

MENSAGEM DO PRESIDENTE

Em 2017, batemos todos os recordes de vendas, reforçámos consecutivamente as posições de mercado de todas as nossas insígnias e mantivemo-nos entre os maiores retalhistas do mundo.

2017 foi um ano marcante sob várias perspectivas, ao longo do qual se observou uma imprevisibilidade global crescente.

Na União Europeia, e do ponto de vista político, foi um ano de emoções fortes. Na Alemanha, Angela Merkel conseguiu a reeleição para um quarto mandato, mas sofreu uma queda considerável dos resultados eleitorais do seu partido (CDU), que registou o pior resultado desde 1949.

A mudança mais estrutural, porém, foi iniciada pela entrada em força da extrema-direita no Bundestag alemão, com a conquista de 94 mandatos pela AfD, que se tornou, assim, a terceira força política germânica. É a primeira vez que, na história da Alemanha do pós-guerra, uma força claramente de extrema-direita chega ao Parlamento. E acontece naquela que foi a primeira eleição federal realizada desde que, em 2015, o Governo liderado por Angela Merkel abriu as portas a um fluxo de migrantes e refugiados, deixando entrar no país mais de um milhão de pessoas.

Confirmando o recrudescimento dos nacionalismos e da extrema-direita na Europa, também na Holanda o partido anti-islão, anti-imigração e anti-europeu de Geert Wilders (PVV) passou de 12 para 20 lugares no Parlamento. É actualmente o segundo maior partido, mesmo tendo falhado o seu objectivo de tornar-se a maior força parlamentar holandesa.

Em 2017, a nota de sinal contrário chegou-nos de França, com a vitória esmagadora de Emmanuel Macron na segunda volta das Presidenciais, contra

Marine Le Pen – 66,1% contra 33,9%. Uma vitória que se repetiu logo a seguir, nas legislativas, com o recém-formado partido de Macron a conquistar a maioria dos votos dos eleitores, que apoiaram, de forma inequívoca, a visão reformadora, pró-europeia e inclusiva do novo Presidente da França.

Em Portugal, seguiu-se com particular atenção a crise na vizinha Catalunha, que se encontra politicamente fracturada, esperando-se uma desaceleração da economia espanhola que, a acontecer, não deixará de afectar Portugal dado o peso de Espanha como importante país de destino das exportações portuguesas (cerca de 25% do total).

Para os portugueses, o ano de 2017 ficará, mais do que qualquer outra coisa, inelutavelmente associado à tragédia dos incêndios florestais. Perderam-se, pelo menos 112 vidas humanas e, de acordo com a estimativa do Sistema Europeu de Informação de Incêndios Florestais, terão ardido aproximadamente 500 mil hectares, incluindo o insubstituível Pinhal de Leiria, com cerca de 700 anos de história. A desolação provocada por esta destruição violenta, face à qual o Estado falhou no seu dever de protecção de pessoas e bens, ensombrou as notícias positivas registadas na vertente económica. De facto, a saída do procedimento por défice excessivo e a subida do rating da República Portuguesa são bons indicadores de recuperação, ainda que o equilíbrio seja instável, designadamente tendo em conta a contestação, que deverá aumentar, nos sectores sociais do Estado e também as reformas estruturais que continuam por fazer.

No Grupo Jerónimo Martins, no ano em que celebrámos os 225 anos de actividade comercial, ultrapassámos os 100.000 colaboradores e renovámos a nossa identidade visual corporativa num exercício de *rebranding* que procurou equilibrar legado e modernidade. Em 2017, batemos todos os recordes de vendas, reforçámos consecutivamente as posições de mercado de todas as nossas insígnias e mantivemo-nos entre os maiores retalhistas do mundo, mais concretamente na 56.^a posição, a nossa melhor de sempre no ranking “Global Powers of Retailing 2018”, um estudo da consultora Deloitte com a revista norte-americana “Stores”.

Foram 12 meses desafiantes, de forte investimento na expansão dos negócios internacionais, e de exigência máxima nos nossos três mercados: Portugal, Polónia e Colômbia. O foco nas vendas, através do investimento no reforço do posicionamento de preço e na experiência de compra, revelou-se eficaz: o volume de negócios do Grupo atingiu os 16,3 mil milhões de euros em 2017, 11,3% acima do ano anterior, impulsionado por um crescimento de 6,6% do *like-for-like*.

Os resultados líquidos atribuíveis a Jerónimo Martins ascenderam a 385 milhões de euros, o que representa, em termos comparáveis (i.e. excluindo a contribuição da Monterroio em 2016), um incremento de 6,7%.

O Grupo manteve-se como um investidor relevante e determinado nos mercados onde opera, tendo reforçado o montante de capex para os 724 milhões de euros, dos quais cerca de metade alocados a expansão (novas lojas e Centros de Distribuição) e mais de um terço a projectos de remodelação profunda dos parques de lojas em Portugal e na Polónia.

A Biedronka absorveu 354 milhões de euros de investimento (49% do total), que destinou às 121 aberturas de loja, à inauguração do novo Centro de Distribuição e às 226 remodelações realizados no ano.

Do ponto de vista do consumo, a Polónia vive um ambiente favorável, estimulado pela queda do desemprego, a aceleração dos aumentos salariais e a melhoria global das condições de vida das famílias, também em resultado do programa "Family 500 plus".

Aproveitando a oportunidade gerada pela tendência de aumento da diferenciação e do valor do cabaz de compra, a Biedronka multiplicou as iniciativas de melhoria da qualidade da oferta, reforçando a inovação e atractividade do sortido. Ao mesmo tempo, teve o sentido de oportunidade e a agilidade para ler o mercado e responder com promoções específicas de produtos e também com fortes acções temporárias, reforçando a competitividade do seu posicionamento e a sua liderança de preço.

Assumindo o desempenho *like-for-like* como a sua principal prioridade, a Companhia atingiu 8,6% de



crescimento no ano. As vendas totais aumentaram 13,2% (+10,4% em moeda local), para os 11,1 mil milhões de euros, num ano em que a Biedronka terminou com 2.823 localizações.

Gerindo um equilíbrio difícil entre alargar as fronteiras do seu modelo e manter a eficiência da estrutura de custos, num contexto em que esta está sob pressão acrescida relacionada sobretudo com os investimentos na melhoria contínua da remuneração, benefícios e programas de apoio aos colaboradores, a Biedronka atingiu um EBITDA de 805 milhões de euros (+11% a taxa de câmbio constante), mantendo a respectiva margem sensivelmente em linha com o ano anterior (7,3%).

Em Portugal, um mercado maduro e fortemente concorrencial, as nossas Companhias voltaram a demonstrar resiliência, força e solidez.

O Pingo Doce encerrou 2017 com vendas totais de 3,7 mil milhões de euros, mais 3,1% do que no ano anterior, e mais 1% quando considerado o mesmo parque de lojas.

Para além da intensidade promocional e da aposta na inovação, designadamente com o lançamento de 175 novas referências na Marca Própria, as vendas totais beneficiaram ainda da aposta na expansão selectiva e na permanente melhoria do serviço logístico às lojas e da experiência de compra dos clientes. Esta aposta reflectiu-se em nove adições líquidas ao parque de lojas realizadas ao longo do ano, 44 remodelações e na inauguração, no Norte de Portugal, do mais moderno Centro de Distribuição de toda a nossa rede, que, no total, representaram 102 milhões de euros de investimento da Companhia.

Reconhecendo a contribuição decisiva das equipas para o desempenho operacional e para o nível de serviço e qualidade global da experiência oferecida aos clientes, a Companhia iniciou em Outubro uma revisão dos pacotes remuneratórios. Esta opção teve um expectável impacto ao nível do EBITDA, que, cifrando-se nos 188 milhões de euros, recuou 1,6% face a 2016.

O Recheio soube aproveitar a dinâmica muito positiva da actividade turística em Portugal, ao mesmo tempo que reforçou a vertente

internacional, terminando o ano com exportações para 25 países, distribuídos por quatro continentes. Quando considerado o mesmo parque de lojas, as suas vendas aumentaram uns expressivos 6,2% no ano e o crescimento total do volume de negócios foi de 7,2%, para os 942 milhões de euros, beneficiando também da nova loja aberta em Vila Nova de Gaia (a 39.ª da cadeia) e da realocização da plataforma de Food-Service do Porto.

Com um EBITDA de 50 milhões de euros (+6,7% face a 2016), e apesar do investimento realizado para impulsionar as vendas, o Recheio manteve a margem EBITDA nos 5,3%, em linha com a do ano anterior, numa clara demonstração de capacidade de preservação da sua disciplina de custos e dos níveis de eficiência.

724 M€ de investimento

O Grupo investiu 724 milhões de euros, dos quais cerca de metade foram canalizados para a abertura de novas lojas e Centros de Distribuição e mais de um terço foi alocado a remodelações do parque de lojas em Portugal e na Polónia.

No que diz respeito aos nossos negócios ainda não lucrativos, a Hebe melhorou de forma consistente a diferenciação e competitividade da sua proposta e conseguiu provar que tem um conceito e um modelo de negócio com um potencial de desenvolvimento interessante. As vendas totais aumentaram 35,7% em relação a 2016, para os 166 milhões de euros, num ano em que a insígnia abriu 30 lojas, chegando a 31 de Dezembro com uma rede total de 182 localizações.

Na Colômbia, onde o processo de paz é hoje considerado irreversível, continuamos focados em construir o caminho de crescimento futuro para a Ara. Presente em três regiões, a nossa cadeia colombiana alcançou vendas de 405 milhões de euros, 72% acima do ano anterior, apesar de alguma irregularidade registada nos níveis de confiança do consumidor. Este desempenho traduz

o esforço contínuo de ajustamento da proposta às especificidades regionais dos padrões de consumo e também a nossa própria curva de aprendizagem das necessidades e preferências dos consumidores colombianos.

A Companhia foi capaz de entregar aquela que era a sua principal prioridade para 2017: acelerar a expansão da rede para reforçar presença e capilaridade. Cumprindo um programa de investimento de 169 milhões de euros, a Ara abriu 169 lojas – ou seja, uma nova loja a cada dois dias – das quais 77 nos últimos três meses do ano. Isto significa que a Companhia mais do que duplicou o número de aberturas face a 2016, ao mesmo tempo que prosseguiu os investimentos na infra-estrutura logística.

Em 2017, a Ara foi responsável por 88% dos 85 milhões de euros de perdas registadas ao nível do EBITDA, sendo os restantes imputáveis à Hebe, que mantém sustentada a sua tendência ascendente em direcção à rentabilidade. Excluindo a diluição provocada pelas perdas registadas nestes novos negócios, o EBITDA consolidado teria crescido 9,0%, com uma margem de 6,4% sobre as vendas.

O EBITDA consolidado cifrou-se em 922 milhões de euros (+4,7%, a taxas de câmbio constantes, face a 2016), com a margem a situar-se nos 5,7%, num ano de investimento relevante, o que demonstra bem a força do desempenho de vendas das nossas Companhias. Além disso, mantemos inabalada a robustez do nosso balanço, tendo terminado o ano com uma posição líquida de caixa de 170 milhões de euros.

Dada a sólida situação financeira em que o Grupo se encontra, e considerando que a flexibilidade para financiar oportunidades de crescimento presentes ou futuras não será comprometida, o Conselho de Administração de Jerónimo Martins proporá à Assembleia Geral de Accionistas o pagamento de um dividendo de cerca de 385 milhões de euros relativo aos lucros do exercício de 2017. Esta proposta corresponde a um payout de 100%, que, pelo segundo ano consecutivo e a título excepcional, se cifra em cerca do dobro do que resultaria da aplicação da política de dividendos em vigor.

Entrámos, pois, pujantes e bem preparados em 2018, mais um ano em que faremos do crescimento a primeira prioridade estratégica e a fonte de toda a nossa motivação.

Continuaremos a investir fortemente nos nossos negócios, empenhados no aperfeiçoamento contínuo do equilíbrio entre rentabilidade e sustentabilidade. É esta gestão que nos garante, simultaneamente, um lugar entre os maiores retalhistas do mundo e a inclusão em importantes índices internacionais de sustentabilidade que distinguem as melhores companhias que investem no desenvolvimento dos seus negócios a longo prazo através de um elevado desempenho também nas áreas social, ambiental e de governo.

Estes resultados e a consideração também do longo prazo na condução dos negócios não seriam possíveis sem o apoio dos investidores de Jerónimo Martins e, em particular, do seu accionista maioritário e a sua solidariedade com a missão e a estratégia que prosseguimos. A todos dirijo a minha gratidão e perante todos renovo o meu compromisso de continuar a liderar o Grupo no sentido do crescimento rentável e sustentável.

Deixo ainda uma nota de reconhecimento e apreço aos meus colegas no Conselho de Administração pelo seu valioso contributo para a visão que nos guia e a confiança sempre demonstrada na nossa capacidade de execução e de entrega. Às minhas equipas agradeço a paixão, o compromisso e a competência que fazem de nós aquilo que somos e que nos conduzem, dia após dia, até onde nos leva a nossa ambição.



Pedro Soares dos Santos
Presidente e Administrador-Delegado