

Ano 2020

Resultados

Lisboa, 3 de Março de 2021

**Jerónimo
Martins**

A análise de desempenho neste comunicado é apresentada sob o efeito da IFRS16, a não ser quando indicado o contrário. As Demonstrações Financeiras antes da aplicação da IFRS16 são apresentadas no Anexo 1 deste comunicado.

Terminámos 2020 mais fortes e com inquestionável solidez de balanço

Forte desempenho operacional no quarto trimestre, com a Biedronka a crescer resultados a dois dígitos e a Ara a melhorar substancialmente o seu EBITDA. Em Portugal, os resultados do Pingo Doce e do Recheio foram pressionados pelo investimento acrescido em margem para mitigar o impacto das restrições introduzidas e, assim, proteger as propostas de valor.

- **VENDAS CONSOLIDADAS** cresceram +3,5% para 19,3 mil milhões de euros (+6,7% a taxas de câmbio constantes) com um LFL de 3,5%. No 4T, as vendas cresceram 2,4% para 5,1 mil milhões de euros (+6,8% a taxas de câmbio constantes) com um LFL de 3,5%.
- **EBITDA DO GRUPO**, excluindo a IFRS16, cifrou-se 1.024 milhões de euros. Com a IFRS16, o EBITDA registou uma redução de 1,0% (+1,9% a taxas de câmbio constantes) para 1.423 milhões de euros. No 4T o EBITDA cresceu 1,6% (+6,2% a taxas de câmbio constantes) para 394 milhões de euros.
 - **Biedronka** – EBITDA cresceu 5,7% (+9,3% em moeda local). A margem foi 9,3% versus 9,4% em 2019. No 4T, o EBITDA cresceu 5,6% (+10,9% em moeda local) com a margem de 9,5%, em linha com o 4T 19.
 - **Distribuição em Portugal** - EBITDA reduziu 21,0%. A margem foi 5,4% (6,5% em 2019). No 4T, o EBITDA caiu 20,1% e a margem foi 5,3% (6,4% em 4T 19).
 - **Ara** – perdas ao nível do EBITDA reduziram de -28 milhões de euros para -20 milhões de euros em 2020, uma melhoria de 18,9% em moeda local. No 4T, o EBITDA foi de 2 milhões de euros versus -3 milhões de euros no 4T 19.
- **RESULTADOS LÍQUIDOS**, se excluída a aplicação da IFRS16, atingiram 361 milhões de euros, 16,6% abaixo do ano anterior. Com a IFRS16, os resultados líquidos cifraram-se em 312 milhões de euros, 19,9% abaixo de 2019.
- **EPS** de 0,50 euros por acção. Excluindo Outras Perdas e Ganhos (não usuais), o EPS foi de 0,55 euros, 12,6% abaixo do ano anterior.
- **CASH FLOW** de 516 milhões de euros, versus 494 milhões de euros gerados em 2019.
- **POSIÇÃO LÍQUIDA DE CAIXA** de 509 milhões de euros (196 milhões de euros em 2019). Incluindo as responsabilidades com locações operacionais capitalizadas a dívida líquida atingiu 1.752 milhões de euros.
- **PRE-TAX ROIC**, calculado sem aplicação da IFRS16, atingiu 29,7%. Com a IFRS16, o Pre-tax ROIC foi de 16,5% (16,3% em 2019).
- O Conselho de Administração irá propor à Assembleia Geral de Accionistas a distribuição de 50% dos resultados líquidos (sem IFRS16), correspondendo ao pagamento de um **DIVIDENDO** de 181 milhões de euros, equivalente a 0,288 euros por acção (valor bruto).

MENSAGEM DO PRESIDENTE E ADMINISTRADOR DELEGADO

PEDRO SOARES DOS SANTOS

“Num ano marcado por uma exigência sem precedentes espoletada pela pandemia de Covid-19, o Grupo registou um sólido desempenho operacional e reforçou o seu balanço.

Foi um ano de verdadeira superação por parte das nossas equipas, em especial daquelas que, trabalhando nas lojas e nos centros de distribuição, estiveram na linha da frente das operações. A todas as nossas pessoas deixo, uma vez mais, uma nota de especial reconhecimento.

Soubemos estar à altura das difíceis circunstâncias, conscientes do papel social que o nosso negócio assume e firmes na nossa missão de disponibilizar aos nossos clientes soluções e bens alimentares de qualidade a preço baixo. E fizemo-lo, respeitando todos os stakeholders e progredindo nos nossos compromissos com os objectivos de desenvolvimento sustentável. Nunca, como em 2020, nos sentimos tão chamados a estar próximos dos nossos consumidores, das nossas pessoas, dos nossos fornecedores, em especial dos pequenos produtores do sector primário e das comunidades que os nossos negócios servem. Desde o primeiro momento, procurámos responder aos múltiplos desafios que se colocavam aos nossos negócios ao mesmo tempo que tomávamos a iniciativa de apoiar os esforços onde era mais necessário: junto dos hospitais e lares de idosos, no financiamento à investigação e nas ajudas alimentares.

Entrámos em 2021 com a confiança renovada na capacidade de cada insígnia antecipar os impactos da crise pandémica que continua, e continuará, a marcar o contexto operacional, com maior intensidade na primeira metade do ano. Olhando para a frente, sentimo-nos capazes, apesar dos desafios acrescidos, de continuar a crescer de forma rentável e sustentável.

A força do nosso balanço permite-nos mantermo-nos fiéis à nossa visão de longo prazo, enquanto levamos a cabo as acções necessárias para garantir a competitividade e a preferência dos consumidores e para proteger a rentabilidade em todas as nossas insígnias.”

PERSPECTIVAS PARA 2021

Importa referir que as perspectivas macroeconómicas para 2021 estão intrinsecamente associadas à evolução do cenário pandémico ao nível mundial e também de cada país, e ao progresso da vacinação em larga escala. Neste contexto, antecipa-se que, pelo menos a primeira metade do ano, permaneça marcada por elevada falta de visibilidade no que respeita à implementação, nos países em que estamos presentes, de possíveis medidas de confinamento no combate à pandemia e aos seus respectivos impactos nos mercados e no comportamento dos consumidores.

As nossas insígnias entram em 2021 com as prioridades estratégicas bem definidas: i) crescer vendas através de foco no consumidor e nas suas necessidades; ii) investir na proposta de valor como forma de defender e criar vantagens na sua posição competitiva; iii) proteger a rentabilidade através de disciplina de custos e melhoria contínua nos processos operacionais; e iv) manter a perspectiva de longo prazo que garante que continuaremos a fazer o nosso caminho responsável junto das nossas equipas, dos nossos consumidores, dos fornecedores e das comunidades em que operamos.

Do conjunto dos países onde operamos, e tal como aconteceu em 2020, espera-se que a **Polónia**, seja o que apresente bases mais sólidas de incentivo ao consumo interno.

A inflação alimentar deverá permanecer baixa pese embora a pressão que possa ser exercida pela acrescida carga fiscal, nomeadamente através da entrada em vigor, em Janeiro, do imposto sobre as vendas dos grandes retalhistas e da taxa sobre as bebidas com elevado teor de açúcar.

A **Biedronka** permanecerá focada em garantir, dia-a-dia, a preferência dos consumidores, combinando liderança de preço com desenvolvimentos no sortido que fomentem o crescimento das vendas e consolidem a sua diferenciação na área de Frescos.

A nossa maior Companhia continuará a levar a cabo projectos de eficiência nas operações de loja e na logística. Tal permitirá a concretização de oportunidades de crescimento, e também, juntamente com a maior capacidade de planeamento no cenário de crise pandémica, a protecção da rentabilidade em 2021, num contexto ainda mais desafiante, de baixa inflação e carga fiscal acrescida.

A **Hebe**, a par da consolidação da sua rede de lojas, focará a sua estratégia de crescimento no desenvolvimento da sua operação online, que se espera que continue a ganhar dinamismo, permitindo, no curto prazo, a entrada em novos mercados.

Em **Portugal**, a retoma esperada para 2021 está ainda envolta em elevada incerteza e dependente da evolução da crise sanitária, do programa de vacinação, e dos seus impactos no mercado interno e na recuperação do turismo.

Para as nossas cadeias de distribuição em Portugal, as medidas de restrição à circulação de pessoas, os limites impostos ao número de clientes em simultâneo dentro das lojas e as restrições à operação de restaurantes e hotéis representam condicionantes com impacto particularmente forte dada a intensidade de tráfego das nossas insígnias. Assim, qualquer alteração a estas restrições deverá ter efeito positivo imediato nos nossos negócios.

O **Pingo Doce** continuará a investir para defender o desempenho perante as actuais restrições e para preparar e fortalecer o seu modelo de negócio para o momento do regresso a um ambiente operacional mais normalizado. Neste contexto, a insígnia mantém a sua visão estratégica relativamente ao papel capital dos Frescos, do Take Away e dos Restaurantes na estratégia de diferenciação e de crescimento da Companhia.

O **Recheio** prevê uma lenta recuperação do canal HoReCa, enquanto explora oportunidades de continuar a crescer no Retalho Tradicional, que tem demonstrado dinamismo e no qual a Companhia tem vantagens competitivas.

Na **Colômbia**, espera-se que a reabertura da economia leve a uma recuperação em 2021, pese embora a fragilidade do ambiente de consumo.

A **Ara** - que fortaleceu, no último ano, a sua proposta de valor - entrou em 2021 bem preparada para acelerar um caminho de crescimento que, em conjunto com a renovada estrutura de custos, lhe permitirá continuar a melhorar o EBITDA gerado.

O programa de **capex** mantém um papel central nas prioridades de alocação de capital do Grupo e, em 2021, se as medidas de restrição que ainda possam vir a ser implementadas nos mercados em que operamos não impactarem a capacidade de execução, espera-se que se cifre em c.700 milhões de euros, dos quais c.60% investidos na Biedronka.

Este plano inclui a adição de c.100 localizações (líquidas) à rede da Biedronka, das quais c.50% no formato de menor dimensão, e a remodelação de 250-300 lojas. Em Portugal, o Pingo Doce espera

abrir c.10 lojas e remodelar c.15 localizações, enquanto a Ara se prepara para adicionar mais de 100 novas localizações à sua rede de lojas.

Suportados pelo sólido desempenho registado em 2020 e pela força do nosso balanço, entramos em 2021 conscientes dos desafios, com as prioridades estratégicas bem definidas e um foco inabalável na geração de caixa como garante da nossa capacidade para investir no reforço das nossas posições competitivas. Ao mesmo tempo, mantemos a flexibilidade para aproveitar oportunidades de crescimento consistentes com a nossa visão estratégica.

ACTUALIZAÇÃO IMPACTO COVID-19

No 4T, manteve-se a estreita articulação entre a Direcção Executiva do Grupo e as várias Companhias como forma de agilizar o suporte permanente às operações, acelerando os processos de tomada de decisão e permitindo a rápida adaptação dos planos de acção de curto prazo no contexto do desenvolvimento da pandemia de Covid-19. As prioridades permaneceram inalteradas desde o início da crise sanitária: i) segurança das nossas pessoas e dos consumidores que nos visitam; ii) estabilidade da cadeia de abastecimento, com medidas especiais - adoptadas no início da crise pandémica e que mantemos - de apoio aos fornecedores para os quais sentimos que essas medidas eram mais necessárias e aos produtores do sector primário; e iii) continuidade da oferta de qualidade a preços baixos.

Para uma gestão eficaz das operações sob os efeitos da pandemia e dos impactos das diferentes restrições que foram implementadas em cada momento e em cada país, foi necessário, entre outros, reforçar procedimentos de limpeza, equipamentos de protecção das pessoas e ajustar alguns standards para operar numa envolvente em mudança. A gestão dos negócios no contexto da pandemia levou, ao nível do Grupo, a custos adicionais de 64 milhões de euros, dos quais 41 milhões de euros ao nível do EBITDA (dos quais 9 milhões de euros no 4T), a que acresceram, a nível de Outras Perdas e Ganhos, 22 milhões de euros. Neste último valor incluem-se 19 milhões de euros relativos à distribuição, no final do ano, às equipas na linha da frente, de um reconhecimento pelo seu compromisso e sentido de missão, e 3 milhões de euros referentes ao reforço de provisões para valores a receber cujo risco de não realização aumentou substancialmente devido à pandemia.

A rigorosa revisão de processos executada por todas as Companhias permitiu limitar o impacto deste aumento de custos nas respectivas rentabilidades.

Na **Polónia**, as medidas de restrição à circulação de pessoas foram sendo progressivamente levantadas ao longo do 2T e, desde Junho até ao final de Setembro, não se aplicaram medidas específicas para o sector do retalho alimentar, embora se tenha registado menos movimento. Em meados de Outubro foram estabelecidas novas limitações, nomeadamente relativas ao número de clientes dentro das lojas (cinco pessoas por checkout para lojas até 100 m² e uma pessoa por cada 15 m² para lojas com área superior), ao encerramento de centros comerciais em Novembro e, a partir de 28 de Dezembro, ao fecho obrigatório de restaurantes e ao funcionamento das escolas em ensino à distância.

A **Biedronka** recorreu, na medida do necessário, à extensão de horários das lojas para garantir aos seus consumidores e equipas um ambiente seguro.

Em **Portugal**, foram reforçadas, no 4T, as medidas de combate à progressão dos contágios no contexto da gestão da pandemia. As regras em vigor neste período foram, para o sector do Retalho Alimentar, as mais restritivas desde o início desta crise de saúde pública. De realçar a imposição, a partir do segundo fim de semana de Novembro, do recolher obrigatório à uma da tarde aos sábados e domingos, com obrigação de encerramento à mesma hora de todas as lojas alimentares com mais de 200 m², em grande parte dos municípios do país (incluindo Lisboa e Porto).

Mantiveram-se em vigor o limite à capacidade dentro das lojas de cinco clientes por 100 m² e, desde meados de Setembro, a proibição de vender bebidas alcoólicas a partir das 20 horas.

No **Pingo Doce**, ao impacto da limitada circulação de pessoas que continuou a fazer sentir-se na redução do número de visitas e na queda de actividade dos seus restaurantes, take away e cafés, juntou-se, no 4T, o impacto da redução das horas de operação aos fins de semana. O **Recheio**, por seu lado, continuou a ver o seu desempenho fortemente penalizado pela dramática redução da actividade do canal HoReCa, amplificada pela ausência de turistas.

Na **Colômbia**, as medidas de confinamento mantiveram-se muito restritivas até ao final de Agosto, incluindo horas de recolher obrigatório e proibição de actividade comercial em certos dias da semana. Com o país focado na reabertura das actividades económicas, as restrições foram sendo progressivamente levantadas ao longo de Setembro. A envolvente operacional no 4T reflectiu o regresso a alguma normalidade, mesmo tendo em conta que, no final do ano, foram reintroduzidas medidas para controlo da pandemia, nomeadamente na região de Bogotá.

NÚMEROS
CHAVE DO
DESEMPENHO

RESULTADOS CONSOLIDADOS

(Milhões de Euros)	2020		2019		Δ	4T 20		4T 19		Δ
Vendas e Prestação de Serviços	19.293		18.638		3,5%	5.096		4.976		2,4%
Margem	4.227	21,9%	4.076	21,9%	3,7%	1.110	21,8%	1.085	21,8%	2,4%
Custos Operacionais	-2.804	-14,5%	-2.639	-14,2%	6,3%	-717	-14,1%	-697	-14,0%	2,8%
EBITDA	1.423	7,4%	1.437	7,7%	-1,0%	394	7,7%	387	7,8%	1,6%
Depreciação	-734	-3,8%	-715	-3,8%	2,6%	-189	-3,7%	-187	-3,8%	1,3%
EBIT	689	3,6%	722	3,9%	-4,5%	205	4,0%	201	4,0%	1,9%
Custos Financeiros Líquidos	-180	-0,9%	-159	-0,9%	13,7%	-40	-0,8%	-32	-0,6%	27,2%
Ganhos 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	-50	-0,3%	-14	-0,1%	n.a.	-29	-0,6%	-8	-0,2%	n.a.
EBT	459	2,4%	549	2,9%	-16,5%	135	2,7%	161	3,2%	-15,9%
Imposto sobre o Rendimento do exercício	-136	-0,7%	-128	-0,7%	5,8%	-41	-0,8%	-29	-0,6%	39,1%
Resultados Líquidos	323	1,7%	421	2,3%	-23,3%	94	1,8%	131	2,6%	-28,2%
Interesses que não Controlam	-11	-0,1%	-31	-0,2%	-65,7%	-1	0,0%	-8	-0,2%	-84,2%
Resultados Líquidos atribuíveis a JM	312	1,6%	390	2,1%	-19,9%	93	1,8%	123	2,5%	-24,6%
Res. Líquido / acção (€)	0,50		0,62		-19,9%	0,15		0,20		-24,6%
Res. Líquido / acção sem Outras Perdas e Ganhos (€)	0,55		0,63		-12,6%	0,18		0,21		-11,6%

BALANÇO CONSOLIDADO

(Milhões de Euros)	2020	2019
Goodwill Líquido	620	641
Activo Fixo Líquido	3.967	4.140
Direitos de Uso Líquido	2.154	2.318
Capital Circulante Total ¹	-2.864	-2.793
Outros	133	94
Capital Investido	4.010	4.400
Total de Empréstimos	524	732
Locações Financeiras	11	17
Locações Operacionais Capitalizadas	2.262	2.368
Acréscimos e Diferimentos de Juros	-3	3
Caixa e Equivalentes de Caixa ¹	-1.041	-949
Dívida Líquida ¹	1.752	2.172
Interesses que não Controlam	249	254
Capital Social	629	629
Reservas e Resultados Retidos	1.379	1.346
Fundos de Accionistas	2.257	2.229

¹ A Dívida Líquida foi reajustada para os comparativos de 2019. A rubrica de Fundos Fixos de Caixa, anteriormente apresentada no Capital Circulante Total, passou a integrar a linha de Caixa e Equivalentes de Caixa.

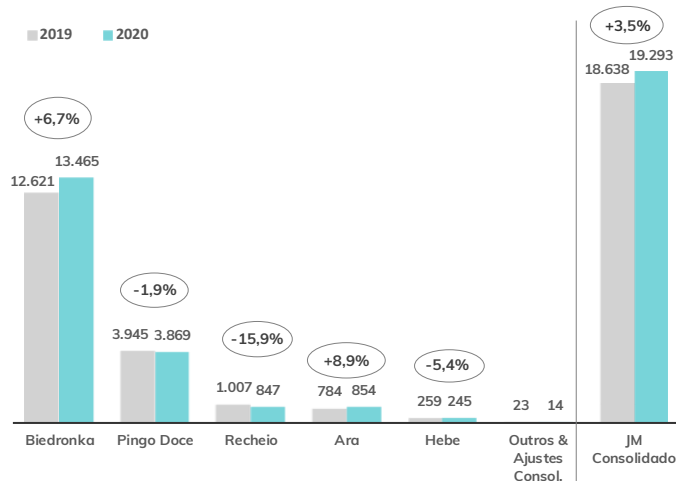
CASH FLOW

(Milhões de Euros)	2020	2019
EBITDA	1.423	1.437
Pagamento de Locações Operacionais Capitalizadas	-270	-259
Pagamento de Juros	-153	-163
Outros Itens Financeiros	0	0
Imposto sobre o Resultado	-174	-155
Fundos Gerados pelas Operações	826	861
Pagamento de Capex	-510	-577
Variação de Capital Circulante	246	220
Outros	-46	-10
Cash Flow	516	494

DESEMPENHO DE VENDAS

Em 2020, o sólido desempenho de vendas foi resultado do firme compromisso de entregar produtos de qualidade ao melhor preço em todos os momentos, mesmo quando as restrições impostas para controlar a pandemia nos países em que o Grupo tem operações impactaram o muito intenso tráfego a que as nossas insígnias estavam habituadas.

Vendas (Milhões de Euros)



As **vendas do Grupo** foram de 19,3 mil milhões de euros, 3,5% acima do ano anterior (+6,7% a taxas de câmbio constantes), com um LFL de 3,5%. No 4T, as vendas foram de 5,1 mil milhões de euros, 2,4% acima do 4T 19 (+6,8% a taxas de câmbio constantes) com um LFL de 3,5%.

Na **Polónia**, o consumo tornou-se mais contido com o início da crise pandémica, tendo, no entanto, revelado um certo nível de resiliência e continuado a reagir a propostas comerciais

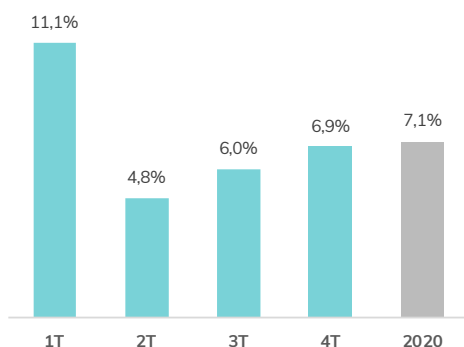
atractivas e que aliam o bom preço à qualidade.

2020 foi o último ano da progressiva implementação, iniciada em 2018, da regulamentação que restringe a abertura de lojas ao domingo e que se reflectiu, no ano, em menos seis dias de vendas relativamente ao ano anterior.

A inflação alimentar do país registou um abrandamento ao longo do ano e, na média dos doze meses, cifrou-se em 4,7% (+1,7% no 4T).



LFL Biedronka



Nos primeiros meses da crise pandémica, a **Biedronka** antecipou, com flexibilidade de horários e assertividade comercial, as condicionantes do mercado. Isto criou um forte momentum de vendas, que a Companhia manteve ao longo do resto do ano, tendo reforçado a preferência dos consumidores e, com isso, a sua quota de mercado.

O factor preço ganhou ainda mais relevância e a Biedronka prosseguiu a sua estratégia promocional, desenvolvendo cerca de 35 campanhas atractivas e diferenciadoras e lançando aproximadamente 200 folhetos comerciais, que lhe permitiram cumprir, num ano difícil para as famílias, a sua promessa e posicionamento de preço baixo.

A inovação e a qualidade mantiveram-se como prioritários e, no contexto do desenvolvimento da Marca Própria, a Biedronka lançou 196 novos produtos, para além dos desenvolvimentos específicos para campanhas de *in&out*.

A insígnia implementou, em 2020, 78 projetos de ecodesign de embalagens de Marca Própria, tendo, entre outros objetivos atingidos, eliminado o PVC em mais de 40 referências de Marca Própria.

O foco no serviço ao cliente e na eficiência da operação levou à continuidade da implementação do projecto de self-checkouts que, no final do ano, incluía mais de 1.100 lojas com 3.750 equipamentos instalados.

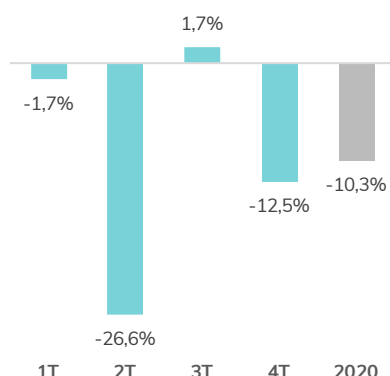
No ano, as vendas cresceram 6,7% (+10,4% em moeda local) para 13,5 mil milhões de euros. O crescimento LFL foi de 7,1%, incluindo uma inflação no cabaz de cerca de 2%.

No último trimestre do ano, a insígnia cresceu vendas em 5,1% (+10,4% em moeda local), para os 3,6 mil milhões de euros, com um LFL de 6,9%, que incorporou uma inflação quase nula no cabaz.



A Biedronka procedeu, no ano, a 267 remodelações e abriu 129 lojas (113 adições líquidas), tendo acabado 2020 com uma rede de 3.115 localizações.

LFL Hebe



A **Hebe** sofreu um impacto relevante nas vendas decorrente dos efeitos das medidas restritivas que levaram ao encerramento, em parte de Março e nos meses de Abril e de Novembro, dos centros comerciais, onde tem quase metade das suas lojas. Estas, embora permanecendo abertas, sofreram com a ausência de tráfego resultante da redução de circulação de pessoas.

Também a forte redução de actividades sociais impactou as vendas de produtos da área de cosmética. A insígnia registou rápidas melhorias de desempenho sempre que as medidas de confinamento foram suavizadas e o forte crescimento da sua operação online, lançada em Julho de 2019, teve igualmente um papel relevante na mitigação dos impactos das medidas impostas.

As vendas atingiram 245 milhões de euros, uma redução de 5,4% em relação ao ano anterior. Em moeda local, as vendas reduziram-se em 2,2%, com um LFL de -10,3%.

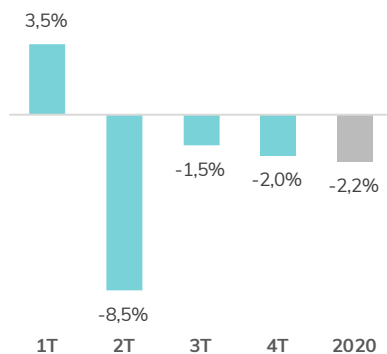
No 4T, com os centros comerciais fechados em Novembro, as vendas caíram 13,9% (-18,0% em euros), com o LFL a fixar-se em -12,5%.

A Hebe abriu 22 novas lojas em 2020 e encerrou os 28 estabelecimentos que operavam exclusivamente como farmácias, tendo acabado o ano com uma rede de 266 localizações.

Em **Portugal**, o ambiente de consumo foi pressionado pelos efeitos das medidas implementadas para controlar a pandemia, com sinais claros de *trading down* no Retalho Alimentar a serem registados logo desde o primeiro momento. A inflação alimentar foi de 2,1% no ano.



LFL Pingo Doce *



O **Pingo Doce** esteve particularmente exposto à redução da circulação de pessoas, quer pelo seu histórico de elevada densidade de vendas e número de visitas, quer pelo impacto que a ausência de tráfego tem nos restaurantes, cafés e na categoria de Take Away da insígnia, a que se juntou, a partir de Novembro, o encerramento das lojas nas tardes dos dias de fim de semana.

Fiel à decisão estratégica de proteger a sua proposta de valor independentemente das circunstâncias, a Companhia investiu em actividade comercial e em comunicação ao longo do ano, aumentando progressivamente a sua capacidade de mitigação dos impactos sobre as vendas resultantes das medidas de confinamento.

* LFL excluindo combustível

Consciente da situação económica frágil de muitas famílias, o Pingo Doce manteve a forte dinâmica promocional que caracteriza a sua maneira de estar no negócio, reflectida no lançamento de mais de 180 campanhas promocionais, realizando numerosos descontos imediatos com cartão Poupa Mais.

A insígnia foi capaz de manter o ritmo de inovação enquanto respondia aos desafios de curto prazo, e colocou no mercado 259 novos produtos de Marca Própria, tendo ainda realizado 20 reformulações com o objectivo de reduzir sal, açúcar e gorduras. Sendo um pilar fundamental de responsabilidade social da Companhia, a promoção de uma alimentação saudável foi ainda reforçada no ano com o lançamento de um conjunto de acções, receitas e produtos sob a marca *Juliana*, no âmbito de um projecto de homenagem e incentivo à adopção da dieta mediterrânica à portuguesa.

No Pingo Doce, numa iniciativa que se estendeu ao Recheio, foram eliminados os microplásticos de toda a sua gama de Marca Própria nas categorias de higiene pessoal, cosmética e detergentes, num total de 520 produtos com estas características.

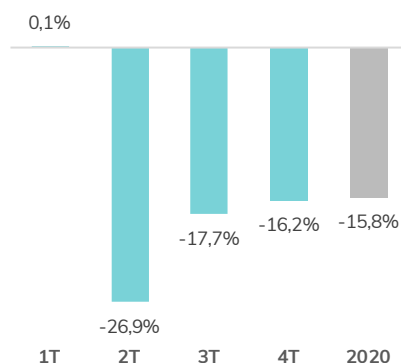
As vendas da insígnia reduziram-se em 1,9% para 3,9 mil milhões de euros, incluindo um LFL (excluindo combustível) de -2,2%. Importa referir que a inflação do cabaz foi abaixo da inflação alimentar no país e cifrou-se em -1,0%.

No 4T as vendas caíram 0,8% com um LFL (excluindo combustível) de -2,0%.

A insígnia abriu 13 novas lojas, terminando o ano com uma rede de 453 localizações, e procedeu a 20 remodelações.



LFL Recheio



O **Recheio** viu a actividade muito afectada pela queda dramática registada no canal HoReCa, que representava mais de 35% das suas vendas. Para além do impacto das medidas de confinamento, que forçou, em determinados períodos, o encerramento de hotéis, restaurantes e cafés, acresce o facto de o consumo alimentar fora de casa - que, em Portugal, é em grande parte suportado pelo turismo - ter sofrido também em resultado da retracção da procura dos consumidores locais.

A Companhia lutou para defender a sua competitividade junto de todos os segmentos, tendo o Retalho Tradicional registado um desempenho muito positivo.

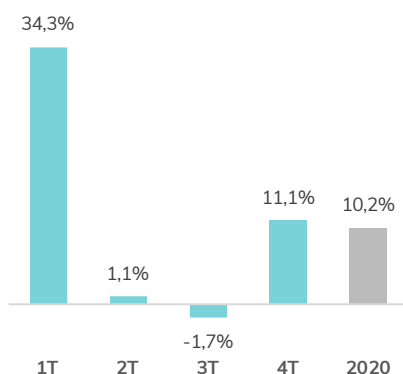
O Recheio registou vendas de 847 milhões de euros, uma redução de 15,9% em relação a 2019, com o LFL a cifrar-se em -15,8%.

No 4T as vendas caíram 16,7%, com um LFL de -16,2%.

Na **Colômbia**, as medidas de confinamento mantiveram-se em vigor desde o início de Abril até ao final de Agosto, com um impacto muito relevante na economia do país e na perda de poder de compra das famílias. Em Setembro, o país levantou progressivamente as medidas restritivas e registou-se o final do recolher obrigatório na generalidade dos municípios e o regresso à normal circulação de pessoas.



LFL Ara



A **Ara** focou-se, com sucesso, em proteger a força da sua proposta de valor durante o período de confinamento e viu as suas vendas reagirem positivamente ao levantamento das medidas de restrição à circulação de pessoas.

Reforçando a competitividade de preço, a insígnia continuou também a investir no desenvolvimento da sua Marca Própria, cujo sortido conta mais de 600 produtos que têm um peso de 44% nas vendas, correspondendo a uma base de quase duas centenas de fornecedores locais.

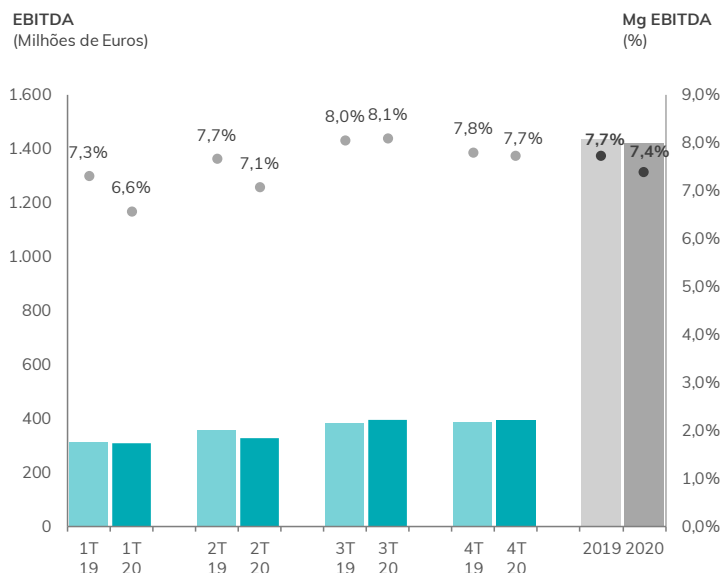
No ano, a Ara registou um crescimento das vendas de 8,9% (+24,4% em moeda local) para os 854 milhões de euros, com um LFL de 10,2%. No 4T, as vendas, em moeda local, aumentaram 22,8% (+6,6% em euros), com um LFL de 11,1%.

A insígnia abriu, no ano, 56 novas lojas (47 adições líquidas), terminando 2020 com uma rede de 663 localizações.

DESEMPENHO DE RESULTADOS

O **EBITDA** do Grupo cifrou-se nos 1.423 milhões de euros, 1,0% abaixo de 2019. A taxas de câmbio constantes, o EBITDA registou um crescimento de 1,9%. A respectiva margem foi de 7,4% (7,7% em 2019).

EBITDA & Margem EBITDA - JM Consolidado



O desempenho da margem incorpora o impacto negativo da desalavancagem operacional dos negócios, que registaram uma pressão acrescida sobre o desempenho das vendas e o aumento dos custos directos incorridos pelas insígnias no contexto da pandemia e que se estimam em cerca de 41 milhões de euros. No 4T, o EBITDA do Grupo atingiu 394 milhões de euros, 1,6% acima do 4T 19 (+6,2% a taxas de câmbio constantes), com a margem a cifrar-se em 7,7% (7,8% no 4T 19). O bom desempenho do 4T reflecte o sólido crescimento das vendas e a entrega

continuada por todas as Companhias dos respectivos programas de contenção de custos.

A **Biedronka** registou um EBITDA de 1.252 milhões de euros, 5,7% acima do ano anterior (+9,3% a taxa de câmbio constante). A margem EBITDA foi de 9,3% versus 9,4% em 2019.

No 4T, o EBITDA cresceu 5,6% (+10,9% em moeda local) com uma margem de 9,5%, em linha com o 4T 19.

O sólido crescimento LFL, a gestão eficaz do mix de vendas e a disciplina acrescida de custos permitiram à Companhia manter uma forte dinâmica promocional e, simultaneamente, proteger a sua rentabilidade.

O **Pingo Doce** registou um EBITDA de 223 milhões de euros, 15,4% abaixo do ano anterior, com uma margem de 5,8% (6,7% em 2019). Esta redução de margem reflecte os custos adicionais relacionados com a gestão da operação num contexto de pandemia e o desempenho negativo das vendas, a não permitir a diluição dos custos. A Companhia manteve ainda uma intensa dinâmica comercial, intensificada no 4T face às medidas mais restritivas, o que lhe permitiu reforçar a sua proposta de valor mesmo em circunstâncias difíceis.

O **Recheio** atingiu um EBITDA de 33 milhões de euros, 45,6% abaixo do ano anterior em resultado da queda das vendas. A margem EBITDA foi de 3,9% (6,0% em 2019).

A margem EBITDA combinada do Pingo Doce e do Recheio foi, no ano, de 5,4% (6,5% em 2019) e, no 4T, de 5,3% (6,4% no 4T 19).

O EBITDA da **Hebe** cifrou-se em 19 milhões de euros, um decréscimo de 7,6% em relação ao ano anterior, reflectindo a pressão sobre as vendas. No 4T, o EBITDA foi de 8 milhões de euros, abaixo dos 11 milhões de euros registados no 4T 19.

A **Ara** registou uma redução das perdas EBITDA de -28 milhões de euros em 2019 para -20 milhões de euros em 2020, beneficiando da desvalorização do peso colombiano e da redução de 18,9% das perdas em moeda local. No segundo trimestre do ano, a Companhia começou a adaptar a operação a um contexto muito desafiante, iniciando uma rigorosa reestruturação a par de um programa de optimização de custos, o que permitiu mitigar os impactos da pandemia na rentabilidade, e manter a tendência de diminuição das perdas ao nível do EBITDA que se tinha iniciado em 2019.

No 4T do ano, o EBITDA atingiu, 2 milhões de euros versus os -3 milhões de euros registados no 4T 19.

Os **custos financeiros líquidos** foram de 180 milhões de euros, tendo aumentado em relação aos 159 milhões de euros registados em 2019. Estes custos incluem o reconhecimento de perdas de conversão cambial no montante de 21 milhões de euros, relativas a ajustes de valor na capitalização de locações operacionais na Polónia denominadas em euros.

As **outras perdas e ganhos** foram de -50 milhões de euros, traduzindo custos de reestruturação e *write-offs* relativos a ajustes na rede de lojas da Ara e ao encerramento das farmácias da Hebe. Compreendem ainda o reforço, no contexto da pandemia, de provisões para valores a receber e para depreciação de stocks, bem como a distribuição às equipas do Grupo que trabalharam na linha da frente de um reconhecimento num valor total equivalente a c.19 milhões de euros.

O **capex** cifrou-se em 470 milhões de euros, dos quais 64% foram absorvidos pela Biedronka.

O **cash flow** gerado no ano atingiu 516 milhões de euros, acima dos 494 milhões de euros registados em 2019. Este bom desempenho reflecte a solidez dos vários negócios, a gestão criteriosa do capital circulante e também uma redução de pagamentos de capex no seguimento da redução do programa de investimento executado.

A **posição líquida de caixa**, excluindo as responsabilidades com as locações operacionais capitalizadas, foi de 509 milhões de euros.

Num ano particularmente desafiante, o **Pre-Tax ROIC** manteve-se estável, cifrando-se em 16,5% (16,3% em 2019).

Importa também destacar que, nestes tempos conturbados e tendo que lidar com tantas novas fontes de pressão, os nossos negócios registaram ainda progressos relevantes no desenvolvimento das iniciativas estabelecidas com o objectivo de fazer a diferença junto de todos os nossos stakeholders.

A acção junto dos colaboradores foi, como sempre, a primeira prioridade. Para além das medidas tomadas desde o início para proteger os membros das equipas potencialmente mais vulneráveis em situação de infecção, houve ao longo de todo o ano um reforço dos mecanismos já existentes e da sua divulgação no sentido de intervir precocemente em situações de emergência que pudessem afectar as famílias daqueles que trabalham no Grupo.

Por forma a apoiar as comunidades mais carenciadas no contexto de crise pandémica, a Biedronka aumentou em mais de 300 o número de lojas que colaboram com os bancos alimentares e outras instituições de solidariedade social e assumiu o compromisso de propor anualmente a alocação de parte dos seus lucros à Fundação Biedronka, lançada em Março de 2020 com a missão de contribuir para a melhoria da qualidade de vida dos idosos mais vulneráveis, num país fortemente marcado pelo envelhecimento demográfico. Em 2020 esta contribuição, incluída no EBITDA do Grupo, foi de c.11 milhões de euros.

Logo em Março, o Pingo Doce iniciou o apoio a profissionais de saúde dos hospitais públicos do país que se encontravam na linha da frente do combate à pandemia com a entrega de mais de 220 mil lanches a 31 hospitais e unidades de saúde públicos, tendo repetido esta acção em Dezembro. Nos dias que antecederam o Natal, o Pingo Doce ofereceu ainda um cabaz de Natal a 19.700 profissionais que combatem a pandemia, em mais de 30 hospitais.

Tendo estado permanentemente ao lado do consumidor, criando oportunidades de poupança em todos os países em que operam, as insígnias do Grupo apoiaram também os fornecedores com reduções, sempre que necessário, do prazo de pagamento para os pequenos produtores e com a execução de campanhas específicas de promoção das produções nacionais.

A Biedronka criou um programa através do qual os pequenos produtores podem entrar em contacto com a Companhia para escoarem os seus produtos e que, no final de 2020, já tinha levado à colaboração com mais de 140 novos pequenos produtores.

Também o Pingo Doce assumiu de imediato, no contexto da pandemia, a liderança no apoio à produção portuguesa, aumentando as compras de produtos mais afectados pela contracção da procura e promovendo o seu escoamento junto dos consumidores, assegurando a sua comercialização e, mantendo protegidas as margens para os produtores.

Na mesma linha, e por forma a atenuar o impacto da pandemia nos seus fornecedores nacionais, o Recheio lançou uma campanha de apoio a produtos portugueses, sob o mote "Pelo nosso bem, compre o que Portugal tem", fomentando a compra destes produtos pelos seus clientes.

Num ano em que fomos chamados a estar junto de colaboradores, clientes, fornecedores e comunidades, soubemos mobilizar esforços e recursos e marcámos a diferença.

Importa referir que também na área ambiental nos mantivemos no caminho traçado e é de assinalar que, o Grupo já começou a seguir as recomendações do TCFD (Task Force on Climate-related Financial Disclosures) quanto ao relato dos impactos financeiros associados às alterações climáticas.

No contexto do nosso compromisso com o tema das alterações climáticas, Jerónimo Martins obteve, pela segunda vez consecutiva, uma pontuação global de “A-” no CDP Forests 2020 para todas as commodities avaliadas: óleo de palma, soja, carne bovina e papel e madeira, sendo o único retalhista alimentar a nível mundial a obter o nível liderança para todas as commodities.

PROPOSTA DE DISTRIBUIÇÃO DE DIVIDENDOS

O Grupo termina 2020 bem preparado, com uma inquestionável solidez de balanço e com posições competitivas reforçadas, que lhe permitirão lidar com os desafios de uma envolvente que, em 2021, ainda vai ser impactada pela pandemia de Covid-19.

Assim, entende o Conselho de Administração propor à Assembleia Geral de Accionistas a distribuição de 181 milhões de euros em dividendos, correspondente à aplicação da política definida.

Esta proposta corresponde a um dividendo bruto de 0,288 euros por acção (excluindo as 859 mil acções próprias em carteira) e representa um payout de cerca de 50% dos resultados líquidos consolidados, excluídos os efeitos da aplicação da IFRS16.

A proposta de distribuição de dividendos permite ao Grupo preservar total flexibilidade para acelerar os seus planos de expansão e aproveitar qualquer potencial oportunidade de crescimento não orgânico, mantendo, em simultâneo, um balanço forte.

+351 21 752 61 05

investor.relations@jeronimo-martins.com

Cláudia Falcão claudia.falcao@jeronimo-martins.com

Hugo Fernandes hugo.fernandes@jeronimo-martins.com

CALENDÁRIO FINANCEIRO

Assembleia Geral de Accionistas: 8 de Abril de 2021

Resultados do 1.º Trimestre 2021: 28 de Abril de 2021 (após encerramento do mercado)

Resultados do 1.º Semestre 2021: 28 de Julho de 2021 (após encerramento do mercado)

Resultados dos Primeiros Nove Meses 2021: 27 de Outubro de 2021 (após encerramento do mercado)

AVISO LEGAL

Este comunicado inclui afirmações que não se referem a factos passados e que se referem ao futuro e que envolvem riscos e incertezas que podem levar a que os resultados reais sejam materialmente diferentes daqueles indicados em afirmações sobre o futuro. Os riscos e incertezas, que aumentaram em resultado da pandemia de Covid-19, advêm de factores para além do controlo e capacidade de previsão de Jerónimo Martins, tal como condições macroeconómicas, medidas tomadas pelo Governos na gestão dos efeitos da pandemia de Covid-19 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 actualizar informação contida nesta apresentação ou de notificar um participante no evento de que qualquer assunto aqui afirmado mude ou se torne incorrecto, excepto quando exigido por lei ou regulamento específico.

ANEXOS
1. Demonstrações
Financeiras

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS POR FUNÇÕES

(Milhões de Euros)	IFRS16		Excl. IFRS16	
	2020	2019	2020	2019
Vendas e Prestação de Serviços	19.293	18.638	19.293	18.638
Custo das Vendas	-15.067	-14.563	-15.067	-14.563
Margem	4.227	4.076	4.227	4.076
Custos de Distribuição	-3.203	-3.031	-3.289	-3.104
Custos Administrativos	-334	-322	-336	-324
Outras Perdas e Ganhos Operacionais	-50	-16	-50	-16
Resultados Operacionais	639	706	552	631
Custos Financeiros Líquidos	-180	-159	-32	-29
Ganhos/Perdas em Outros Investimentos	0	2	0	2
Ganhos em Joint Ventures e Associadas	0	0	0	0
Resultados Antes de Impostos	459	549	520	604
Imposto sobre o Rendimento do Exercício	-136	-128	-146	-137
Resultados Líquidos (antes de int. que não controlam)	323	421	374	467
Interesses que não Controlam	-11	-31	-13	-34
Resultados Líquidos Atribuíveis a JM	312	390	361	433

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS (Perspectiva da Gestão)

(Milhões de Euros)	(Excl. IFRS16)					(Excl. IFRS16)						
	2020	2019	Δ	4T 20	4T 19	Δ	2020	2019	Δ	2020	2019	Δ
Vendas e Prestação de Serviços	19.293	18.638	3,5%	5.096	4.976	2,4%	19.293	18.638	3,5%	19.293	18.638	3,5%
Margem	4.227	4.076	3,7%	1.110	1.085	2,4%	4.227	4.076	3,7%	4.227	4.076	3,7%
Custos Operacionais	-3.203	-3.031	5,7%	-817	-796	2,6%	-3.203	-3.031	5,7%	-3.203	-3.031	5,7%
EBITDA	1.024	1.045	-2,0%	293	288	1,8%	1.024	1.045	-2,0%	1.024	1.045	-2,0%
Depreciação	-422	-397	6,1%	-111	-104	7,6%	-422	-397	6,1%	-422	-397	6,1%
EBIT	602	648	-7,0%	182	185	-1,5%	602	648	-7,0%	602	648	-7,0%
Custos Financeiros Líquidos	-32	-29	10,2%	-7	-6	27,5%	-32	-29	10,2%	-32	-29	10,2%
Ganhos em Joint Ventures e Associadas	0	0	n.a.	0	0	n.a.	0	0	n.a.	0	0	n.a.
Outras Perdas e Ganhos	-50	-15	n.a.	-29	-9	n.a.	-50	-15	n.a.	-50	-15	n.a.
EBT	520	604	-13,9%	145	170	-14,6%	520	604	-13,9%	520	604	-13,9%
Imposto sobre o Rendimento do exercício	-146	-137	6,6%	-42	-30	39,8%	-146	-137	6,6%	-146	-137	6,6%
Resultados Líquidos	374	467	-19,9%	103	139	-26,4%	374	467	-19,9%	374	467	-19,9%
Interesses que não Controlam	-13	-34	-61,0%	-2	-9	-78,3%	-13	-34	-61,0%	-13	-34	-61,0%
Resultados Líquidos atribuíveis a JM	361	433	-16,6%	101	130	-22,8%	361	433	-16,6%	361	433	-16,6%
Res. Líquido / acção (€)	0,57	0,69	-16,6%	0,16	0,21	-22,8%	0,57	0,69	-16,6%	0,57	0,69	-16,6%
Res. Líquido / acção sem Outras Perdas e Ganhos (€)	0,63	0,70	-10,2%	0,19	0,22	-10,6%	0,63	0,70	-10,2%	0,63	0,70	-10,2%

BALANÇO CONSOLIDADO

(Milhões de Euros)	(Excl. IFRS16)	
	2020	2019
Goodwill Líquido	620	641
Activo Fixo Líquido	3.967	4.140
Capital Circulante Total ¹	-2.861	-2.788
Outros	115	86
Capital Investido	1.842	2.079
Total de Empréstimos	524	732
Loações Financeiras	11	17
Acréscimos e Diferimentos de Juros	-3	3
Caixa e Equivalentes de Caixa ¹	-1.041	-949
Dívida Líquida ¹	-509	-196
Interesses que não Controlam	255	257
Capital Social	629	629
Reservas e Resultados Retidos	1.467	1.389
Fundos de Accionistas	2.351	2.275

¹ A Dívida Líquida foi reajustada para os comparativos de 2019. A rubrica de Fundos Fixos de Caixa, anteriormente apresentada no Capital Circulante Total, passou a integrar a linha de Caixa e Equivalentes de Caixa.

CASH FLOW

(Milhões de Euros)	(Excl. IFRS16)	
	2020	2019
EBITDA	1.024	1.045
Pagamento de Juros	-26	-30
Outros Itens Financeiros	0	0
Imposto sobre o Resultado	-174	-155
Fundos Gerados pelas Operações	824	861
Pagamento de Capex	-510	-577
Variação de Capital Circulante	246	220
Outros	-44	-9
Cash Flow	516	494

DETALHE DE EBITDA

(Million Euro)	IFRS16				Excl. IFRS16			
	2020	Mg	2019	Mg	2020	Mg	2019	Mg
Biedronka	1,252	9.3%	1,185	9.4%	979	7.3%	918	7.3%
Pingo Doce	223	5.8%	264	6.7%	160	4.1%	200	5.1%
Recheio	33	3.9%	60	6.0%	28	3.3%	55	5.5%
Ara	-20	n.a.	-28	n.a.	-53	n.a.	-62	n.a.
Hebe	19	7.6%	20	7.7%	-4	n.a.	0	n.a.
Others & Cons. Adjustments	-84	n.a.	-63	n.a.	-86	n.a.	-66	n.a.
JM Consolidated	1,423	7.4%	1,437	7.7%	1,024	5.3%	1,045	5.6%

RESULTADOS FINANCEIROS

(Milhões de Euros)	IFRS16		Excl. IFRS16	
	2020	2019	2020	2019
Juros Líquidos	-20	-23	-20	-23
Juros de Locações Operacionais Capitalizadas	-127	-132	-	-
Diferenças Cambiais	-28	2	-6	0
Outros	-7	-6	-7	-6
Resultados Financeiros	-180	-159	-32	-29

DETALHE DE VENDAS

(Milhões de Euros)	2020					2019					Δ %		
	% total		% total		excl. FX	Euro	% total		% total	excl. FX	Euro		
Biedronka	13.465	69.8%	12.621	67.7%	10.4%	6.7%	3.555	69.8%	3.384	68.0%	10.4%	5.1%	
Pingo Doce	3.869	20.1%	3.945	21.2%		-1.9%	1.025	20.1%	1.033	20.8%		-0.8%	
Recheio	847	4.4%	1.007	5.4%		-15.9%	208	4.1%	249	5.0%		-16.7%	
Ara	854	4.4%	784	4.2%	24.4%	8.9%	238	4.7%	224	4.5%	22.8%	6.6%	
Hebe	245	1.3%	259	1.4%	-2.2%	-5.4%	65	1.3%	79	1.6%	-13.9%	-18.0%	
Outros & Ajustes de Consolidação	14	0.1%	23	0.1%		-39.7%	4	0.1%	6	0.1%		-33.6%	
Total JM	19.293	100%	18.638	100%	6.7%	3.5%	5.096	100%	4.976	100%	6.8%	2.4%	

CRESCIMENTO DAS VENDAS

	Crescimento Total de Vendas							Crescimento LFL						
	1T 20	2T 20	1S 20	3T 20	9M 20	4T 20	2020	1T 20	2T 20	1S 20	3T 20	9M 20	4T 20	2020
Biedronka														
Euro	12,6%	3,4%	7,8%	6,4%	7,3%	5,1%	6,7%							
PLN	13,2%	8,7%	10,9%	9,3%	10,3%	10,4%	10,4%	11,1%	4,8%	7,8%	6,0%	7,2%	6,9%	7,1%
Hebe														
Euro	14,6%	-16,6%	-1,7%	3,5%	0,1%	-18,0%	-5,4%							
PLN	15,2%	-11,8%	1,2%	6,4%	3,0%	-13,9%	-2,2%	-1,7%	-26,6%	-14,8%	1,7%	-9,4%	-12,5%	-10,3%
Pingo Doce														
	3,5%	-8,8%	-2,9%	-1,2%	-2,3%	-0,8%	-1,9%	2,8%	-10,2%	-4,0%	-2,5%	-3,5%	-3,1%	-3,4%
Excl. combustível	4,3%	-7,1%	-1,6%	-0,1%	-1,1%	0,4%	-0,7%	3,5%	-8,5%	-2,8%	-1,5%	-2,3%	-2,0%	-2,2%
Recheio														
	0,2%	-26,7%	-14,4%	-17,5%	-15,6%	-16,7%	-15,9%	0,1%	-26,9%	-14,5%	-17,7%	-15,7%	-16,2%	-15,8%
Ara														
Euro	38,9%	0,5%	18,8%	-5,6%	9,9%	6,6%	8,9%							
COP	52,3%	16,7%	33,4%	10,9%	25,1%	22,8%	24,4%	34,3%	1,1%	16,6%	-1,7%	9,8%	11,1%	10,2%
Total JM														
Euro	11,0%	-1,3%	4,6%	2,7%	3,9%	2,4%	3,5%							
Excl. FX	12,0%	3,1%	7,3%	5,4%	6,6%	6,8%	6,7%	9,5%	-0,7%	4,2%	2,2%	3,5%	3,5%	3,5%

PARQUE DE LOJAS

Número de Lojas	2019	Aberturas				Encerramentos 2020	2020
		1T 20	2T 20	3T 20	4T 20		
Biedronka	3.002	11	23	18	77	16	3.115
Hebe	273	8	3	1	10	29	266
Pingo Doce	441	1	2	6	4	1	453
Recheio	42	0	0	0	0	0	42
Ara	616	19	4	10	23	9	663

Área de Venda (m ²)	2019	Aberturas				Encerramentos/ Remodelações 2020	2020
		1T 20	2T 20	3T 20	4T 20		
Biedronka	2.021.345	8.394	16.694	12.708	51.991	-9.205	2.120.337
Hebe	66.805	2.109	703	240	2.378	2.897	69.338
Pingo Doce	513.272	102	2.496	3.771	4.207	712	523.136
Recheio	133.826	0	0	0	0	-102	133.928
Ara	207.982	6.235	1.502	3.622	7.812	3.335	223.818

CAPITAL CIRCULANTE

(Milhões de Euros)	IFRS16		Excl. IFRS16	
	2020	2019	2020	2019
Existências	982	1.048	982	1.048
em dias de vendas	19	21	19	21
Clientes	36	61	36	61
em dias de vendas	1	1	1	1
Fornecedores	-3.190	-3.234	-3.190	-3.234
em dias de vendas	-60	-63	-60	-63
Capital Circulante Trade	-2.172	-2.125	-2.172	-2.125
em dias de vendas	-41	-42	-41	-42
Outros	-693	-668	-689	-663
Capital Circulante Total ¹	-2.864	-2.793	-2.861	-2.788
em dias de vendas	-54	-55	-54	-55

¹ A rubrica de Fundos Fixos de Caixa, anteriormente apresentada no Capital Circulante Total, passou a integrar a linha de Caixa e Equivalentes de Caixa.

INVESTIMENTO

(Milhões de Euros)	2020	Peso	2019	Peso
Biedronka	302	64%	388	57%
Pingo Doce	91	19%	143	21%
Recheio	10	2%	25	4%
Ara	30	6%	98	14%
Outros	37	8%	25	4%
Investimento Total	470	100%	678	100%

DETALHE DE EMPRÉSTIMOS

(Milhões de Euros)	2020	2019
Empréstimos de Médio Longo Prazo	364	309
% do Total de Empréstimos	69,5%	42,2%
Maturidade Média (anos)	6,7	3,3
Empréstimos de Curto Prazo	160	424
% do Total de Empréstimos	30,5%	57,8%
Total de Empréstimos	524	732
Maturidade Média (anos)	5,1	1,7
% Total de Empréstimos em Euros	0,0%	6,8%
% Total de Empréstimos em Zlotys	41,7%	46,1%
% Total de Empréstimos em Pesos Colombianos	58,3%	47,1%

2. Notas

Vendas like-for-like (LFL): vendas das lojas 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 de Reconciliação

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS

Seguindo as orientações da ESMA de Outubro de 2015 sobre Medidas Alternativas de Desempenho

Demonstração dos Resultados neste Comunicado (Perspectiva da Gestão)	Demonstração Consolidada dos Resultados por Funções (nas Demonstrações Financeiras Consolidadas)
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 o valor de Depreciações e amortizações (nota 3.2. Reporte por segmentos de actividade)
EBITDA	
Depreciação	Valor reflectido na nota 3.2. Reporte por segmentos de actividade
EBIT	
Custos Financeiros Líquidos	Custos financeiros líquidos
Ganhos 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 Accionistas 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 (nas Demonstrações Financeiras Consolidadas)
Goodwill Líquido	Valor do Goodwill líquido apresentado na nota 9. Activos intangíveis
Activo Fixo Líquido	Inclui as linhas de Activos tangíveis e intangíveis excluindo o Goodwill líquido (nota acima) e Locações financeiras (nota abaixo)
Direitos de Uso Líquido	Inclui a linha de Direitos de uso deduzido do valor referente aos Activos de locações financeiras (2020: €12,4 milhões; 2019: €17,1 milhões) nos termos da norma IAS 17 que vigorava antes da adopção da IFRS16
Capital Circulante Total	Inclui as linhas de Devedores, Acréscimos e diferimentos correntes; Existências; Activos biológicos; Credores, acréscimos e diferimentos; Benefícios de empregados, assim como, o valor de €-14,9 milhões relativo a Outros valores de natureza operacional. Exclui a linha de Acréscimos e diferimentos de juros (nota 18.3. Dívida financeira líquida).
Outros	Inclui as linhas de Propriedades de investimento, Partes de capital em <i>joint ventures</i> e associadas; Outros investimentos financeiros; Devedores, acréscimos e diferimentos não correntes; Impostos diferidos activos e passivos; Impostos sobre o rendimento a receber e a pagar; Provisões para riscos e encargos. Exclui o valor de €-14,9 milhões relativo a Outros valores de natureza operacional, assim como, quando aplicável, Depósitos colaterais associados à Dívida financeira (nota 14. Devedores, acréscimos e diferimentos)
Capital Investido	
Total de Empréstimos	Inclui as linhas de Empréstimos obtidos correntes e não correntes
Locações Financeiras	Valor reflectido nas linhas de Responsabilidades com locações correntes e não correntes, excluindo as responsabilidades com locações financeiras (nota abaixo)
Locações Operacionais Capitalizadas	Responsabilidades com locações financeiras (2020: €11,5 milhões; 2019: €16,5 milhões) nos termos da norma IAS 17 que vigorava antes da adopção do IFRS16.
Acréscimos e Diferimentos de Juros	Inclui a linha de Instrumentos financeiros derivados, assim como, a linha de Acréscimos e diferimentos de juros (nota 18.3. Dívida financeira líquida)
Caixa e Equivalentes de Caixa	Inclui a linha de Caixa e equivalentes caixa, assim como, quando aplicável, Depósitos colaterais associados à Dívida financeira (nota 14. 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; Acções próprias; Outras reservas e Resultados retidos
Fundos de Accionistas	

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 (nas Demonstrações Financeiras Consolidadas)
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 (€10,9 milhões)
Pagamento de Locações Operacionais Capitalizadas	Inclui a linha de Pagamento de locações, excluída do montante de €4,1 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 activos fixos tangíveis e activos intangíveis; Alienação de outros investimentos financeiros e propriedades de investimento; Aquisição de activos fixos tangíveis e activos intangíveis; Aquisição de outros investimentos financeiros e propriedades de investimento. Inclui ainda aquisições de activos fixos tangíveis classificados como locação financeira ao abrigo de anteriores normativos (€0,0 milhões)
Variação de Capital Circulante	Inclui as Variações de capital circulante, acrescidas de rubricas que não geraram fluxo de caixa no montante de (€-56,5 milhões)
Outros	Inclui a linha Alienação de negócios (quando aplicável), e custos e proveitos que geraram fluxos de caixa, mas que não têm natureza operacional, no montante de €45,6 milhões
Cash Flow	Corresponde à Variação Líquida de caixa e equivalentes de caixa deduzida de Pagamentos e Recebimentos de dividendos, Variação líquida de empréstimos obtidos e variação de Depósitos colaterais associados a dívida financeira, acrescido das Aquisições de activos fixos tangíveis classificados como locação financeira (€0,0 milhões) e deduzido dos Pagamento de locações financeiras (€4,1 milhões), ambos ao abrigo de anteriores normativos