

**Jerónimo
Martins**

I

*O Grupo
Jerónimo Martins*

O Grupo Jerónimo Martins

1. Perfil e Estrutura.....	10
2. Posicionamento Estratégico.....	17

O presente Relatório e Contas do Grupo Jerónimo Martins (Grupo) abrange o período de 1 de janeiro a 31 de dezembro de 2024 e inclui as áreas de distribuição e de agroalimentar em Portugal e a área de distribuição na Polónia e na Colômbia, apresentando os resultados das entidades detidas direta e indiretamente por Jerónimo Martins, SGPS, S.A. Durante o ano, o Grupo desenvolveu ainda atividade noutros países, nomeadamente em Marrocos, na área agroalimentar (aquacultura), e no retalho especializado, com a Hebe a expandir as suas operações, a partir da Polónia, para a Chéquia e Eslováquia. Uma vez que se trata de operações em início de atividade, sem dimensão e sem expressão relevante no desempenho do Grupo, as mesmas encontram-se integradas nas respetivas unidades de negócio.

1. Perfil e Estrutura

1.1. Identidade e competências

Carteira de ativos

Jerónimo Martins é um Grupo económico, sediado em Portugal, com mais de 230 anos de experiência no negócio alimentar, indo ao encontro das necessidades diárias de milhões de consumidores através de uma proposta de valor assente em disponibilizar alimentos de qualidade a preços competitivos. A distribuição alimentar é a principal atividade e vale mais de 98% das vendas consolidadas.

O Grupo detém posições de liderança no retalho alimentar na Polónia e em Portugal, e uma presença cada vez mais relevante na Colômbia. Em 2024, alcançou vendas de 33,5 mil milhões de euros e um EBITDA de 2,2 mil milhões de euros. Terminou o ano de 2024 com 139.907 colaboradores e uma capitalização bolsista de 11,6 mil milhões de euros na Euronext Lisbon.



A cadeia de lojas alimentares **Biedronka**, que alia localizações de proximidade e qualidade de sortido aos preços mais competitivos no mercado polaco, é o maior negócio do Grupo, representando c.70% das suas vendas e c.80% do EBITDA. Líder incontestável de vendas no retalho alimentar na Polónia, manteve uma forte dinâmica comercial, garantindo a sua liderança de preço em 2024 e reforçando a sua quota de mercado. Em simultâneo, desenvolveu a sua operação na Eslováquia, que arranca no início de 2025. A Companhia oferece ainda diversas modalidades de venda online, incluindo entregas ultrarrápidas (q-commerce) sob a marca Biek, outras soluções de encomenda e entrega em parceria com *players* de e-commerce, e produtos não-alimentares através do sítio zakupy.biedronka.pl.



Ainda na Polónia, a **Hebe** opera no retalho especializado de produtos de saúde e beleza, gerindo um vasto sortido a preços competitivos e com serviço de aconselhamento nas lojas. Em 2024 a Hebe continuou a apostar na sua abordagem omnicanal, alavancando numa estratégia comercial competitiva e num sortido de qualidade, e com muitos produtos exclusivos. Prosseguindo a sua expansão, e por forma a dar suporte à operação online internacional, a Companhia opera também duas lojas físicas na Eslováquia e três na Chéquia.

Em Portugal, o Grupo ocupa também uma posição cimeira na distribuição alimentar. Opera as insígnias **Pingo Doce** e **Recheio** que lideram, respetivamente, os formatos de supermercado e cash & carry no país.



O Pingo Doce opera uma cadeia de supermercados e incorpora uma área com restaurante em grande parte das suas lojas, sendo já a maior rede de restauração do país. Tem duas cozinhas centrais que, além dos restaurantes, abastecem também a operação de *takeaway* das lojas. O Pingo Doce opera ainda as parafarmácias **Bem-Estar** e postos de abastecimento de combustível.



O Recheio opera uma cadeia de lojas de cash & carry e tem vindo a reforçar o seu modelo de negócio com uma operação especializada em food service, através de plataformas dedicadas que

servem essencialmente os clientes HoReCa, com serviço de entrega. O Recheio continua a expandir uma rede de parceiros do retalho tradicional sob a insígnia **Amanhecer**.



Na Colômbia, a **Ara** opera 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. Ainda na Colômbia, a **Bodega Del Canasto** (BdC) opera um formato de mini cash & carry, sendo um distribuidor para o mercado tradicional (B2B) com uma solução customizada de Marcas Próprias e marcas de indústria.

Jerónimo Martins Agro-Alimentar

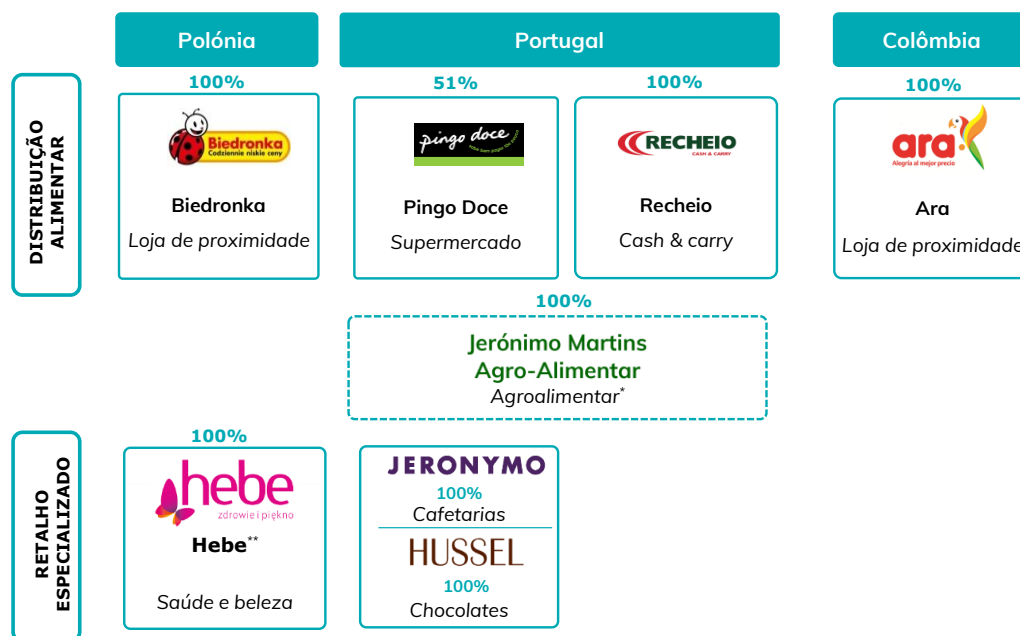
A **Jerónimo Martins Agro-Alimentar (JMA)** desenvolve atividade, através das suas participadas em Portugal e Marrocos, em quatro áreas de produção agroalimentar: laticínios, agropecuária, aquacultura, e frutas e vegetais. Possui ainda um investimento relevante na empresa Andfjord Salmon na Noruega. Assume como principais objetivos salvaguardar a capacidade de as Companhias do Grupo se abastecerem de alguns produtos estratégicos e criar diferenciação de qualidade.



O Grupo opera ainda duas cadeias especializadas em Portugal: as cafetarias e quiosques de café **Jeronymo**, e as lojas de chocolates e confeitaria **Hussel**.

Mais informações acerca das Companhias do Grupo podem ser consultadas no capítulo 2 deste Relatório e Contas em "Desempenho das áreas de negócio".

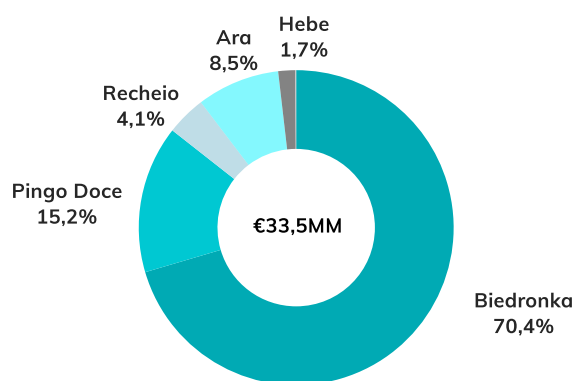
Estrutura de negócios



*Inclui uma operação de aquacultura em Marrocos, ainda sem expressão relevante no Grupo.

**Inclui operações internacionais na Chéquia e na Eslováquia, ainda sem expressão relevante no Grupo.

Vendas por Área de Negócio 2024



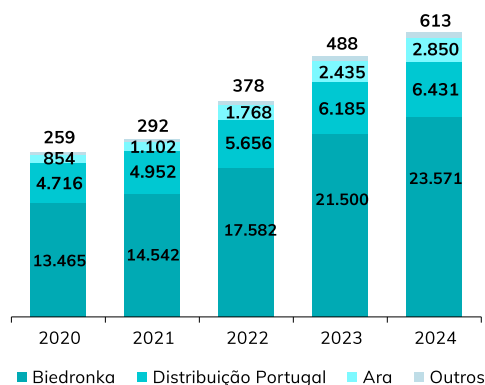
EBITDA por Área de Negócio 2024

€ Milhões	EBITDA	% Total
Biedronka	1.814	81,3%
Pingo Doce	296	13,3%
Recheio	69	3,1%
Ara	96	4,3%
Hebe	59	2,7%
Outros	-103	-4,6%
Grupo JM	2.232	100%

1.2. Indicadores financeiros e operacionais

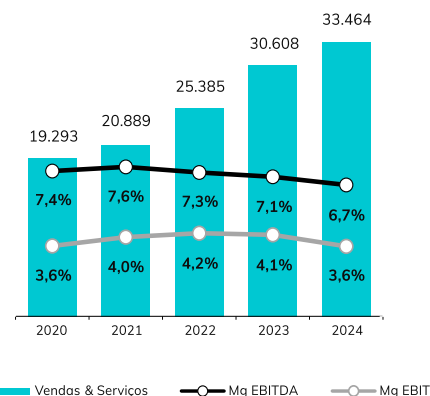
Vendas & Serviços

€ Milhões



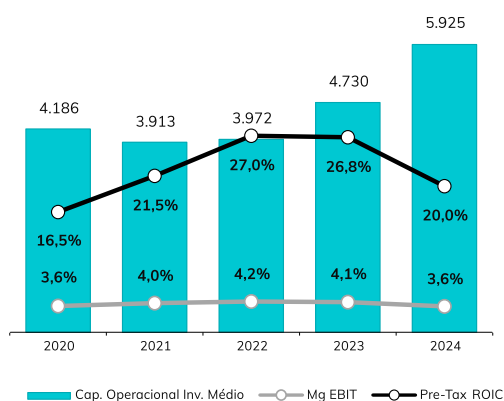
Vendas, Margem EBITDA e Margem EBIT

€ Milhões



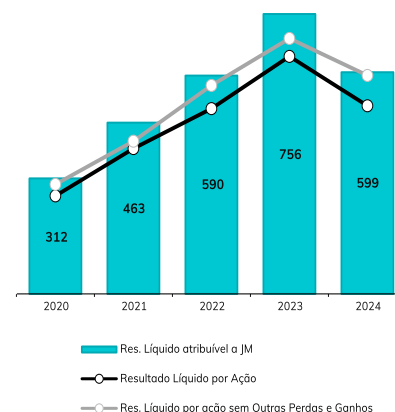
Pre-Tax ROIC

€ Milhões



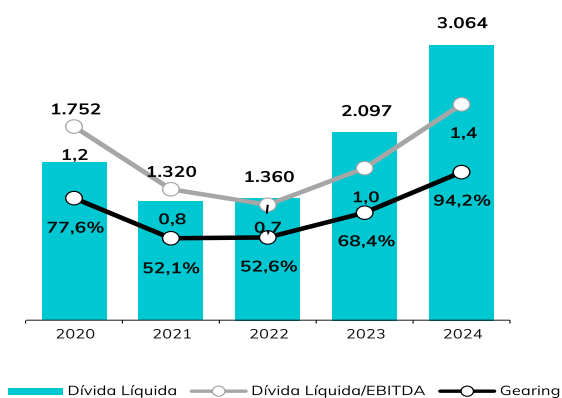
Resultado Líquido e Resultado Líquido por Ação

€ Milhões

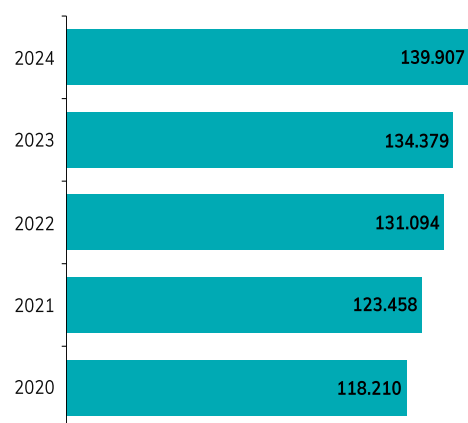


Dívida Líquida

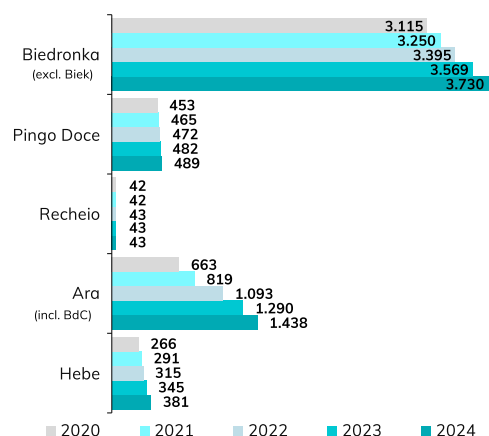
€ Milhões



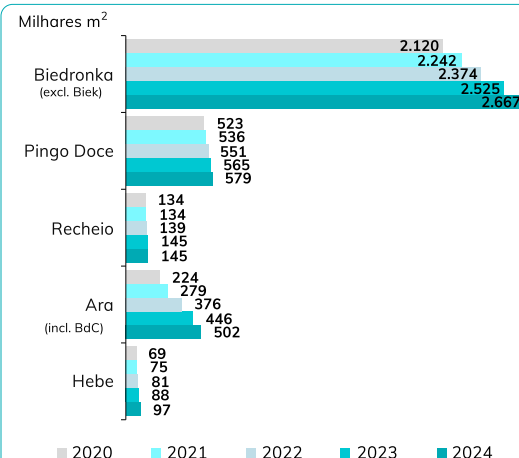
Colaboradores



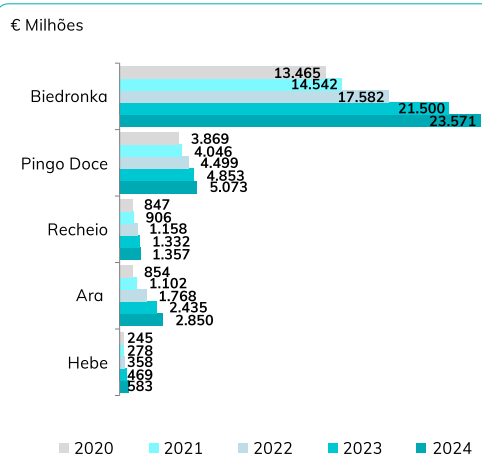
Número de Lojas



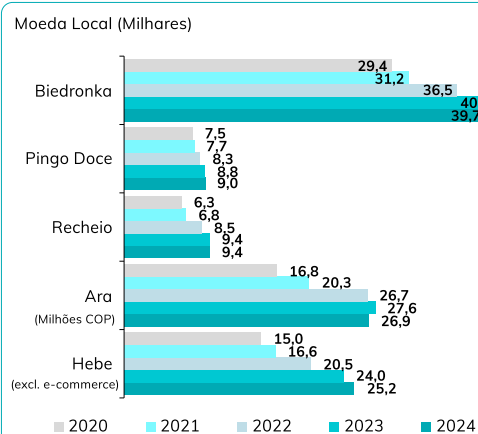
Área de Venda



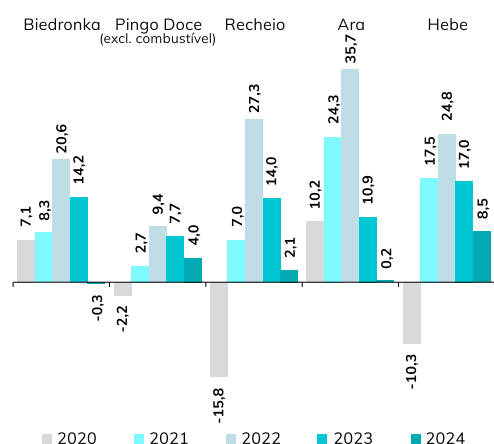
Vendas



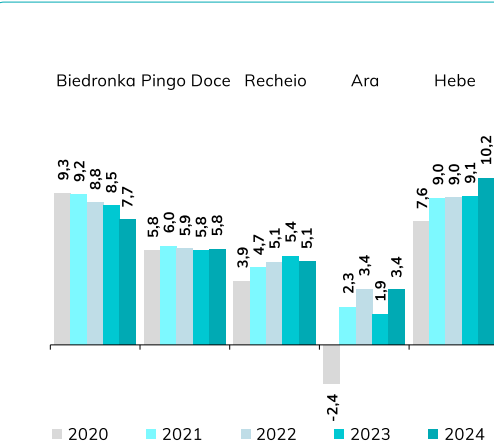
Vendas / m²



Crescimento LFL (%)



Margem EBITDA (%)



1.3. Órgãos sociais

Data de eleição: 21 de abril de 2022

Composição do Conselho de Administração eleito para o triénio 2022-2024



Pedro Soares dos Santos

Nascido em 7 de março de 1960

Presidente do Conselho de Administração e Administrador-Delegado

- **Presidente do Conselho de Administração desde dezembro de 2013**
- **Administrador-Delegado desde abril de 2010**
- **Membro do Conselho de Administração desde março de 1995**



Andrzej Szlęzak

Nascido em 7 de julho de 1954

Membro do Conselho de Administração desde abril de 2013



António Viana-Baptista

Nascido em 19 de dezembro de 1957

Membro do Conselho de Administração desde abril de 2010



A. Stefan Kirsten

Nascido em 22 de fevereiro de 1961

Membro do Conselho de Administração de abril de 2010 a fevereiro de 2011

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

Presidente da Comissão de Auditoria desde abril de 2022



Elizabeth Ann Bastoni

Nascida em 24 de julho de 1965

Membro do Conselho de Administração desde abril de 2019

Membro da Comissão de Auditoria desde abril de 2019



Francisco Seixas da Costa

Nascido em 28 de janeiro de 1948

Membro do Conselho de Administração desde abril de 2013



José Soares dos Santos, indicado pela **Sociedade Francisco Manuel dos Santos B.V.** para exercer o cargo em nome próprio, nos termos do artigo 390.º, n.º 4 do Código das Sociedades Comerciais

Nascido em 6 de abril de 1962

Membro do Conselho de Administração de 1995 a 2001 e de 2004 a 2015

Membro do Conselho de Administração desde abril de 2019



María Ángela Holguín

Nascida em 13 de novembro de 1963

Membro do Conselho de Administração desde abril de 2019



Natalia Anna Olynec

Nascida em 25 de julho de 1971

Membro do Conselho de Administração desde abril de 2022



Sérgio Tavares Rebelo

Nascido em 29 de outubro de 1959

Membro do Conselho de Administração desde abril de 2013

Membro da Comissão de Auditoria desde abril de 2013, foi Presidente deste órgão entre abril de 2016 e abril de 2022

Revisor Oficial de Contas e Auditor Externo

Ernst & Young Audit & Associados, SROC, S.A.

Av. da Índia 10, 1.º, 1349-066 Lisboa, Portugal

Representado por:

Pedro Miguel Borges Marques (ROC n.º 1801)

Suplente:

Rui Abel Serra Martins (ROC n.º 1119)

Secretário da Sociedade

João Nuno Magalhães

Suplente:

Carlos Martins Ferreira

Presidente da Mesa da Assembleia Geral

Luis Miguel Reis Sobral

Secretário da Mesa da Assembleia Geral

Nuno de Deus Pinheiro

2. Posicionamento Estratégico

2.1. Missão

Jerónimo Martins atua essencialmente no ramo alimentar, promovendo, através das suas Companhias e das suas marcas próprias, a disponibilização de soluções e produtos seguros, saudáveis e a preços acessíveis ao maior número de pessoas. O respeito por todos os stakeholders e o compromisso com os princípios do desenvolvimento sustentável são parte integrante da sua estratégia de crescimento e criação de valor partilhado, no curto, médio e longo prazos, com vista a contribuir para a prosperidade, a coesão e o bem-estar das comunidades que os seus negócios servem.

Como parte integrante do nosso sentido de cidadania corporativa, assumimos, de forma clara e comprometida, a incorporação de preocupações ambientais e sociais na condução dos nossos negócios. Isto passa pela adoção de políticas e práticas que combatam as alterações climáticas, a desflorestação e a poluição, que promovam a preservação do ambiente, da biodiversidade e dos recursos naturais, a redução da utilização de materiais poluentes, o aumento da reciclagem e da valorização dos resíduos gerados pelas nossas atividades, assim como o respeito e a defesa dos direitos humanos e dos princípios da diversidade e inclusão.

Assumimos a nossa responsabilidade para com o planeta e para com as comunidades onde estamos inseridos. Como especialistas alimentares, estamos empenhados na promoção de bons hábitos de alimentação e em contribuir para sociedades mais saudáveis. Como empregadores de referência, estamos comprometidos a impactar positivamente a vida dos nossos colaboradores que, todos os dias, contribuem para a construção e valorização dos nossos negócios.

Como resultado do trabalho competente que procuramos levar a cabo, da eficiência das nossas operações, da força das nossas marcas e das nossas posições de mercado, remuneramos de forma consistente os nossos investidores.

2.2. Valores

A forma como cumprimos a nossa Missão é moldada por Valores e Comportamentos que são comuns às nossas Companhias nos diferentes países onde operamos e que se traduzem da seguinte forma:

Elevamos a fasquia

Somos incansáveis e não nos acomodamos perante os desafios mais difíceis. O que fazemos vai para além das expectativas e encorajamos os outros a fazerem o mesmo. Vamos mais além e nunca aceitamos o status quo. Acreditamos que há sempre uma forma de fazer melhor e de superar os obstáculos mais exigentes. É por isto que nunca desistimos. Estamos sempre dispostos a tentar e por isso corremos riscos calculados sem comprometer o que tem de ser feito.

Contamos uns com os outros

Juntos somos muito mais fortes. Colaboramos e partilhamos. Acreditamos que o desenvolvimento de cada pessoa deve ser encorajado para que juntos consigamos alcançar metas mais ambiciosas. Trabalhamos arduamente para garantir que todas as vozes são ouvidas e que aprendemos através de diferentes pessoas e perspetivas. Valorizamos e celebramos as nossas conquistas.

Acreditamos em fazer o que é correto

O que fazemos é tão importante como a forma como o fazemos. Responsabilizamo-nos pelas nossas decisões, não mentimos. Regemo-nos pela ética e pela honestidade e tomamos decisões de longo prazo que servem os interesses das nossas pessoas, dos nossos clientes, das nossas comunidades e também dos nossos acionistas. Tratamos com dignidade e respeito quem connosco se cruza para fazer o negócio acontecer.

2.3. Visão estratégica

A visão estratégica do Grupo assenta na promoção do crescimento rentável e sustentável, orientada por três princípios-chave:

- **Liderança:** insígnias e marcas fortes que permitam conquistar e consolidar posições de liderança nos mercados onde operam.
- **Responsabilidade:** avaliação permanente do impacto do negócio no ambiente e na sociedade, e contribuição ativa e relevante para a melhoria de qualidade de vida dos colaboradores, das suas famílias e das comunidades, e para a sustentabilidade como um todo.
- **Independência:** gestão cuidada e responsável do balanço e também das fontes de abastecimento para assegurar a continuidade das operações e a autonomia na tomada de decisões estratégicas.

Neste contexto, as Companhias do Grupo desenvolvem as suas atividades assumindo três áreas de foco transversais aos países onde operamos e que refletem o forte sentido de propósito que guia Jerónimo Martins:

- **Consumidor:** democratizar o acesso a produtos e soluções alimentares de qualidade, garantindo a máxima segurança e poupança a quem escolhe as nossas lojas de proximidade, nas quais os produtos frescos e a marca própria assumem lugar de destaque e um papel estratégico na promoção da saúde pela alimentação.
- **Colaborador:** proporcionar um ambiente de trabalho saudável, uma remuneração justa e adequada, respostas às necessidades e vulnerabilidades, e oportunidades de desenvolvimento na organização, de forma a promover o bem-estar e o sentimento de realização pessoal e profissional.
- **Parceiros de negócio:** estabelecer relações de longo prazo que permitam a criação de valor partilhado e o crescimento e desenvolvimento dos parceiros estratégicos do Grupo, e que assegurem a sustentabilidade da cadeia de abastecimento e a inovação que reforça a atratividade e relevância das nossas propostas de valor.

2.4. Perfil operacional

O posicionamento operacional das Companhias do Grupo reflete uma abordagem focada em valor e qualidade, com uma orientação estratégica de *mass-market*, desenvolvida especificamente para os mercados e comunidades em que estão inseridas.

O Grupo oferece, de forma conveniente e próxima, soluções alimentares adequadas a todos os consumidores, a preços muito competitivos, o que exige operar com a máxima eficiência e com estruturas de custo controladas. Todas as propostas de valor são marcadas por uma clara orientação ao cliente e uma forte diferenciação em três vetores fundamentais: variedade e qualidade de produtos alimentares frescos, marcas próprias de referência e um bom ambiente de loja.

O sucesso dos formatos do Grupo é alavancado na liderança de mercado, o que permite atingir uma dimensão que é fundamental para criar economias de escala, que, por sua vez, permitem aumentar a eficiência logística e operacional. Tal dimensão permite 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 que escolhem as nossas lojas.