

# O GRUPO JERÓNIMO MARTINS

I



## O Grupo Jerónimo Martins

---

1. Perfil e Estrutura	9
2. Posicionamento Estratégico	16
3. Prémios e Reconhecimentos	18

O presente Relatório Anual do Grupo Jerónimo Martins abrange o período de 1 de Janeiro a 31 de Dezembro de 2017 e inclui as áreas de Distribuição e Agro-Alimentar em Portugal e a área de Distribuição na Polónia e na Colômbia, referindo os resultados das entidades detidas directamente pelo Grupo.

## 1. Perfil e Estrutura

### 1.1. Identidade e Competências

#### Carteira de Activos

Jerónimo Martins é um Grupo que detém activos na área Alimentar, maioritariamente na Distribuição, com posições de liderança de mercado na Polónia e em Portugal. Alcançou, em 2017, vendas de 16,3 mil milhões de euros (68% na Polónia) e um EBITDA de 922 milhões de euros (87% na Polónia). O Grupo emprega um total de 104.203 colaboradores e terminou o ano com 10,2 mil milhões de euros de capitalização bolsista na Euronext Lisboa.



Na Polónia, a **Biedronka**, cadeia de lojas alimentares com um posicionamento que alia qualidade de sortido, ambiente de loja e localizações de proximidade com os preços mais competitivos do mercado, é líder de vendas no Retalho Alimentar, operando 2.823 lojas dispersas por todo o país. No final de 2017, a Companhia atingiu 11,1 mil milhões de euros de vendas, com cerca de 1,4 mil milhões de actos de compra registados.



Ainda na Polónia, e desde Maio de 2011, o Grupo detém, sob a insígnia **Hebe**, uma cadeia no sector das drugstores, que conta com 182 lojas. Na base deste conceito de negócio está a oferta de um sortido de Saúde e Beleza, com aconselhamento de qualidade, a preços muito competitivos.



Na Colômbia, a **Ara** opera actualmente em três regiões do país: Eixo Cafeeiro, Costa do Caribe e Bogotá. Trata-se de uma cadeia de lojas alimentares de proximidade, com forte implantação nos bairros residenciais, e um posicionamento de qualidade ao melhor preço, conjugando competitividade com oportunidades promocionais em categorias-chave para o consumidor colombiano. No final do ano, a Ara operava em 389 localizações.



Em Portugal, o Grupo Jerónimo Martins ocupa uma posição de liderança na Distribuição Alimentar, tendo, em 2017, atingido uma facturação agregada de 4,6 mil milhões de euros. Opera com as insígnias **Pingo Doce** (422 supermercados, incluindo quatro Pingo Doce & Go) e **Recheio** (39 Cash & Carry e quatro plataformas, das quais três dedicadas ao Food Service), que lideram os segmentos de Supermercados e Cash & Carry, respectivamente.



Ainda em Portugal, Jerónimo Martins tem investido, através do Pingo Doce, no desenvolvimento de projectos complementares ao negócio de Retalho Alimentar, nomeadamente nas áreas de Restauração **Refeições no Sítio do Costume**, Lojas **Bem-Estar**, Postos de Abastecimento de Combustível e também Vestuário (para adulto e criança) e Sapatos e Acessórios, através, respectivamente, das insígnias **New Code** e **Spot**. Estas duas últimas desenvolvem-se no âmbito de parcerias com operadores especializados.

#### Jerónimo Martins Agro-Alimentar

A **Jerónimo Martins Agro-Alimentar (JMA)** tem como principal objectivo salvaguardar a capacidade das Companhias do Grupo se abastecerem de alguns produtos estratégicos. Actualmente opera nas áreas de Lacticínios, Pecuária (carne de bovino da raça Angus) e Aquacultura (robalo e dourada).



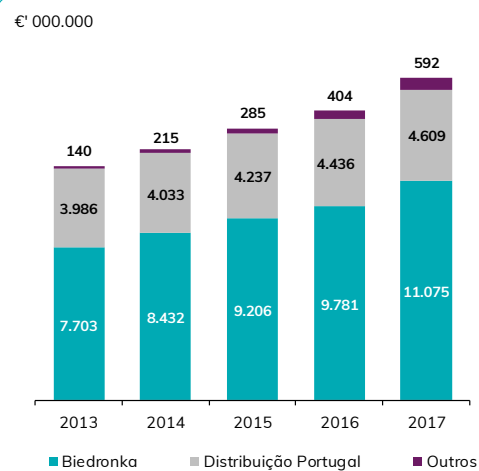
**Jerónimo Martins Restauração e Serviços**, que se dedica ao desenvolvimento de projectos no sector da Restauração e que, no final de 2017, operava a cadeia de quiosques e cafetarias Jeronymo, com 21 pontos de venda.



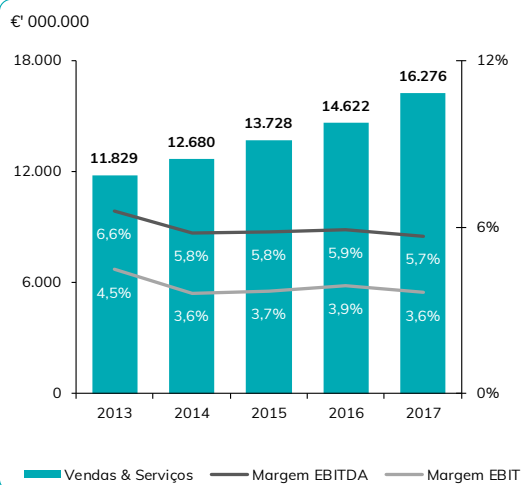
**HusseL**, cadeia de Retalho Especializado para comercialização de chocolates e confeitaria, contava com 24 lojas no final de 2017.

## 1.2. Indicadores Financeiros e Operacionais

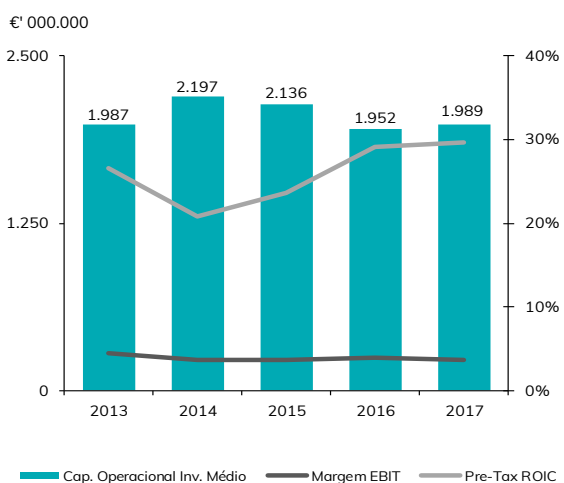
### Vendas & Serviços



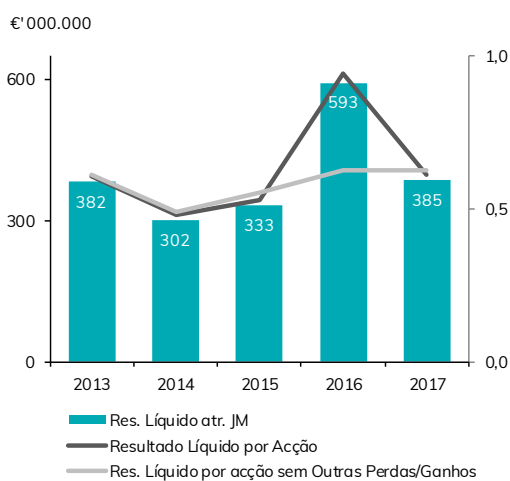
### Vendas, Margem EBITDA e Margem EBIT



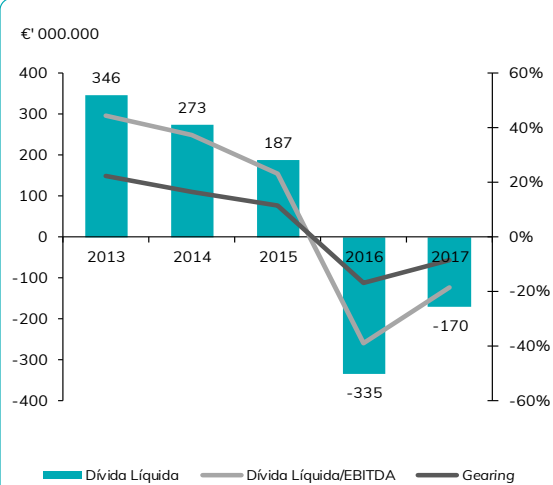
### Pre-Tax ROIC



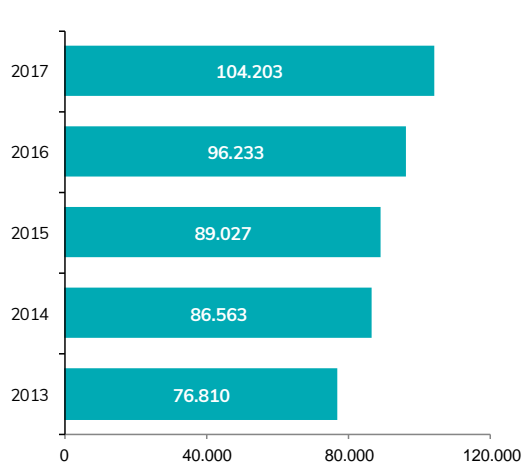
### Resultado Líquido e Resultado Líquido por Acção



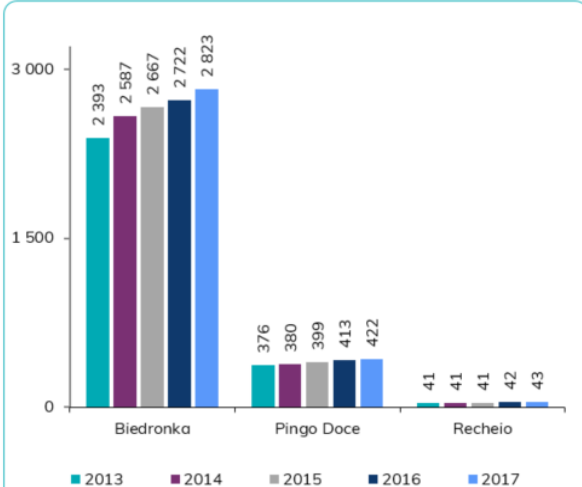
### Dívida Líquida



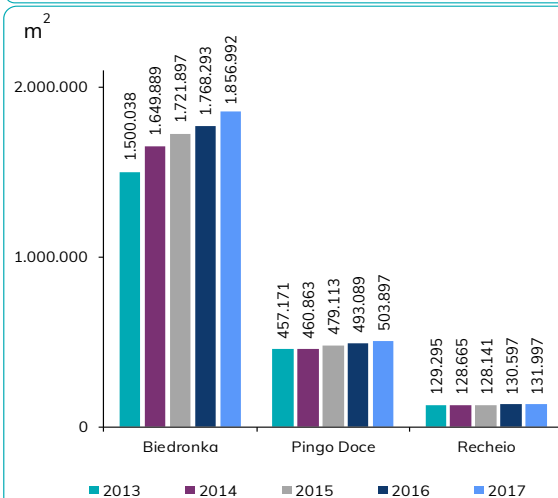
### Colaboradores



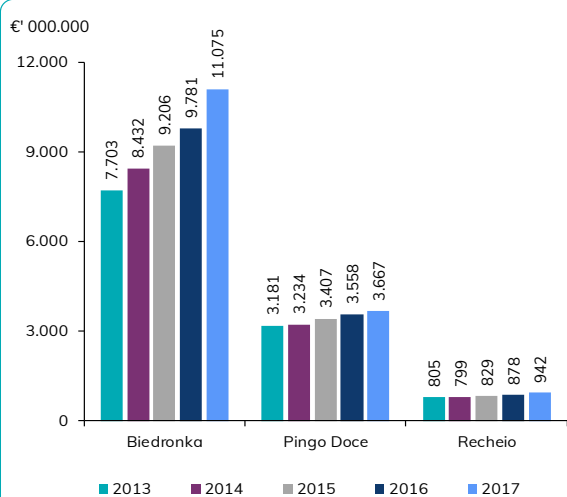
## Número de Lojas



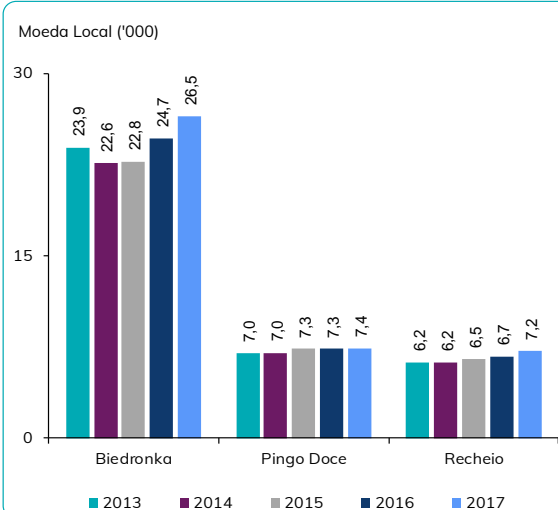
## Área de Venda



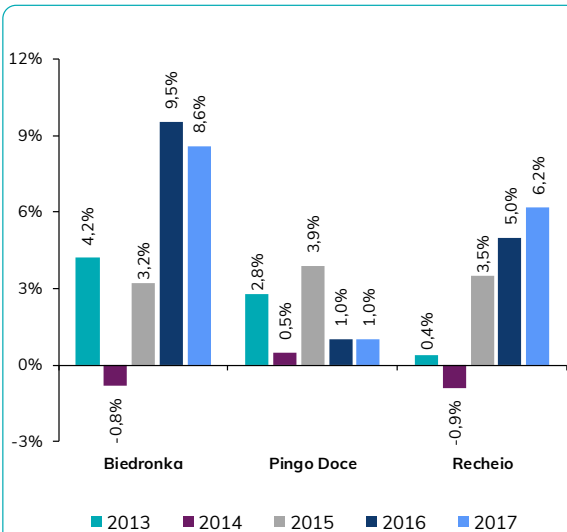
## Vendas



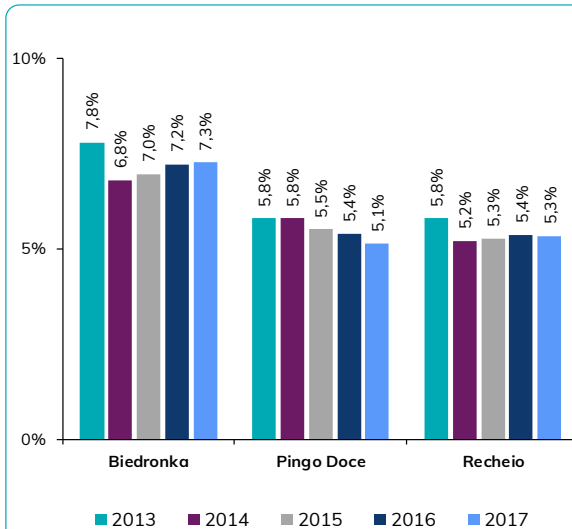
## Vendas / m<sup>2</sup>



## Crescimento de Vendas LFL



## Margem EBITDA



## 1.3. Órgãos Sociais e Estrutura

### 1.3.1. Órgãos Sociais

Data de eleição: 14 de Abril de 2016

Composição do Conselho de Administração eleito para o triénio 2016-2018



**Pedro Manuel de Castro Soares dos Santos**  
Presidente do Conselho de Administração e Administrador-Delegado  
Nascido em 7 de Março de 1960  
Presidente do Conselho de Administração desde Dezembro de 2013  
Administrador-Delegado do Grupo desde Abril de 2010  
Membro do Conselho de Administração desde Março de 1995



**Andrzej Szlezak**  
Nascido em 7 de Julho de 1954  
Membro do Conselho de Administração desde Abril de 2013



**António Pedro de Carvalho Viana-Baptista**  
Nascido em 19 de Dezembro de 1957  
Membro do Conselho de Administração desde Abril de 2010



**Artur Stefan Kirsten**  
Nascido em 22 de Fevereiro de 1961  
Membro do Conselho de Administração desde Abril de 2015



**Clara Christina Streit**  
Nascida em 18 de Dezembro de 1968  
Membro do Conselho de Administração desde Abril de 2015  
Membro da Comissão de Auditoria desde Abril de 2016



**Francisco Manuel Seixas da Costa**  
Nascido em 28 de Janeiro de 1948  
Membro do Conselho de Administração desde Abril de 2013



**Hans Eggerstedt**  
Nascido em 12 de Março de 1938  
Membro do Conselho de Administração desde Junho de 2001  
Membro da Comissão de Auditoria desde Março de 2007



**Henrique Manuel da Silveira e Castro Soares dos Santos**  
Nascido em 7 de Novembro de 1968  
Membro do Conselho de Administração desde Abril de 2015



**Sérgio Tavares Rebelo**  
Nascido em 29 de Outubro de 1959  
Membro do Conselho de Administração desde Abril de 2013  
Presidente da Comissão de Auditoria desde Abril de 2016

**Revisor Oficial de Contas e Auditor Externo**

Ernst & Young Audit & Associados, SROC, S.A.\*  
Av. República 90, 6.º, 1600 - 206 Lisboa, Portugal  
Representado por:

**João Carlos Miguel Alves (R.O.C. n.º 896).**

Suplente:

**Rui Abel Serra Martins (R.O.C. n.º 1119).**

**Secretário da Sociedade**

**Ana Luísa Abreu Coelho Virgínia**

Suplente:

**Carlos Miguel Martins Ferreira**

**Presidente da Mesa da Assembleia Geral**

**Abel Bernardino Teixeira Mesquita**

**Secretário da Mesa da Assembleia Geral**

**Nuno de Deus Pinheiro**

\* Eleito a 6 de Abril de 2017

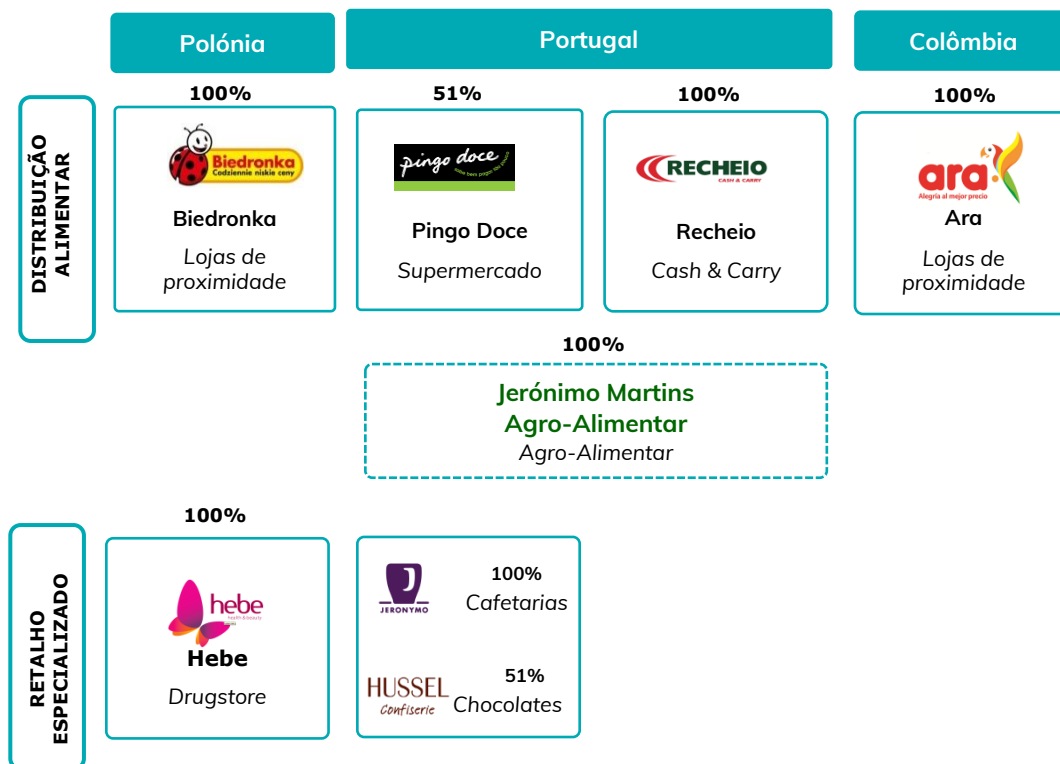


## 1.3.2. Estrutura de Negócios

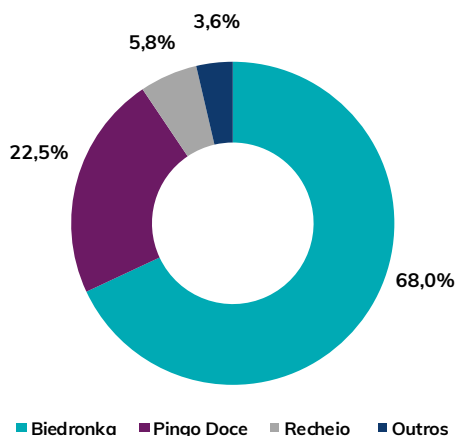
### JERÓNIMO MARTINS

**Vendas 2017**  
16.276 milhões de euros

**EBITDA 2017**  
922 milhões de euros



Vendas por Área de Negócio 2017



EBITDA por Área de Negócio 2017

Milhões de euros	EBITDA	% Total
Biedronka	805	87,3%
Pingo Doce	188	20,4%
Recheio	50	5,5%
Outros	-122	-13,2%
<b>JM</b>	<b>922</b>	<b>100%</b>

## 2. Posicionamento Estratégico

### 2.1. Missão

Jerónimo Martins é um Grupo internacional com sede em Portugal, que actua no ramo alimentar, essencialmente no sector da Distribuição, visando satisfazer as necessidades e expectativas dos seus stakeholders e os legítimos interesses dos seus accionistas a curto, médio e longo prazos, ao mesmo tempo que contribui para o desenvolvimento sustentável das regiões onde opera.

Jerónimo Martins assume como pilares centrais da sua missão o crescimento e a criação de valor, de uma forma contínua e sustentável, no âmbito da sua abordagem à Responsabilidade Corporativa.

A Responsabilidade Corporativa de Jerónimo Martins é pautada pela contribuição para a melhoria da qualidade de vida das comunidades onde o Grupo desenvolve as suas actividades, através da disponibilização de produtos e soluções alimentares saudáveis, do exercício activo da responsabilidade na compra e na venda, da defesa dos Direitos Humanos e das condições de trabalho, do estímulo ao reforço de um tecido social mais equilibrado e coeso, bem como pelo respeito pela preservação do ambiente e dos recursos naturais.

### 2.2. Visão Estratégica

#### Crescimento e Criação de Valor

As orientações estratégicas do Grupo para a criação de valor assentam em quatro vertentes:

1. Promoção contínua do crescimento sustentável;
2. Gestão cuidada do risco na preservação de valor dos activos e no reforço da solidez do balanço;
3. Maximização do efeito de escala e das sinergias;
4. Fomento de propostas de diferenciação como garantia de vantagens competitivas.

Estes quatro vectores visam atingir os seguintes objectivos estratégicos:

- Conquistar e consolidar uma posição de liderança nos mercados onde actua;
- Construir e desenvolver insígnias e marcas fortes e responsáveis;
- Assegurar o crescimento equilibrado das suas unidades de negócio em vendas e rentabilidade.

Na prossecução destes objectivos, as Companhias do Grupo desenvolvem a sua actividade orientadas pelas seguintes linhas de actuação:

- Reforço da relevância para o cliente/consumidor, para além de garantir a competitividade do preço;
- Melhoria da eficiência operacional;
- Incorporação dos desenvolvimentos tecnológicos;
- Identificação de oportunidades de crescimento rentável.

## 2.3. Perfil Operacional

O posicionamento operacional de Jerónimo Martins reflecte uma abordagem clara de *value food retail*, com foco no valor e numa orientação estratégica *mass-market*.

O Grupo oferece, de forma conveniente e próxima, soluções alimentares para todos os consumidores, a preços muito competitivos, o que exige operar com a máxima eficiência e com estruturas de custo lineares. Todas as propostas de valor são marcadas por forte diferenciação em três vectores fundamentais: variedade e qualidade de produtos alimentares frescos, marcas próprias fortes e qualidade do ambiente de loja.

O sucesso dos formatos do Grupo é alavancado na liderança de mercado, que, numa abordagem *mass-market*, é associada a uma dimensão relevante, fundamental para criar economias de escala que nos permitam aumentar a eficiência logística e das operações. Só assim é possível oferecer os melhores preços e potenciar a notoriedade e a confiança essenciais à construção de relações duradouras com os parceiros de negócio estratégicos e com os consumidores.

## 3. Prémios e Reconhecimentos

### Corporativo

- Jerónimo Martins posiciona-se na 56.ª posição do ranking “Global Powers of Retailing 2018”, a melhor posição já obtida neste estudo anual da Deloitte, tendo subido oito lugares em relação à 64ª posição registada na edição anterior;
- O Grupo foi incluído nos índices **FTSE4Good Global Index** e **FTSE4Good Europe Index**, que identificam as empresas que melhor gerem os riscos de sustentabilidade através de compromissos assumidos e de acções empreendidas no âmbito do desenvolvimento dos seus negócios;
- Em reconhecimento do seu bom desempenho, o Grupo foi confirmado nos índices **STOXX ESG** e **STOXX Sustainability**, mais concretamente o **STOXX Global ESG Environmental Leaders**, o **STOXX Europe Sustainability** e o **EURO STOXX Sustainability**, que representam as empresas líderes a nível mundial nas dimensões social, ambiental e de governance;
- Jerónimo Martins foi também reconhecido com a manutenção nos índices **Ethibel Excellence Investment Registers** e no **Ethibel Sustainability Index Excellence Europe**, que evidenciam as empresas com melhor performance em investimentos sustentáveis e éticos;
- O Grupo manteve ainda a sua inclusão no **Euronext Vigeo Index: Eurozone 120**, um índice que distingue as empresas que melhor desempenho apresentam em mais de 300 indicadores relativos às dimensões ambiental, social e de governance;
- Em 2017, e para além de se ter mantido nos índices **MSCI ACWI ESG Leaders** e **MSCI ACWI SRI**, que representam as empresas com elevada performance nas áreas social, ambiental e de governance, o Grupo atingiu o rating AA, a um nível de distância do patamar da liderança;
- Prémio “**Melhor Investor Relations Officer**” (Cláudia Falcão), atribuído na 30.ª edição dos Investor Relations & Governance Awards, promovidos pela consultora Deloitte;
- A Jerónimo Martins Polska conquistou o 2.º lugar no ranking **The Most valuable Polish Brand 2016**, atribuído pelo Jornal “Rzeczpospolita”;
- Pelo segundo ano consecutivo, a Jerónimo Martins Polska conquista o 2.º lugar na lista **500 Biggest Companies**, reconhecida pelo jornal “Rzeczpospolita”;
- A Jerónimo Martins Polska foi classificada em 2.º lugar no **Índice das Empresas Mais Patrióticas da Polónia**;
- A Jerónimo Martins Polska conquistou o 2.º lugar na lista das **1.000 Maiores Empresas da Polónia**, por vendas, elaborado pela “Gazeta Finansowa”;
- A Jerónimo Martins Polska está entre as 10 primeiras **Empresas Responsáveis**, no ranking elaborado pela “Dziennik Gazeta Prawna”;
- A Jerónimo Martins Polska foi reconhecida pela publicação “Polityka Weekly” com a **White Leaf 2017** de “Corporate Social Responsibility”, pelo trabalho realizado em projectos de promoção e implementação dos Objectivos de Desenvolvimento Sustentável, em matéria de Reformulações e Nutrição;

- A Jerónimo Martins Polska foi premiada pelo “Forum Odpowiedzialnego Biznesu”, na 15.ª edição do **Responsible Business Forum Report**, pelas boas práticas no reporte de matérias de Sustentabilidade, nas áreas de Ambiente e de Apoio às Comunidades;
- A Jerónimo Martins Polska conquistou o 4.º lugar no ranking das Maiores Empresas da Europa Central e de Leste - “**TOP 500 CEE**” -, atribuído pelo Coface Group e pelo jornal “Rzeczpospolita”;
- A Jerónimo Martins Polska conquistou o 1.º lugar nos “**Effie Awards**”, na categoria de Retalho, com a campanha “Gang Świeżaków 2”;
- A Jerónimo Martins Colombia foi nomeada nos **Premios Portafolio**, na categoria relativa à melhor “Gestão de Recursos Humanos”, atribuídos pelo jornal diário “Portafolio”.

## Biedronka

- A Biedronka foi reconhecida como **Retailer of the Year 2016 – Selected by Suppliers**, uma iniciativa da “AC Nielsen Polska”;
- A Biedronka recebeu o título **Consumer Quality Leader 2017**, atribuído no âmbito do Programa Polaco de Qualidade e Serviço;
- A Biedronka conquistou o 1.º lugar entre as **Empresas de Retalho Mais Populares dos Media**.

## Pingo Doce

- Três anúncios da campanha do Pingo Doce “Faça da Sua Mesa Um Lugar Melhor” ocuparam os primeiros três lugares do **YouTube Ads Leaderboard** em Portugal, no mês de Fevereiro;
- O Pingo Doce foi distinguido, no âmbito da 28.ª edição das “500 Maiores & Melhores 2017”, na categoria “**Maior Contributo para o Emprego**”. Entre 2014 e 2016, a Companhia destacou-se no que diz respeito à criação de emprego, em Portugal, somando 3.080 colaboradores. Este prémio é promovido, anualmente, pela revista “Exame”, em parceria com a Informa D&B e a Deloitte, com o objectivo de reconhecer as grandes empresas em Portugal que contribuem positivamente para a economia nacional;
- 11 vinhos de Marca Própria Pingo Doce receberam 19 medalhas em três concursos de vinho internacionais:
  - Concurso Decanter World Wines Event - 10 medalhas recebidas, com destaque para o Vinho do Porto LBV Tinto Pingo Doce 75cl, merecedor da **Medalha de Platina**;
  - Concurso International Wine Challenge - oito medalhas recebidas, destacando-se o Vinho do Porto 10 Anos Pingo Doce 75 cl e o Vinho Douro Reserva Tinto Pingo Doce Edição Limitada 75 cl (colheita 2016), premiados com as **Medalhas de Prata**;
  - Concurso Concours Mondial De Bruxelles - neste concurso o Vinho Palmela Reserva Tinto 75 cl (colheita 2014) recebeu a **Medalha de Prata**;
- A marca Pingo Doce foi distinguida nos Vertex Awards 2017, salientando-se os prémios recebidos nas gamas de Pipocas (**Ouro**) e Cuida Bebé (**Prata**).

## Recheio

- Pelo terceiro ano consecutivo, o Consumer Choice – Centro de Avaliação da Satisfação do Consumidor atribuiu o selo **Escolha dos Profissionais** ao Recheio, na categoria de "Distribuição Grossista".

## Hebe

- Na categoria de "Drugstores", a Hebe conquistou o galardão de **Melhor Empresa Amiga do Cliente**, atribuído pelo Polski Program Jakości Obsługi;
- A revista de cosmética profissional "Wiadomości Kosmetyczne" premiou a Hebe com três galardões "**Drogeria Roku**", nas categorias de "Sortido", "Tendências" e "Layout de Loja".