



O Grupo Jerónimo Martins

1. Perfil e Estrutura	8
1.1. Identidade e Competências	8
1.2. Indicadores Financeiros e Operacionais	10
1.3. Órgãos Sociais e Estrutura	12
2. Posicionamento Estratégico	15
2.1. Missão	15
2.2. Visão Estratégica	15
2.3. Perfil Operacional	16
3. Prémios e Reconhecimentos	17

O presente Relatório Anual do Grupo Jerónimo Martins abrange o período de 1 de Janeiro a 31 de Dezembro de 2016 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 2016, vendas de 14,6 mil milhões de euros (67% na Polónia) e um EBITDA de 862 milhões de euros (82% na Polónia). O Grupo emprega um total de 96.233 colaboradores e terminou o ano com 9,3 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 2.722 lojas dispersas por todo o país. No final de 2016, a Companhia atingiu 9,8 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, com a insígnia **Hebe**, uma cadeia no sector das *drugstores*, que conta com 153 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, desde Setembro de 2016, 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 221 localizações.



Em Portugal, o Grupo Jerónimo Martins ocupa uma posição de liderança na Distribuição Alimentar, tendo, em 2016, atingido uma facturação agregada de 4,4 mil milhões de euros. Opera com as insígnias **Pingo Doce** (413 supermercados, incluindo quatro Pingo Doce & Go) e **Recheio** (38 *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.



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).



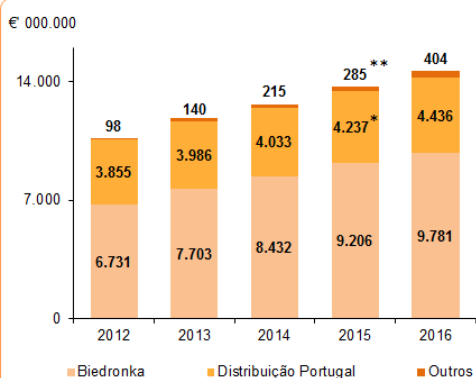
Jerónimo Martins Restauração e Serviços, que se dedica ao desenvolvimento de projectos no sector da Restauração e que, no final de 2016, operava a cadeia de quiosques e cafetarias Jeronymo, com 19 pontos de venda.



Hussel, cadeia de Retalho Especializado para comercialização de chocolates e confeitaria, contava com 24 lojas no final de 2016.

1.2. Indicadores Financeiros e Operacionais

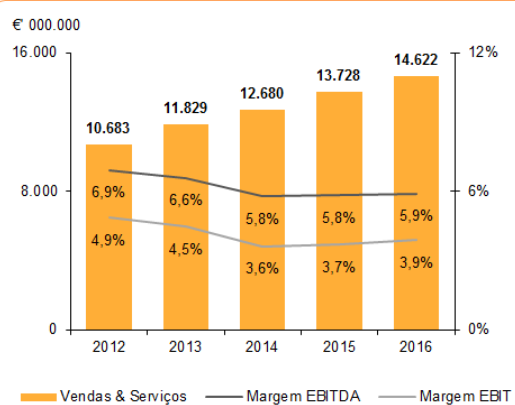
Vendas & Serviços



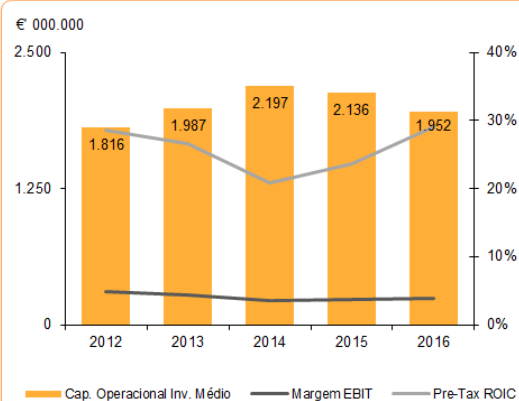
* Reclasseção do valor publicado em 2015, 4.240

** Reclasseção do valor publicado em 2015, 283

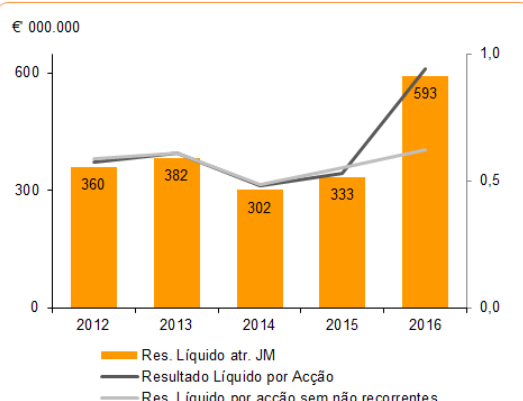
Vendas, Margem EBITDA e Margem EBIT



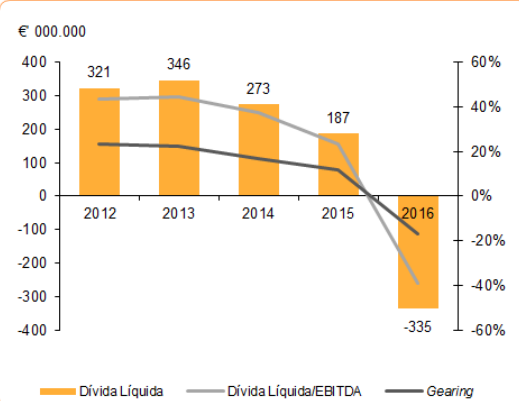
Pre-Tax ROIC



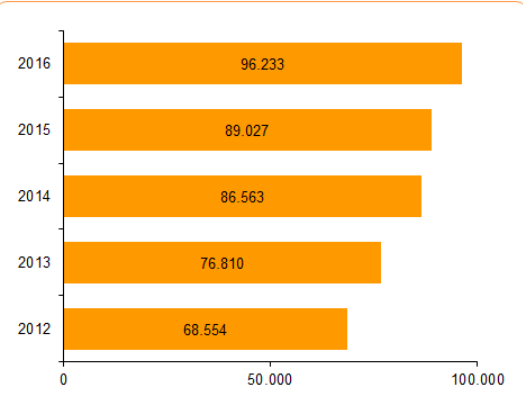
Resultado Líquido e Resultado Líquido por Acção

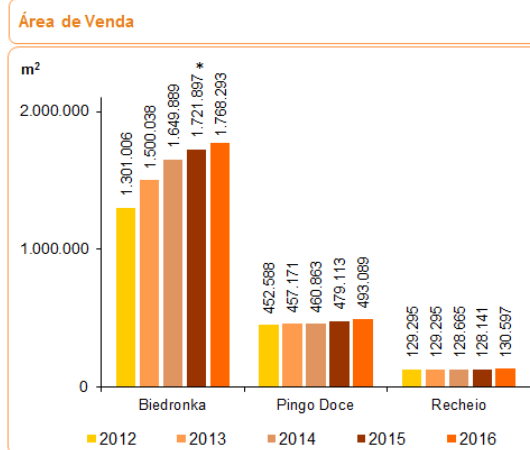
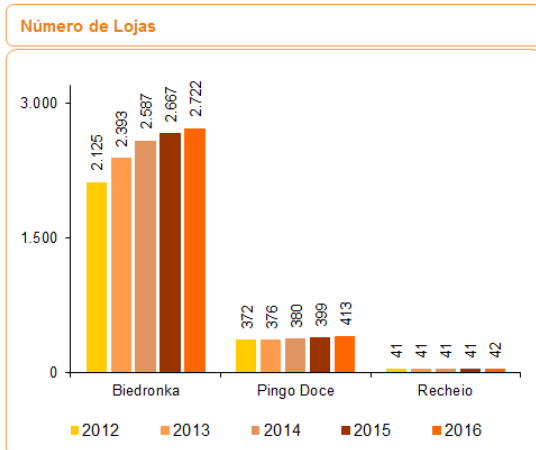


Dívida Líquida

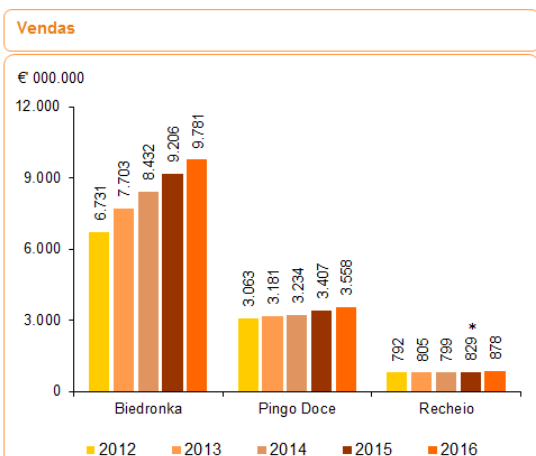


Colaboradores

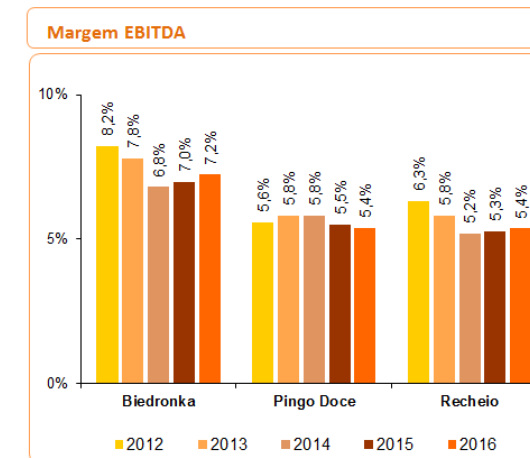
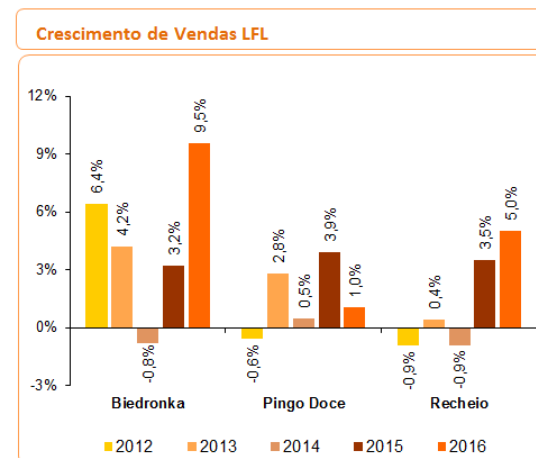
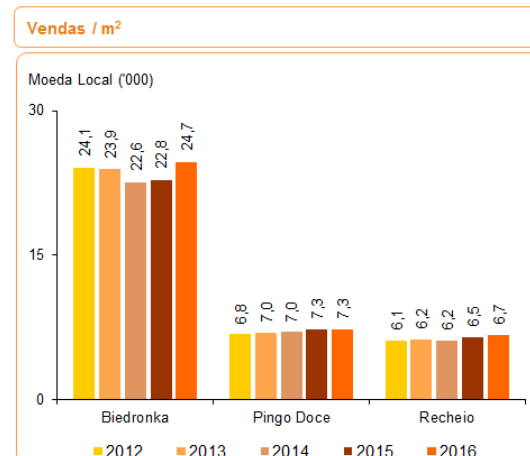




* Reclasseção do valor publicado em 2015, 1.717.944.



* Reclasseção do valor publicado em 2015, 832.



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

PricewaterhouseCoopers & Associados – Sociedade de Revisores Oficiais de Contas, Lda.

Palácio Sottomayor, Rua Sousa Martins, 1 – 3.º, 1050-217 Lisboa

Representada por:

João Rui Fernandes Ramos (R.O.C n.º 1.333) ou António Joaquim Brochado Correia (R.O.C. n.º 1.076)

Suplente:

José Manuel Henriques Bernardo (R.O.C. n.º 958)

Secretário da Sociedade

Ana Luísa Abreu Coelho Virgínia

Suplente:

Carlos Miguel Martins Ferreira

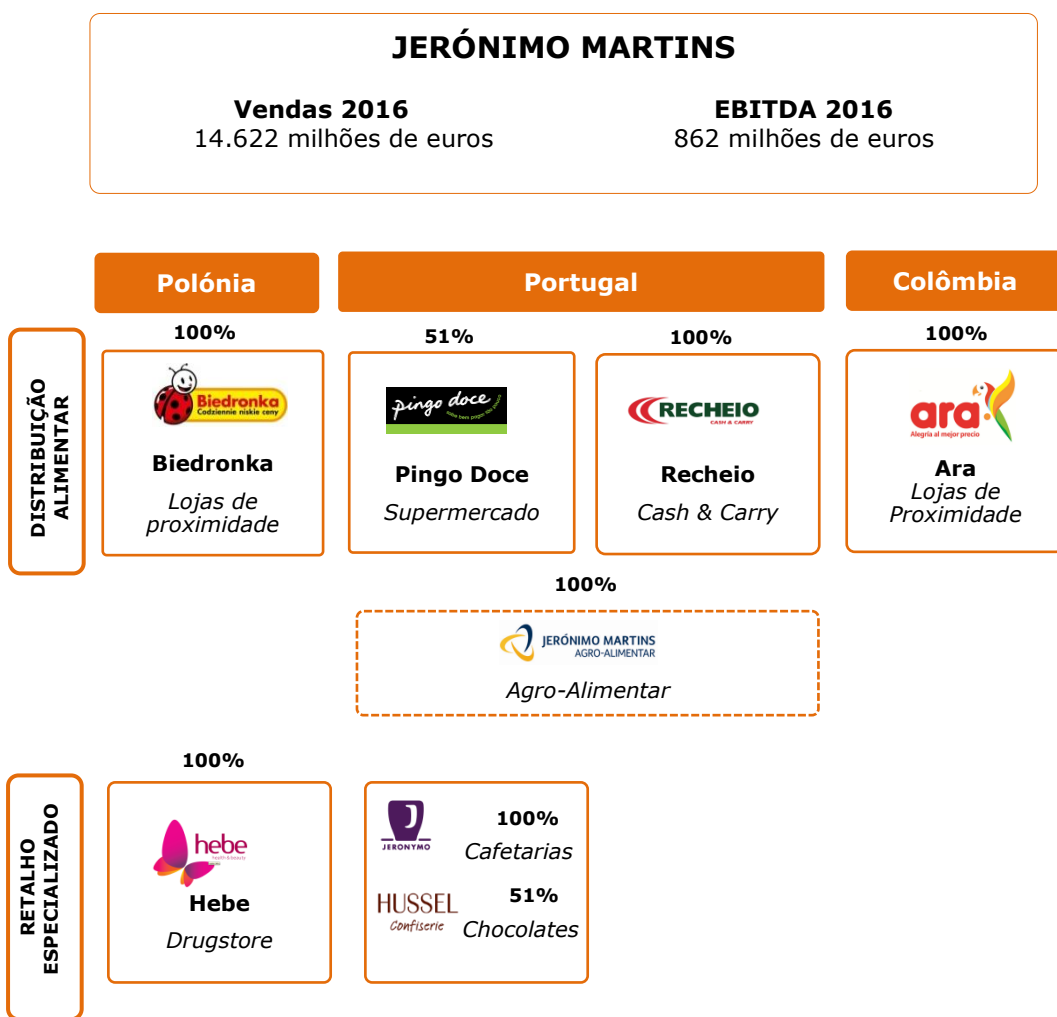
Presidente da Mesa da Assembleia Geral

Abel Bernardino Teixeira Mesquita

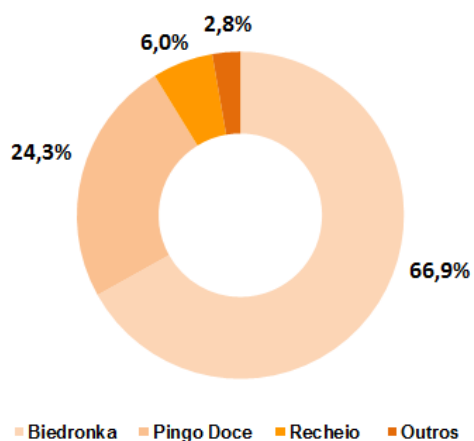
Secretário da Mesa da Assembleia Geral

Nuno de Deus Pinheiro

1.3.2. Estrutura de Negócios



Vendas por Área de Negócio 2016



EBITDA por Área de Negócio 2016

Milhões de euros	EBITDA	% Total
Biedronka	707	82,1%
Pingo Doce	192	22,2%
Recheio	47	5,5%
Outros	-84	-9,8%
JM	862	100%

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 competitividade do preço e da proposta de valor;
- melhoria da eficiência operacional;
- incorporação dos desenvolvimentos tecnológicos;
- identificação de oportunidades de crescimento rentável.

2.3. Perfil Operacional

O nosso posicionamento operacional 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 nossas 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 nossos formatos 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 nossos consumidores.

3. Prémios e Reconhecimentos

Corporativo

- O Grupo Jerónimo Martins é o 64.º maior retalhista do mundo no *ranking* **Global Powers of Retailing 2017**, um estudo realizado pela consultora Deloitte em parceria com a revista norte-americana "Stores";
- Pela primeira vez, o Grupo Jerónimo Martins foi incluído nos índices de sustentabilidade da London Stock Exchange: **FTSE4Good Global Index** e **FTSE4Good Europe Index**;
- O Grupo Jerónimo Martins foi distinguido com uma menção honrosa na categoria **Most Effective Domestic Community Investment** atribuído pelo Ethical Corporation Responsible Business Awards, pelo seu projecto "Fighting Food Waste on All Fronts";
- Jerónimo Martins obteve uma pontuação de "A-" no **CDP Climate 2016** – a segunda mais elevada –, posicionando o Grupo no patamar "Liderança", reconhecendo o desempenho ao nível da estratégia climática, incluindo a transparência no reporte de informação e gestão de risco;
- Jerónimo Martins obteve no **CDP Forests 2016** uma pontuação global de "A-" para o óleo de palma, posicionando o Grupo no patamar "Liderança". As *commodities* soja, papel, madeira e carne bovina obtiveram uma classificação de "B", correspondendo ao nível de "Gestão".

Biedronka

- A Jeronimo Martins Polska conquistou o 1.º lugar no *ranking* **The Great Modernizers of Europe 2015**, atribuído pelo Institute of European Business;
- A Jeronimo Martins Polska conquistou o 1.º lugar no *ranking* **The Powers of Business 2015**, atribuído pelo Institute of Modern Business;
- A Jeronimo Martins Polska foi reconhecida como **The Most Socially Responsible Chain** e como **The Most Reliable Player** no prémio "Market of the Year – Retail Chains 2016", organizado pela editora "Wydawnictwo Gospodarcze";
- A Jeronimo Martins Polska foi reconhecida como uma das **Empresas Mais Patrióticas da Polónia**, tendo conquistado a:
 - 1.ª posição no *ranking* em termos de volume de negócios em 2015 para empresas estrangeiras;
 - 1.ª posição no *ranking* dos Maiores Empregadores em 2015;
 - 7.ª posição no *ranking* das Maiores Empresas Pagadoras de Impostos em 2015;
 - 8.ª posição no *ranking* das Empresas Que Mais Investem em 2015;
- A Jeronimo Martins Polska foi reconhecida com um **Golden Laurel of Super Biznes** na categoria de "Corporate Social Responsibility", pela organização do Prémio de Literatura Infantil da Biedronka;

- A Jeronimo Martins Polska conquistou o 1.º lugar na lista dos **Maiores Empregadores da Polónia**, elaborado pela "Gazeta Finansowa";
- A Jeronimo Martins Polska foi reconhecida pela publicação "Polityka Weekly" com a **White Leaf** de "Corporate Social Responsibility", pelo seu trabalho realizado na área da certificação ambiental;
- A gama de produtos Dada, da Biedronka, foi reconhecida como **Super Product of the Year 2015** pela revista "Mam dziwiecko";
- As marcas BeBeauty, Dada e Puffi e Kitty, da Biedronka, ganharam o prémio **Brand 2016 – Quality, Trust, Reputation** na categoria de sais de banho, fraldas e *pet food*, respectivamente;
- A Biedronka recebeu o prémio **The Consumers' Choice 2016**, atribuído pelo Center for Consumer Satisfaction Evaluation, na categoria de "Retailista";
- A Biedronka foi reconhecida como **Retailer of the Year 2015 – Selected by Suppliers**, atribuído pela AC Nielsen Polska;
- A Biedronka recebeu o título **The Star of Service Quality 2016**, atribuído no âmbito do Programa Polaco de Qualidade e Serviço;
- A Biedronka conquistou o prémio **Superbrand** na categoria de "Shopping - Convenience Store", tendo ainda sido reconhecida pelo título "Created In Poland Superbrands 2015/2016" atribuído às marcas criadas na Polónia;
- O prémio de Literatura Infantil da Biedronka recebeu o prémio de **Social Campaign of the Year 2015**.

Pingo Doce

- Os vinhos da Marca Própria Pingo Doce ganharam três **Medalhas de Ouro**, quatro **Medalhas de Prata**, quatro **Medalhas de Bronze** e seis **Medalhas de Recomendação** nos concursos International Wine Challenge, Concours Mondial de Bruxelles e Decanter World Wines;
- Os **Pearl Awards** distinguiram a revista "Sabe Bem" com bronze na categoria de "Best Retail".

Recheio

- Foi certificado com o selo **Escolha dos Profissionais**, atribuído pela Consumer Choice – Centro de Avaliação da Satisfação do Consumidor, na categoria de "Distribuição Grossista";
- Vencedor de um **Master da Distribuição**, na categoria de "Melhor Grossista", atribuído pela revista "Distribuição Hoje".

Hebe

- A Hebe conquistou o galardão de **Drugstore of the Year 2016**, na categoria de “Estratégia de definição de sortido”, atribuído pela editora “Wydawnictwo Gospodarcze”;
- Foi considerada uma **Customer Friendly Company** pela Fundacja Obserwatorium Zarządzania;
- Foi reconhecida como uma marca **Created in Poland** pela Superbrands.