

## 5. Perspectivas para 2017

### Perspectivas para os Negócios de Jerónimo Martins

Jerónimo Martins continuará a adoptar uma atitude de prudência financeira que lhe permita manter a robustez do balanço e maximizar a rentabilidade dos seus activos. O Grupo acredita que os seus negócios têm as propostas de valor adequadas, focadas em preço, qualidade e serviço ao consumidor e na eficiência de custos de operação e que estão bem preparados para continuar a ter desempenhos acima dos respectivos mercados.

#### Biedronka

Em 2017 a Biedronka irá manter como principal prioridade o crescimento de vendas no mesmo parque de lojas, e continuará a investir na abertura de lojas em localizações que considera importantes, para reforçar a sua posição no mercado polaco. A Companhia pretende abrir também um novo Centro de Distribuição e manterá o seu plano de remodelações de forma a modernizar e adaptar as lojas aos padrões mais elevados de operação.

Em simultâneo, a Biedronka pretende dar continuidade ao alargamento da sua base de clientes portadores de cartão e vai continuar a investir no reforço da presença da Marca Própria como factor diferenciador, através de revisão de sortido e de *packaging*.

A Companhia pretende adoptar soluções tecnológicas que lhe permitam maiores níveis de eficiência e suporte na gestão de produtos nas lojas.

Apesar de se antecipar que, no actual contexto socioeconómico, se mantenha a pressão na estrutura de custos do sector, a Biedronka permanecerá focada em obter ganhos de eficiência que lhe permitam uma gestão equilibrada da sua rentabilidade operacional.

#### Hebe

Em 2017, a Hebe pretende consolidar o investimento numa proposta de valor única, através de um sortido diferenciador com preços muito competitivos, mantendo sempre o foco no serviço e na experiência de compra, marcando presença em localizações de maior afluência de consumidores.

A Companhia estará focada na consolidação do seu *mix* de margem, no aumento da produtividade e na eficiência de custos. O plano de expansão será fundamental para ganhar escala e também para aumentar a notoriedade da marca.

#### Pingo Doce

Em 2017, o foco do Pingo Doce manter-se-á na continuidade da expansão, apostando em localizações de proximidade, e na remodelação de lojas por forma a garantir a qualidade da experiência de compra e do ambiente de loja.

Durante o primeiro semestre do ano, irá abrir o novo Centro de Distribuição no Norte do país, o que permitirá dar continuidade à reestruturação da logística do Pingo Doce que, no médio prazo, potenciará ganhos de eficiência.

Tendo em conta que se prevê que as promoções mantenham grande relevância junto dos consumidores, o Pingo Doce investirá desde o início do ano numa nova linha de

comunicação, que irá associar televisão e folhetos. Isto sem esquecer a ênfase colocada nos colaboradores das diferentes secções, que, com a sua competência e dedicação, fazem a diferença no dia-a-dia das nossas lojas. Os novos folhetos serão pensados para dar resposta às preferências e necessidades dos nossos clientes, ao mesmo tempo que realçam a qualidade dos nossos produtos.

### Recheio

Em 2017, o Recheio pretende inaugurar uma nova loja no Norte do país, investindo na proximidade com os seus clientes. Irá também remodelar mais uma loja, de forma a melhorar a experiência de compra e o serviço aos seus clientes e desenvolver a área de Frescos, em que a Companhia é especialista. Serão também objecto de foco a expansão da parceria com o Retalho Tradicional e a continuação do desenvolvimento da cadeia Amanhecer.

Identificados como os principais vectores de dinamização e crescimento das vendas do Recheio, as áreas de *Food Service* e de Exportação prosseguirão, em 2017, a sua trajectória de evolução e consolidação.

Simultaneamente, o Recheio continuará a desenvolver os seus sistemas de informação para simplificar processos e estreitar as relações com os seus clientes.

### Ara

Em 2017, a Ara prevê acelerar a sua expansão. Neste contexto de rápido crescimento, o recrutamento, selecção e formação de futuros colaboradores serão uma prioridade de forma a reforçar a estrutura para responder às necessidades do negócio.

Ao nível da expansão, a região de Bogotá será a principal prioridade de 2017, planeando-se a abertura de novas sub-regiões nessa região. Do ponto de vista logístico, esta expansão implicará a implementação de novos Centros de Distribuição.

No que respeita à Marca Própria, a Ara pretende continuar a apostar no lançamento de novos produtos, inovadores e diferenciadores, angariando mais fornecedores para acompanhar o seu ritmo de crescimento, e fomentando o aumento do seu peso nas vendas da Companhia.

### Jeronymo e Hussel

Em 2017, ambas as insígnias continuarão focadas na operação de loja e no dinamismo comercial como formas de garantir a eficácia do diálogo permanente com os seus consumidores.

A Jeronymo avançará com a identificação de potenciais localizações de interesse para a abertura de novas lojas e a Hussel irá apostar na remodelação de algumas das suas lojas, adaptando-as ao novo conceito.

### Agro-Alimentar

Prevê-se que em 2017 se concretize a expansão de todas as áreas de actuação da JMA: i. edificação da nova fábrica de Lacticínios, reforçando a eficiência e inovação nesta área; ii. expansão da actividade de Aquacultura, na Ilha da Madeira e noutras localizações, para a produção de dourada e robalo e, potencialmente, outras espécies-chave para o Grupo; e iii. aumento da produção de *angus* nacional em novas explorações.