

Jerónimo Martins, SGPS, S.A.

Vendas 2005 – Informação Preliminar

Para mais informação
contactar:

Cláudia Falcão
claudia.falcao@jeronimo-
martins.pt
(+351- 21 752 61 05)

Hugo Fernandes
hugo.fernandes@jeronimo-
martins.pt
(+351- 21 752 61 05)

Próximo Evento:

Publicação de resultados do
ano de 2005 a 20 de
Fevereiro de 2006

(Calendário financeiro do
ano 2006 em anexo)

Os números neste
comunicado são
preliminares e não
auditados.

- O desempenho das vendas no ano 2005 cumpriu integralmente com as expectativas da Gestão.
As vendas líquidas consolidadas cresceram **9,4%** (+5,2% excluindo o efeito cambial) para 3.823 milhões de euros, reflectindo a sólida evolução das vendas das insígnias de retalho, que foi particularmente notável no último trimestre do ano.
As vendas líquidas do Grupo cresceram 8,7% nos últimos três meses do ano em relação ao mesmo período de 2004, (+5,7% excluindo o efeito cambial) para 1.047 milhões de euros.
- O Pingo Doce manteve o forte desempenho registado nos primeiros nove meses de 2005 com as vendas LFL a registarem um crescimento de **4,4%** no último trimestre do ano. Estes resultados foram atingidos mesmo com uma base de comparação mais exigente (+5,3% de crescimento LFL no quarto trimestre de 2004) e uma deflação do cabaz médio de 2,6% no período.
- Na Feira Nova, o reposicionamento do formato e a política de preços baixos implementada ao longo do ano originaram excelentes resultados. Os mini-hipers registaram um crescimento LFL de **5,3%** no último trimestre de 2005, traduzindo-se num incremento de cerca de 7% dos volumes. Também os grandes hipermercados apresentaram LFL positivo no último trimestre do ano (+0,8%).
- Na Polónia, as vendas da Biedronka atingiram 1.348 milhões de euros, um aumento de **27,3%** (+13,4% em zloty), comparado com igual período do ano anterior. Uma evolução muito positiva nos últimos três meses de 2005 (**+6%** de crescimento LFL) permitiu terminar o ano com um aumento das vendas LFL de 5,4%. O número de lojas abertas durante o ano (**84** lojas) ultrapassou as mais exigentes expectativas, tendo permitido atingir o número total de 805 lojas no final do ano.
- O Recheio registou uma evolução muito positiva no segmento HoReCa (**+5,5%** de crescimento de vendas no trimestre) que, no entanto, não foi suficiente para contrariar o declínio registado no segmento de retalho tradicional. As vendas totais da cadeia decresceram 2,4% em relação ao ano de 2004, tendo atingido 578 milhões de euros.
- Na Indústria, uma grande parte das marcas reagiu já de forma positiva às estratégias de reposicionamento implementadas. As vendas do ano aumentaram 1,9% (+4,5% em volume) em relação ao período homólogo para 241 milhões de euros.
- O plano de aberturas de lojas para o ano de 2006 está a desenvolver-se conforme o esperado. O Grupo manter-se-á focado na contínua competitividade de preços e nas melhorias de eficiência que lhe permitam fortalecer as suas posições de mercado, tanto em Portugal como na Polónia.

Vendas Líquidas Consolidadas

VENDAS LÍQUIDAS CONSOLIDADAS						
	2005		2004		Δ %	
	Mil. Eur	% total	Mil. Eur	% total	Pln	Euro
Vendas e Serviços						
Retalho Portugal	1.671	43,7%	1.589,2	45,5%	n.a.	5,1%
p.m. Vendas de lojas	1.538	40,2%	1.472,3	42,1%	n.a.	4,5%
Cash & Carry	578	15,1%	592,2	16,9%	n.a.	-2,4%
Madeira	105	2,7%	102,4	2,9%	n.a.	2,7%
Polónia - Biedronka	1.348	35,3%	1.059,1	30,3%	13,4%	27,3%
Indústria	241	6,3%	236,6	6,8%	n.a.	1,9%
Serviços e Retalho Especializado	69	1,8%	75,4	2,2%	n.a.	-8,0%
Total JM	3.823	100,0%	3.494,6	100,0%	n.a.	9,4%

Desempenho de vendas – Distribuição Portugal

DISTRIBUIÇÃO PORTUGAL										
	Vendas Δ%		N. Lojas			Área de Vendas (m2)			LFL	
	05/04	4T05/4T04	2005	2004	Δ	2005	2004	Δ	2005	4T05
Pingo Doce	5,3%	5,4%	179	178	1	149.158	146.089	3.069	4,6%	4,4%
Feira Nova	3,5%	6,1%	29	28	1	130.684	128.317	2.367	0,5%	2,7%
Hipers	-0,8%	0,8%	9	9	0	82.653	82.515	138	-0,8%	0,8%
Mini Hipers	10,3%	14,8%	20	19	1	48.031	45.802	2.229	2,2%	5,3%
Recheio	-2,4%	-2,5%	32	32	0	107.202	107.202	0	-3,0%	-4,3%
Madeira	2,7%	1,8%	15	14	1	13.697	11.982	1.715	-4,8%	-6,9%

Desempenho de vendas – Distribuição Polónia

DISTRIBUIÇÃO POLÓNIA												
	Vendas				N. Lojas			Área de vendas (m2)			LFL	
	2005 (Eur)	2005 (Pln)	4T05/4T04 (Eur)	4T05/4T04 (Pln)	2005	2004	Δ	2005	2004	Δ	2005 (Pln)	4T05 (Pln)
Biedronka	27,3%	13,4%	23,6%	14,2%	805	725	80	394.536	348.751	45.785	5,4%	6,0%

Calendário Financeiro 2006

Resultados do Ano 2005: 20 de Fevereiro 2006

Assembleia Geral de Accionistas: 31 de Março 2006

Resultados do 1º Trimestre 2006: 2 de Maio 2006

Resultados do 1º Semestre de 2006: 26 de Julho 2006

Resultados do 3º Trimestre de 2006: 24 de Outubro 2006