

**Relatório
& Contas
2025** 

I **O GRUPO
JERÓNIMO MARTINS**

**Jerónimo
Martins**

O Grupo Jerónimo Martins

1. Perfil e Estrutura.....	11
2. Posicionamento Estratégico.....	18

O presente Relatório e Contas do Grupo Jerónimo Martins (Grupo) abrange o período de 1 de janeiro a 31 de dezembro de 2025 e inclui as áreas de distribuição e agroalimentar em Portugal e a área de distribuição na Polónia e na Colômbia, apresentando os resultados consolidados das entidades detidas direta e indiretamente por Jerónimo Martins, SGPS, S.A.

Durante o ano, o Grupo desenvolveu ainda atividades noutros países, nomeadamente em Marrocos na área agroalimentar (aquacultura), na Eslováquia através da expansão da insígnia Biedronka, e no retalho especializado com a Hebe a desenvolver as suas operações, a partir da Polónia, também na Chéquia e na Eslováquia. Uma vez que se trata de operações em início de atividade e/ou sem expressão relevante no desempenho total do Grupo, as mesmas encontram-se integradas na rubrica de Outros, com exceção das operações internacionais da Hebe que estão integradas e reportadas na respetiva unidade 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 representa 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 2025, alcançou vendas de 36 mil milhões de euros e um EBITDA de 2,5 mil milhões de euros. Terminou o ano de 2025 com 147.709 colaboradores e uma capitalização bolsista de 12,7 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, em 2025, uma forte dinâmica comercial, garantindo a liderança de preço e reforçando a sua quota de mercado. Em simultâneo, a insígnia marcou o início da sua internacionalização com a entrada na Eslováquia, onde inaugurou, em 2025, 15 lojas e um centro de distribuição.

A Companhia oferece ainda modalidades de venda online, através de entregas ultra-rápidas (Q-commerce) sob a marca Biek, soluções de encomenda e entrega em parceria com players de e-commerce, e oferta de produtos não-alimentares através do sítio home.biedronka.pl/.



A **Hebe** opera, na Polónia, no retalho especializado de produtos de saúde e beleza, gerindo um vasto sortido a preços competitivos e com serviço de aconselhamento nas lojas. Em 2025, a Hebe continuou a apostar na sua abordagem omnicanal, alavancando numa estratégia comercial competitiva e num sortido de qualidade, 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 cinco 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 detém ainda as parafarmácias Bem-Estar e gere postos de abastecimento de combustível (em parceria com um operador deste sector).



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

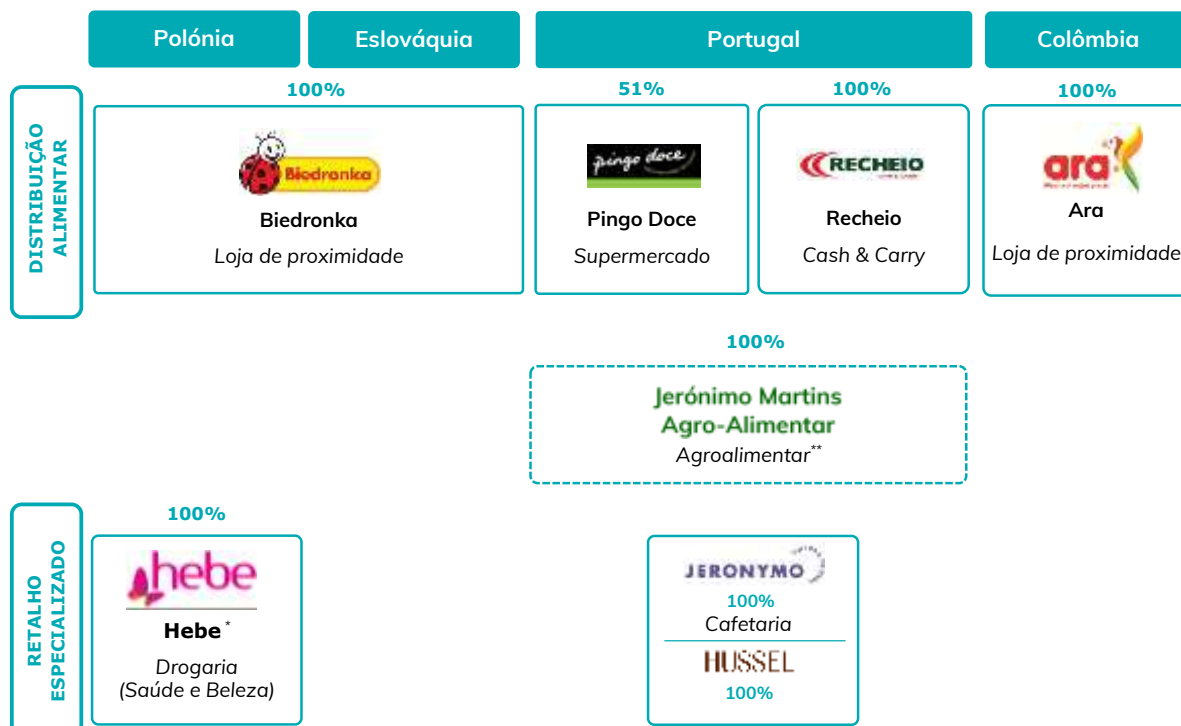
A **Jerónimo Martins Agro-Alimentar (JMA)** desenvolve atividade, através das suas participadas em Portugal e Marrocos, em quatro áreas de produção agroalimentar: laticínios, agropecuária, aquacultura, e frutas e vegetais. Possui ainda uma participação relevante na empresa Andfjord Salmon na Noruega e, em 2025, entrou no capital da Norcod, marcando assim presença na produção de bacalhau. A JMA assume como principais objetivos salvaguardar a capacidade de abastecimento das Companhias do Grupo em alguns produtos estratégicos e criar diferenciação pela qualidade.



O Grupo opera ainda, em Portugal, as cafetarias e quiosques de café **Jeronymo**, e uma cadeia de lojas de chocolates e confeitaria **Hussel**, tendo decidido, no final de 2025, descontinuar as operações desta última.

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

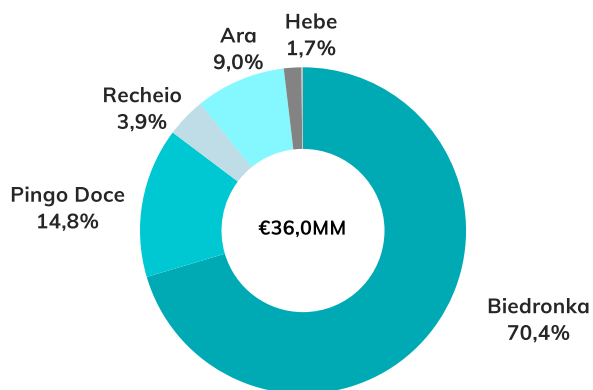
Estrutura de negócios



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

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

Vendas por Área de Negócio 2025



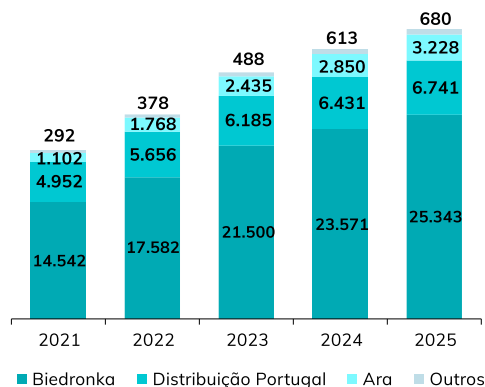
EBITDA por Área de Negócio 2025

€ Milhões	EBITDA	% Total
Biedronka	1.991	80,3%
Pingo Doce	322	13,0%
Recheio	72	2,9%
Ara	132	5,3%
Hebe	65	2,6%
Outros	-103	-4,2%
Grupo JM	2.480	100%

1.2. Indicadores financeiros e operacionais

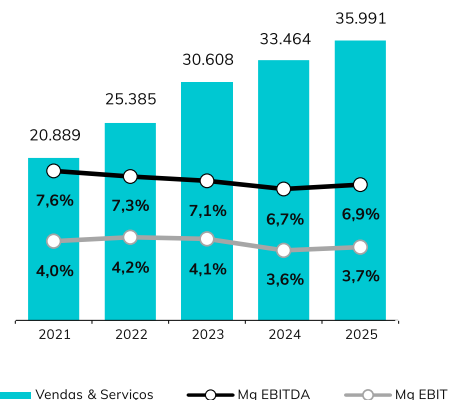
Vendas & Serviços

€ Milhões



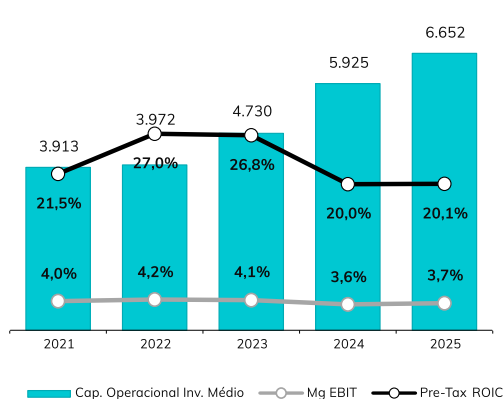
Vendas, Margem EBITDA e Margem EBIT

€ Milhões



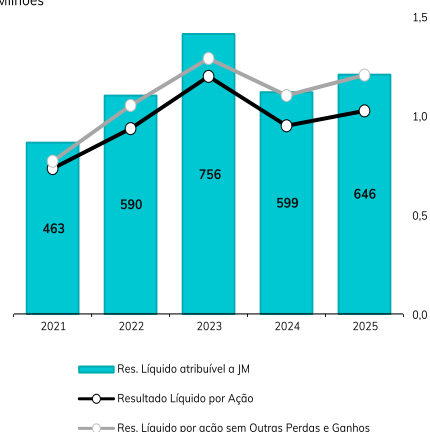
Pre-Tax ROIC

€ Milhões



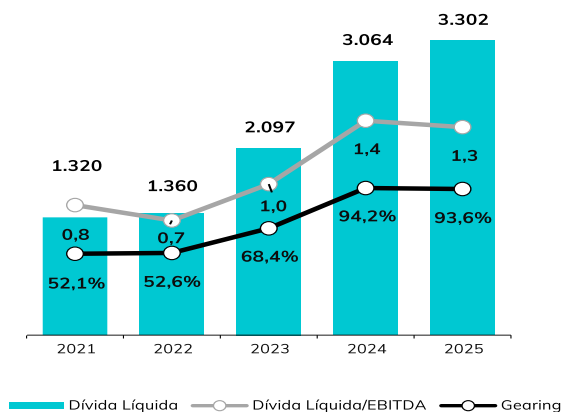
Resultado Líquido e Resultado Líquido por Ação

€ Milhões

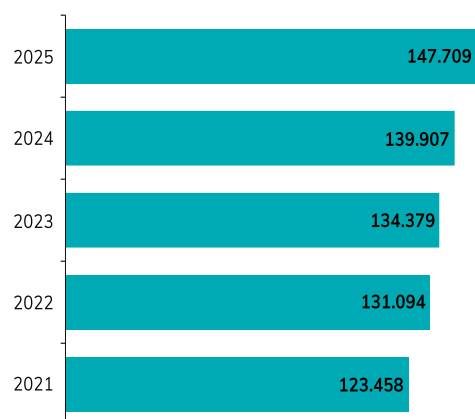


Dívida Líquida

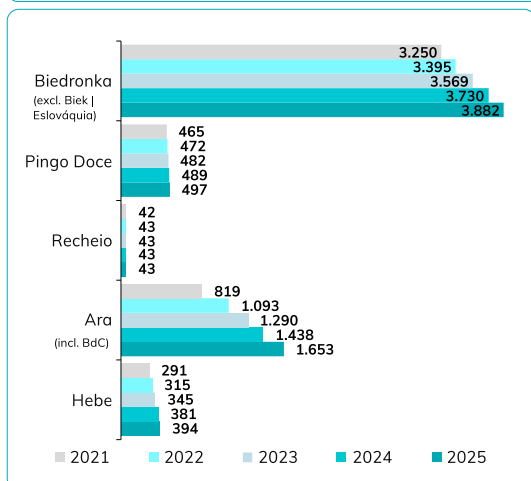
€ Milhões



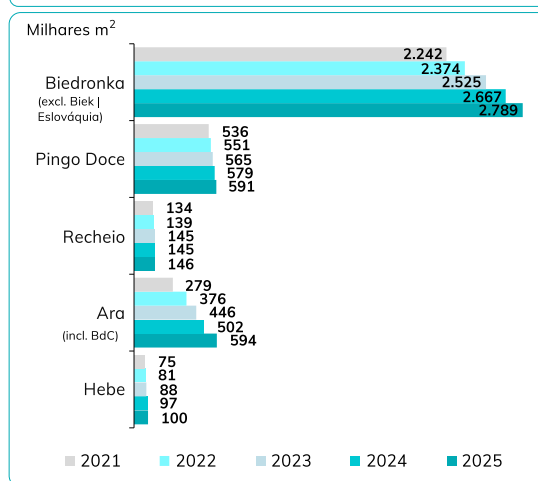
Colaboradores



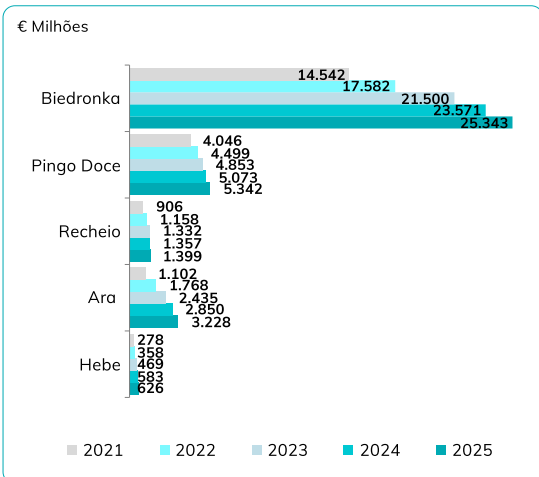
Número de Lojas



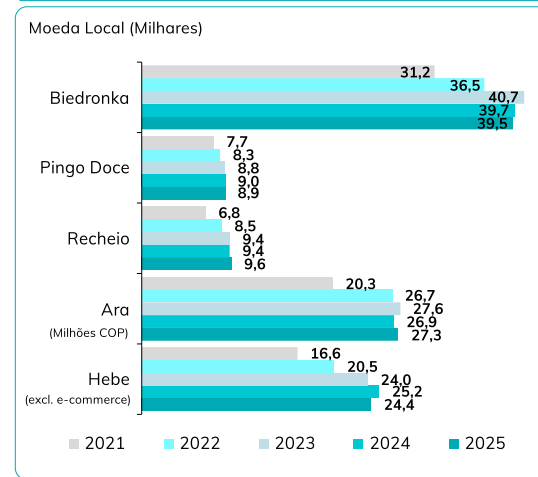
Área de Venda



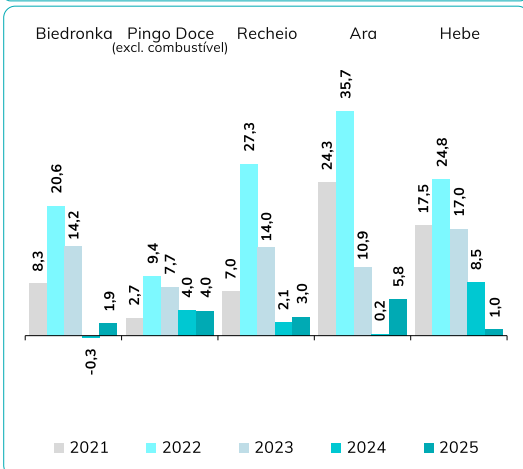
Vendas



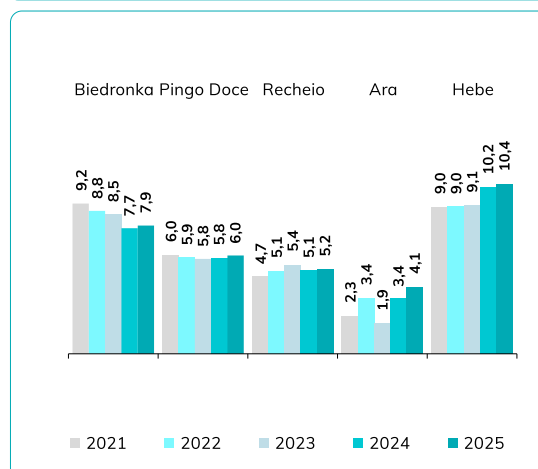
Vendas / m²



Crescimento LFL (%)



Margem EBITDA (%)



1.3. Órgãos sociais

Data de eleição: 24 de abril de 2025

Composição do Conselho de Administração eleito para o triénio 2025-2027



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**



Agnieszka Słomka-Gołębiowska

Nascida em 24 de agosto de 1976

Membro do Conselho de Administração desde abril de 2025



António Domingues

Nascido em 30 de dezembro de 1956

Membro do Conselho de Administração desde abril de 2025

Membro da Comissão de Auditoria desde abril de 2025



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

Presidente da Comissão de Auditoria desde abril de 2025



Fabio Villegas

Nascido em 8 de janeiro de 1955

Membro do Conselho de Administração desde abril de 2025



Francisco Sá Carneiro

Nascido em 12 de março de 1958

Membro do Conselho de Administração desde abril de 2025



João Vale de Almeida

Nascido em 29 de janeiro de 1957

Membro do Conselho de Administração desde abril de 2025



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



Nigyar Makhmudova

Nascida em 26 de maio de 1967

Membro do Conselho de Administração desde abril de 2025



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

PricewaterhouseCoopers & Associados, SROC, LDA.

Palácio SottoMayor, R. Sousa Martins, 1-3.º, Lisboa, Portugal, 1069-316

Representado por:

João Rui Fernandes Ramos (ROC n.º 1333)

Suplente:

Rui Jorge dos Anjos Duarte (ROC n.º 1532)

Secretário da Sociedade

Joaquim Nuno Nobre Martins de Aguiar

Suplente:

Carlos Martins Ferreira

Presidente da Mesa da Assembleia Geral

Luís Miguel Reis Sobral

Secretária da Mesa da Assembleia Geral

Marta Horta e Costa Leitão Pinto Barbosa

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 deflorestação 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.