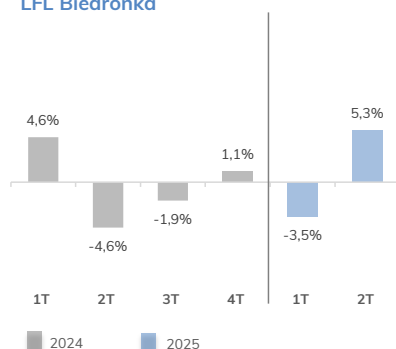
POLÓNIA

Na **Polónia**, a inflação alimentar foi de 5,7% nos primeiros seis meses do ano, com a média do 2T (5,2%) a situar-se ligeiramente abaixo da do 1T, influenciada pelo facto de os preços dos produtos alimentares básicos nos dois períodos homólogos (2T 25 e 2T 24) incluírem o valor do IVA reintroduzido em abril do ano passado.

Os consumidores mantiveram-se relativamente contidos ao longo do semestre e o ambiente competitivo permaneceu intenso e promocional.



LFL Biedronka



Perante o exigente desafio de superar o fortíssimo aumento dos volumes registado no 1S 24, e por forma a garantir a preferência das famílias polacas, a **Biedronka** focou-se em continuar a oferecer as melhores oportunidades de poupança do mercado, sem descurar a qualidade e a inovação do seu sortido, que, ao longo dos 30 anos, tem evoluído de forma contínua.

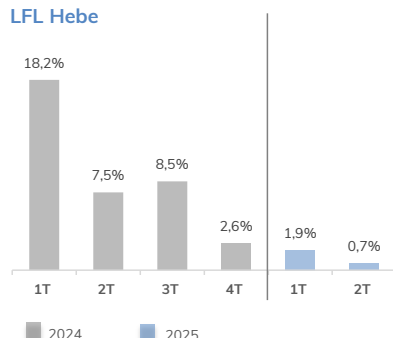
As vendas, em moeda local, aumentaram 5%, com um LFL de 0,9%, e a quota de mercado foi reforçada. Em euros, as vendas atingiram 12,4 mil milhões, mais 7,1% do que no 1S 24.

No 2T, com a contribuição positiva da Páscoa que, em 2024, ocorreu no 1T, as vendas, em moeda local, cresceram 9,7%, registando um LFL de 5,3%. Em euros, as vendas cifraram-se em 6,4 mil milhões, mais 10,7% do que no 2T 24.

O EBITDA aumentou 9% (+6,9% em moeda local) com a respetiva margem a atingir 7,7% (7,6% no 1S 24). Para este sólido desempenho contribuíram sinergicamente o crescimento das vendas, o reforço da disciplina de custos e o foco na produtividade.

Mantendo-se no centro da estratégia da Biedronka, os programas de expansão e de remodelação de lojas foram executados de acordo com o planeado, tendo-se inaugurado 81 lojas no período (72 adições líquidas) e remodelado 34 localizações.

LFL Hebe



A **Hebe** cresceu 7,3% as suas vendas (em moeda local), com o LFL a fixar-se em 1,3%. Em euros, as vendas atingiram 297 milhões, 9,4% acima do 1S 24.

No 2T, as vendas, em moeda local, subiram 6,2%, com um LFL de 0,7%, totalizando, em euros, 152 milhões, mais 7,2% do que no 2T 24.

O EBITDA decresceu 7% (-8,8% em moeda local), com a respetiva margem a cifrar-se em 6,2% (7,3% no 1S 24), pressionada pelo investimento em preço necessário para defender a relevância num mercado que se tornou substancialmente mais competitivo. No segundo trimestre, a insígnia ajustou a sua assertividade comercial e reforçou o seu programa de eficiência e contenção de custos, de modo a proteger as suas margens.

A Hebe abriu nove lojas no mercado polaco e uma na República Checa, terminando o período com um total de 382 lojas na Polónia, quatro na República Checa e duas na Eslováquia.

PORTUGAL

Em **Portugal**, a inflação alimentar foi de 2% no 1S e 2,4% no 2T, tendo o consumidor mantido inalterada a orientação para as oportunidades de preço e promoções.



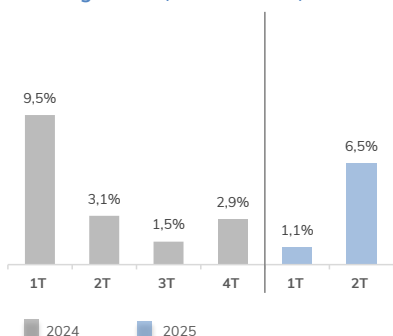
O **Pingo Doce** prosseguiu a sua dinâmica comercial, bem reconhecida pelos consumidores, e continuou a conversão de lojas para o conceito *All About Food*, levando as vendas a crescer 5,7% com um forte LFL de 3,9% (excluindo combustível).

No 2T, incorporando o efeito positivo de calendário relativo à Páscoa no período, as vendas aumentaram 8,3% com um LFL de 6,5% (excluindo combustível).

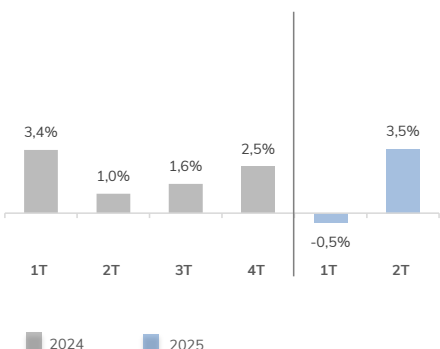
No 1S, o Pingo Doce inaugurou três lojas e concluiu 24 remodelações.

O EBITDA cifrou-se em 141 milhões de euros, 6,1% acima do mesmo período do ano anterior, tendo a respetiva margem, em linha com o ano anterior, atingido 5,5%, suportada pelo bom desempenho de vendas e pelas iniciativas para aumentar a produtividade que contrariaram a pressão dos custos.

LFL Pingo Doce (excl. combustível)



LFL Recheio



O **Recheio** registou vendas de 657 milhões de euros, 1,9% acima do primeiro semestre do ano anterior, com um LFL de 1,6%. No 2T, as vendas foram de 355 milhões de euros, 3,9% acima do 2T 24, com um LFL de 3,5%.

O EBITDA da insígnia foi de 32 milhões de euros, 8,6% acima do mesmo período do ano anterior, tendo a respetiva margem atingido 4,9% (4,6% no 1S 24), suportada pela dinâmica mais favorável de mix registada no 2T 25 em relação ao período homólogo.

COLÔMBIA

Na **Colômbia**, onde a inflação alimentar se fixou em 4,6% no 1S (4,5% no 2T), os consumidores mantiveram-se muito orientados para o fator preço.

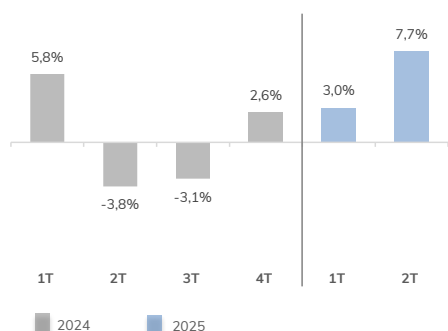


Focada em garantir e reforçar a preferência dos consumidores nos bairros onde se encontra, a **Ara** continuou a aprofundar a sua estratégia promocional, criando oportunidades de poupança relevantes para as famílias colombianas.

O resultado foi um desempenho notável, com as vendas a crescerem, em moeda local, 15,6%, incluindo um LFL de 5,3%. Em euros, as vendas atingiram 1,5 mil milhões no semestre, 7% acima do 1S 24.

No 2T, beneficiando da Páscoa no período, as vendas em moeda local subiram 18,1%, incluindo um LFL de 7,7%. Em euros as vendas aumentaram 5% para os 758 milhões.

LFL Ara



**RUBRICAS
FINANCEIRAS
CONSOLIDADAS**

A insígnia inaugurou 96 novas lojas (93 adições líquidas), 58 das quais resultantes da integração das lojas anteriormente operadas pela Colsubsidio, fechando o semestre com um parque de 1,531 localizações.

O EBITDA foi de 60 milhões de euros, 50,5% acima do 1S 24 (+62,5% em moeda local), com a respetiva margem a situar-se nos 3,9% (2,8% no 1S 24). Para além do bom desempenho das vendas, a melhoria da margem continuou a beneficiar também do trabalho executado em 2024 para proteger a margem bruta e controlar os custos.

Os **Custos Financeiros Líquidos** foram de -158 milhões de euros versus -130 milhões de euros no 1S 24, em grande parte refletindo a execução do programa de expansão e o consequente impacto nos juros de locações operacionais capitalizadas.

As **Outras Perdas e Ganhos** foram de -60 milhões de euros, incluindo, entre outros, abates, indemnizações e provisões, bem como a afetação de 40 milhões de euros dos resultados de 2024 à Fundação Jerónimo Martins.

O **Programa de Investimento** atingiu um valor de 546 milhões de euros.

O **Cash Flow** gerado no período, antes de pagamento de dividendos que ocorreu em maio, foi negativo em 157 milhões de euros.

**NÚMEROS
CHAVE DO
DESEMPENHO**

RESULTADOS CONSOLIDADOS

(€ Milhões)	1S 25			1S 24			Δ	2T 25			2T 24			Δ
Vendas e Prestação de Serviços	17.396			16.298			6,7%	9.020			8.232			9,6%
Margem	3.565	20,5%		3.318	20,4%		7,5%	1.825	20,2%		1.667	20,3%		9,4%
Custos Operacionais	-2.418	-13,9%		-2.277	-14,0%		6,2%	-1.205	-13,4%		-1.136	-13,8%		6,1%
EBITDA	1.148	6,6%		1.040	6,4%		10,3%	620	6,9%		532	6,5%		16,5%
Depreciação	-562	-3,2%		-513	-3,2%		9,4%	-282	-3,1%		-263	-3,2%		7,4%
EBIT	586	3,4%		527	3,2%		11,3%	338	3,7%		269	3,3%		25,5%
Custos Financeiros Líquidos	-158	-0,9%		-130	-0,8%		21,0%	-87	-1,0%		-69	-0,8%		24,7%
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	-60	-0,3%		-62	-0,4%		n.a.	-52	-0,6%		-13	-0,2%		n.a.
EBT	368	2,1%		334	2,1%		10,1%	199	2,2%		187	2,3%		6,7%
Imposto sobre o Rendimento do exercício	-99	-0,6%		-82	-0,5%		20,4%	-56	-0,6%		-32	-0,4%		72,1%
Resultados Líquidos	269	1,5%		252	1,5%		6,8%	143	1,6%		154	1,9%		-7,1%
Interesses que não Controlam	0	0,0%		1	0,0%		n.a.	-1	0,0%		2	0,0%		n.a.
Resultados Líquidos atribuíveis a JM	269	1,5%		253	1,6%		6,6%	142	1,6%		156	1,9%		-8,9%
Res. Líquido / ação (€)	0,43			0,40			6,6%	0,23			0,25			-8,9%
Res. Líquido / ação sem Outras Perdas e Ganhos (€)	0,52			0,49			6,6%	0,31			0,26			17,8%

BALANÇO

(€ Milhões)	1S 25	2024	1S 24
Goodwill Líquido	648	639	637
Ativo Fixo Líquido	6.046	5.891	5.605
Direitos de Uso Líquido	3.714	3.530	3.365
Capital Circulante Total	-3.838	-4.062	-3.856
Outros	354	318	343
Capital Investido	6.923	6.317	6.095
Total de Empréstimos	1.086	1.003	799
Locações Financeiras	146	128	113
Locações Operacionais Capitalizadas	4.003	3.790	3.594
Acréscimos e Diferimentos de Juros	9	25	14
Caixa e Equivalentes de Caixa	-1.453	-1.882	-1.321
Dívida Líquida	3.790	3.064	3.200
Interesses que não Controlam	229	247	238
Capital Social	629	629	629
Reservas e Resultados Retidos	2.275	2.377	2.028
Fundos de Acionistas	3.134	3.253	2.895

CASH FLOW

(€ Milhões)	1S 25	1S 24
EBITDA	1.148	1.040
Pagamento de Locações Operacionais Capitalizadas	-198	-189
Pagamento de Juros	-162	-136
Outros Itens Financeiros	1	0
Imposto sobre o Resultado	-105	-197
Fundos Gerados pelas Operações	683	519
Pagamento de Capex	-596	-527
Variação de Capital Circulante	-192	-322
Outros	-52	-52
Cash Flow	-157	-383

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, do conflito no Médio Oriente e de tensões comerciais, 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.

CALENDÁRIO FINANCEIRO

Resultados dos Primeiros Nove Meses 2025: 29 de outubro (após o encerramento do mercado)

ANEXO

1.

**Demonstrações
Financeiras**

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS POR FUNÇÕES

(€ Milhões)	IFRS16		Excl. IFRS16	
	1S 25	1S 24	1S 25	1S 24
Vendas e Prestação de Serviços	17.396	16.298	17.396	16.298
Custo das Vendas	-13.831	-12.980	-13.831	-12.980
Margem	3.565	3.318	3.565	3.318
Custos de Distribuição	-2.695	-2.522	-2.790	-2.603
Custos Administrativos	-284	-269	-285	-270
Outras Perdas e Ganhos Operacionais	-60	-62	-60	-62
Resultados Operacionais	526	465	430	383
Custos Financeiros Líquidos	-158	-130	-31	-23
Ganhos/Perdas em Outros Investimentos	0	0	0	0
Ganhos/Perdas em Joint Ventures e Associadas	0	0	0	0
Resultados Antes de Impostos	368	334	399	359
Imposto sobre o Rendimento do Exercício	-99	-82	-104	-87
Resultados Líquidos (antes de int. que não controlam)	269	252	295	272
Interesses que não Controlam	0	1	-1	-1
Resultados Líquidos Atribuíveis a JM	269	253	294	272

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS (Perspetiva da Gestão)

(€ Milhões)	(Excl. IFRS16)						(Excl. IFRS16)					
	1S 25		1S 24		Δ		2T 25		2T 24		Δ	
Vendas e Prestação de Serviços	17.396		16.298		6,7%		9.020		8.232		9,6%	
Margem	3.565	20,5%	3.318	20,4%	7,5%		1.825	20,2%	1.667	20,3%	9,4%	
Custos Operacionais	-2.747	-15,8%	-2.576	-15,8%	6,7%		-1.371	-15,2%	-1.288	-15,6%	6,4%	
EBITDA	818	4,7%	742	4,6%	10,3%		454	5,0%	380	4,6%	19,6%	
Depreciação	-329	-1,9%	-298	-1,8%	10,4%		-165	-1,8%	-152	-1,8%	8,9%	
EBIT	490	2,8%	444	2,7%	10,1%		289	3,2%	228	2,8%	26,8%	
Custos Financeiros Líquidos	-31	-0,2%	-23	-0,1%	30,9%		-16	-0,2%	-14	-0,2%	15,0%	
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	-60	-0,3%	-62	-0,4%	n.a.		-52	-0,6%	-13	-0,2%	n.a.	
EBT	399	2,3%	359	2,2%	11,0%		221	2,5%	201	2,4%	10,0%	
Imposto sobre o Rendimento do exercício	-104	-0,6%	-87	-0,5%	19,9%		-59	-0,7%	-35	-0,4%	68,2%	
Resultados Líquidos	295	1,7%	272	1,7%	8,2%		162	1,8%	166	2,0%	-2,4%	
Interesses que não Controlam	-1	0,0%	-1	0,0%	n.a.		-2	0,0%	1	0,0%	n.a.	
Resultados Líquidos atribuíveis a JM	294	1,7%	272	1,7%	8,0%		160	1,8%	167	2,0%	-4,3%	
Res. Líquido / ação (€)	0,47		0,43		8,0%		0,25		0,27		-4,3%	
Res. Líquido / ação sem Outras Perdas e Ganhos (€)	0,56		0,52		7,8%		0,33		0,28		20,5%	

BALANÇO CONSOLIDADO

(€ Milhões)	(Excl. IFRS16)		
	1S 25	2024	1S 24
Goodwill Líquido	647	639	637
Ativo Fixo Líquido	6.046	5.891	5.605
Capital Circulante Total	-3.834	-4.058	-3.850
Outros	308	277	307
Capital Investido	3.167	2.749	2.698
Total de Empréstimos	1.086	1.003	799
Locações Financeiras	146	128	113
Acréscimos e Diferimentos de Juros	9	25	14
Caixa e Equivalentes de Caixa	-1.453	-1.882	-1.321
Dívida Líquida	-213	-726	-394
Interesses que não Controlam	246	262	252
Capital Social	629	629	629
Reservas e Resultados Retidos	2.505	2.584	2.211
Fundos de Acionistas	3.381	3.475	3.092

CASH FLOW

(€ Milhões)	(Excl. IFRS16)	
	1S 25	1S 24
EBITDA	818	742
Pagamento de Juros	-32	-27
Outros Itens Financeiros	1	0
Imposto sobre o Resultado	-105	-197
Fundos Gerados pelas Operações	682	519
Pagamento de Capex	-596	-527
Variação de Capital Circulante	-192	-323
Outros	-51	-52
Cash Flow	-157	-383

DETALHE DE EBITDA

(€ Milhões)	IFRS16				Excl. IFRS16			
	1S 25	Mg	1S 24	Mg	1S 25	Mg	1S 24	Mg
Biedronka	956	7,7%	878	7,6%	732	5,9%	675	5,8%
Hebe	18	6,2%	20	7,3%	0	0,0%	3	1,2%
Pingo Doce	141	5,5%	132	5,5%	101	4,0%	95	4,0%
Recheio	32	4,9%	30	4,6%	29	4,5%	27	4,2%
Ara	60	3,9%	40	2,8%	20	1,3%	3	0,2%
Outros & Ajustes de Consolidação	-60	n.a.	-59	n.a.	-64	n.a.	-61	n.a.
JM Consolidado	1.148	6,6%	1.040	6,4%	818	4,7%	742	4,6%

CUSTOS FINANCEIROS LÍQUIDOS

(€ Milhões)	IFRS16		Excl. IFRS16	
	1S 25	1S 24	1S 25	1S 24
Juros Líquidos	-24	-19	-24	-19
Juros de Locações Operacionais Capitalizadas	-130	-109	-	-
Diferenças Cambiais	2	4	-1	2
Outros	-6	-6	-6	-6
Custos Financeiros Líquidos	-158	-130	-31	-23

DETALHE DE VENDAS

(€ Milhões)	1S 25		1S 24		Δ %		2T 25		2T 24		Δ %	
	% total		% total		excl. FX	Euro	% total		% total		excl. FX	Euro
Biedronka	12.356	71,0%	11.539	70,8%	5,0%	7,1%	6.409	71,1%	5.788	70,3%	9,7%	10,7%
Hebe	297	1,7%	271	1,7%	7,3%	9,4%	152	1,7%	142	1,7%	6,2%	7,2%
Pingo Doce	2.534	14,6%	2.398	14,7%		5,7%	1.334	14,8%	1.231	15,0%		8,3%
Recheio	657	3,8%	645	4,0%		1,9%	355	3,9%	342	4,2%		3,9%
Ara	1.533	8,8%	1.432	8,8%	15,6%	7,0%	758	8,4%	721	8,8%	18,1%	5,0%
Outros & Ajustes de Consolidação	20	0,1%	12	0,1%		60,1%	11	0,1%	7	0,1%		69,3%
Total JM	17.396	100%	16.298	100%	6,0%	6,7%	9.020	100%	8.232	100%	10,0%	9,6%

CRESCIMENTO DAS VENDAS

	Crescimento Total de Vendas			Crescimento LFL		
	1T 25	2T 25	1S 25	1T 25	2T 25	1S 25
Biedronka						
Euro	3,4%	10,7%	7,1%			
PLN	0,3%	9,7%	5,0%	-3,5%	5,3%	0,9%
Hebe						
Euro	11,9%	7,2%	9,4%			
PLN	8,5%	6,2%	7,3%	1,9%	0,7%	1,3%
Pingo Doce	2,8%	8,3%	5,7%	1,0%	6,1%	3,7%
Excl. combustível	2,9%	8,8%	5,9%	1,1%	6,5%	3,9%
Recheio	-0,4%	3,9%	1,9%	-0,5%	3,5%	1,6%
Ara						
Euro	9,1%	5,0%	7,0%			
COP	13,0%	18,1%	15,6%	3,0%	7,7%	5,3%
Total JM						
Euro	3,8%	9,6%	6,7%			
Excl. FX	1,9%	10,0%	6,0%	-2,2%	5,4%	1,6%

PARQUE DE LOJAS

Número de Lojas	2024	Aberturas		Encerramentos		1S 24
		1T 25	2T 25	1S 25	1S 25	
Biedronka **	3.730	56	25	9	3.802	3.620
Hebe ***	381	5	5	3	388	361
Pingo Doce	489	1	2	0	492	485
Recheio	43	0	0	0	43	43
Ara ****	1.438	9	87	3	1.531	1.349

Área de Venda (m²)	2024	Aberturas		Encerramentos Remodelações *		1S 24
		1T 25	2T 25	1S 25	1S 25	
Biedronka **	2.666.757	39.353	18.004	-1.078	2.725.191	2.576.197
Hebe ***	97.041	1.285	1.260	596	98.990	92.276
Pingo Doce	578.755	200	2.480	-1.730	583.165	571.914
Recheio	144.870	0	0	-1.307	146.177	144.870
Ara ****	502.215	3.251	45.075	916	549.625	468.009

* Inclui ajustes a áreas de vendas

** Exclui as lojas e área de venda dos 25 Micro Fulfilment Centres (MFC) para abastecer a operação da Biek (entregas ultrarrápidas)

*** Inclui 6 lojas fora da Polónia

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

INVESTIMENTO

(€ Milhões)	1S 25	Peso	1S 24	Peso
Biedronka	239	44%	121	31%
Pingo Doce	90	16%	155	39%
Recheio	9	2%	7	2%
Ara	114	21%	68	17%
Outros	94	17%	45	11%
Investimento Total	546	100%	396	100%

CAPITAL CIRCULANTE

(€ Milhões)	IFRS16		Excl. IFRS16	
	1S 25	1S 24	1S 25	1S 24
Existências	2.028	1.874	2.028	1.874
em dias de vendas	21	21	21	21
Clientes	56	68	56	68
em dias de vendas	1	1	1	1
Fornecedores	-4.609	-4.479	-4.609	-4.479
em dias de vendas	-48	-50	-48	-50
Outros	-1.312	-1.318	-1.308	-1.313
Capital Circulante Total	-3.838	-3.856	-3.834	-3.850
em dias de vendas	-40	-43	-40	-43

TOTAL DE EMPRÉSTIMOS E LOCAÇÕES FINANCEIRAS

(€ Milhões)	1S 25	1S 24
Empréstimos de Médio Longo Prazo / Locações financeiras	586	419
% do Total	47,6%	45,9%
Maturidade Média (anos)	4,2	3,2
Empréstimos de Curto Prazo / Locações financeiras	645	494
% do Total	52,4%	54,1%
Total de Empréstimos / Locações financeiras	1.231	913
Maturidade Média (anos)	2,1	1,7
% Total de Empréstimos / Locações financeiras em euros	22,7%	15,3%
% Total de Empréstimos / Locações financeiras em złoty	22,9%	17,7%
% Total de Empréstimos / Locações financeiras em pesos colombianos	54,4%	67,1%

2. 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 2025
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 €-562 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 as 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 2025 (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 €648 milhões) e adicionando Locações financeiras (€160 milhões)
Direitos de Uso Líquido	Inclui a linha de Direitos de uso deduzido das Locações financeiras (€160 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 €-6 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 (2025: €146 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 €-6 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 Aplicações que não qualificam como equivalentes de caixa, quando aplicável (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 2025
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 (€52 milhões)
Pagamento de Locações Operacionais Capitalizadas	Inclui a linha de Pagamento de locações, excluído de €6 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. Inclui ainda aquisições de ativos fixos tangíveis classificados como locação financeira ao abrigo de anteriores normativos (€-23 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 (€-52 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. Inclui ainda as Aquisições de ativos fixos tangíveis classificados como locação financeira (€-23 milhões); e deduzido dos Pagamentos de locações financeiras (€6 milhões), ambos ao abrigo de anteriores normativos

Jerónimo Martins

Jerónimo Martins, SGPS, S.A.

Sede: Rua Actor António Silva, n.º 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

**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

Pedro Rio: pedro.rio@jeronimo-martins.com