

INFORMAÇÃO TRIMESTRAL INDIVIDUAL/CONSOLIDADA (Não Auditada)

(Elaborada de acordo com as Normas Internacionais de Relato Financeiro IAS/IFRS)

Empresa:	Jerónimo Martins, SGPS, S.A.		
Sede:	Rua Tierno Galvan, Torre 3, 9º, Letra J - 1099-008 Lisboa	NIPC:	500 100 144
Período de referência:	Valores de referência em 000 Esc <input type="checkbox"/> em 000 Euros <input checked="" type="checkbox"/>		
1º Trimestre <input type="checkbox"/>	3º Trimestre <input checked="" type="checkbox"/>	5º Trimestre⁽¹⁾ <input type="checkbox"/>	Início: 01/01/2006 Fim: 30/09/2006

Rubricas do Balanço	Individual			Consolidada		
	30/09/2006	31/12/2005	Var. (%)	30/09/2006	31/12/2005	Var. (%)
ACTIVO (2)						
Activos Fixos Tangíveis	248	319	-22,3%	1.228.231	1.101.695	11,5%
Goodwill			-	380.704	384.355	-0,9%
Activos Intangíveis (3)	11	-		51.897	39.657	30,9%
Investimentos em Associadas	1.232.288	1.195.159	3,1%	704	665	5,9%
Intr. Financeiros Detidos até à Maturidade			-			-
Activos Financeiros Detidos para Venda	36.887	35.080	5,2%	42.715	40.908	4,4%
Contas a Receber Terceiros (activ. comercial)	3.595	4.375	-17,8%	149.371	140.981	6,0%
CAPITAL PRÓPRIO						
Capital Social (montante em euros)	629.293.220	629.293.220		629.293.220	629.293.220	
Nº. acções ordinárias	125.858.644	125.858.644		125.858.644	125.858.644	
Nº. acções de outra natureza						
Acções Próprias (montante em euros)	859.000	859.000		859.000	859.000	
Nº. acções com voto	171.800	171.800		171.800	171.800	
Nº. acções pref. sem voto						
Ajustamentos incluídos no Capital Próprio (4)	6.548	4.646	40,9%	74.258	76.078	-2,4%
Interesses Minoritários			-	256.463	250.765	2,3%
PASSIVO						
Provisões	14.768	14.539	1,6%	33.532	33.354	0,5%
Contas a Pagar Terceiros (activ. comercial)	214	365	-41,4%	922.447	878.497	5,0%
Outros Passivos Financeiros	286.457	226.758	26,3%	744.477	790.250	-5,8%
TOTAL DO ACTIVO	1.287.287	1.251.040	2,9%	2.388.711	2.372.666	0,7%
TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO	985.848	1.009.378	-2,3%	688.255	670.565	2,6%
TOTAL DO PASSIVO	301.439	241.662	24,7%	1.700.456	1.702.101	-0,1%

Elementos da Demonstração de Resultados	Individual			Consolidada		
	30/09/2006 (5)	30/09/2005	Var. (%)	30/09/2006 (5)	30/09/2005	Var. (%)
Réditos	10.541	9.761	8,0%	3.177.446	2.775.923	14,5%
Custos das Vendas ou da Prestação de Serviços	(6.195)	(5.475)	13,2%	(2.544.739)	(2.203.019)	15,5%
Resultados Brutos	4.346	4.286	1,4%	632.707	572.904	10,4%
Resultados antes de gastos financeiros, impostos, depreciações e amortizações	900	1.841	-51,1%	215.410	211.221	2,0%
Gastos Financeiros	(6.417)	(3.855)	-66,5%	(34.208)	(35.795)	4,4%
Gasto de Impostos	(607)	(30)	-1923,3%	(16.406)	(14.767)	-11,1%
Interesses Minoritários			-	(17.911)	(22.177)	19,2%
Resultado Líquido ao Trimestre (6)	27.357	21.886	25,0%	66.600	64.204	3,7%
Resultado Líquido ao Trimestre por acção básico ⁽⁷⁾	0,22	0,17	25,0%	0,53	0,51	3,7%
Resultado Líquido ao Trimestre por acção diluído ⁽⁷⁾	0,22	0,17	25,0%	0,53	0,51	3,7%

⁽¹⁾ Aplicável no primeiro exercício económico das sociedades que adoptem um exercício anual diferente do correspondente ao ano civil (Art.65.º - A do Código das Sociedades Comerciais);

⁽²⁾ Ilustram-se alguns elementos do activo que serão objecto de divulgação. A lista não contempla todas as rubricas do Activo pelo que a ordem não segue necessariamente a distinção corrente/não corrente ou em ordem à liquidez;

⁽³⁾ São incluídos todos os elementos abrangidos pela IAS 38 - Activos Intangíveis, excluindo-se assim o goodwill, identificado autonomamente;

⁽⁴⁾ Totalidade dos itens de rendimento e gasto que, nos termos das IAS/IFRS ou Interpretações decorrentes, sejam reconhecidas directamente em capital próprio;

⁽⁵⁾ A data deve ser identificada e as respectivas rubricas devem conter os valores acumulados até à data de referência (3 meses, 9 meses ou, de forma extraordinária, 15 meses conf. (1));

⁽⁶⁾ O resultado líquido trimestre refere-se ao acumulado até à data de reporte. No caso do 3º trimestre serão os valores acumulados ao longo de 9 meses do exercício, apurados após interesses minoritários;

⁽⁷⁾ Calculado nos termos da IAS 33.

INFORMAÇÃO TRIMESTRAL INDIVIDUAL/CONSOLIDADA (Não Auditada)

(Elaborada de acordo com as Normas Internacionais de Relato Financeiro IAS/IFRS)

Empresa:	Jerónimo Martins, SGPS, S.A.		
Sede:	Rua Tierno Galvan, Torre 3, 9º, Letra J - 1099-008 Lisboa	NIPC:	500 100 144
Período de referência:	Valores de referência em 000 Esc <input type="checkbox"/> em 000 Euros <input checked="" type="checkbox"/>		
1º Trimestre <input type="checkbox"/>	3º Trimestre <input checked="" type="checkbox"/>	5º Trimestre⁽¹⁾ <input type="checkbox"/>	
	Início:	01/01/2006	Fim: 30/09/2006

EVOLUÇÃO DA ACTIVIDADE NO TRIMESTRE

As vendas consolidadas aumentaram 15,5% no terceiro trimestre de 2006 (+14,8% excluindo o efeito cambial) e 14,5% nos nove meses (+12,9% sem efeito cambial). Para este desempenho de vendas contribuíram todas as áreas de negócio do Grupo, quer através do crescimento orgânico dos formatos, quer através de fortes desempenhos numa base comparável de lojas.

As vendas totais do Pingo Doce registaram, nos nove meses, um crescimento de 12,2% em relação ao mesmo período do ano anterior. Este desempenho foi o resultado de um aumento de 10,5% das vendas like-for-like, da abertura de 5 novas lojas no período (+4 pontos percentuais de impacto no crescimento das vendas totais) e do encerramento, para remodelação, por um período médio de um mês, de 23 lojas.

No Feira Nova, os mini-hipers registaram, no terceiro trimestre do ano, um crescimento like-for-like das vendas de 4,2% (+2,1% nos nove meses) o que contribuiu para o fortalecimento da posição de mercado da insígnia. As vendas totais do Feira Nova cresceram 7,7% em relação aos primeiros nove meses de 2005. No período em análise a Companhia inaugurou 5 novas lojas (+10.917 m² de área de venda).

No Recheio, o objectivo definido pela Companhia de, em 2006, concentrar maioritariamente as suas vendas no segmento HoReCa foi alcançado. A Companhia de cash&carry do Grupo registou, no terceiro trimestre do ano, um crescimento like-for-like das vendas de 5,6%, tendo as vendas like-for-like ao canal HoReCa aumentado 7,1% no mesmo período. O desempenho de vendas obtido permite à insígnia avançar na consolidação da sua liderança no mercado.

Na Madeira, as vendas like-for-like cresceram 1,6% nos primeiros nove meses do ano. O forte desempenho das vendas like-for-like no terceiro trimestre (+7,7%) beneficiou do reconhecimento pelo cliente da estratégia de preços baixos e estáveis, mas também da entrada para a base de comparação da loja inaugurada no ano anterior, com contribuição muito positiva para as vendas da Companhia.

A Biedronka manteve, no terceiro trimestre de 2006, o crescimento like-for-like das vendas a dois dígitos (+11,4%), a que corresponde no acumulado dos nove meses um aumento de 11,2%. Esta evolução deriva maioritariamente do crescimento do número de clientes numa base comparável, mas também conta com a evolução positiva do ticket médio. Ao longo dos primeiros nove meses de 2006 a insígnia procedeu a 63 inaugurações, 12 das quais para substituir, em localizações próximas, lojas encerradas ao longo deste ano, terminando o mês de Setembro com 856 lojas. O crescimento numa base comparável combinado com a expansão do parque de lojas impulsionou as vendas, nos nove meses deste ano, para 1.228 milhões de euros (+27,3% em relação ao mesmo período do ano anterior, +22,8% excluindo o efeito cambial).

As vendas das Companhias da área da Indústria registaram um crescimento de 3,8% nos primeiros nove meses do ano. A Indústria prosseguiu a estratégia de inovação com forte suporte de marketing às marcas principais, o que combinado com a flexibilidade para fixar preços competitivos tem permitido manter a solidez das quotas de mercado.

As vendas da área de Serviços cresceram 5,8% nos primeiros nove meses do ano, beneficiando da estratégia delineada de diversificação do portefólio que, em relação aos nove meses do ano anterior, conta com novas representadas e novos negócios na área da restauração.

O EBITDA consolidado registou um crescimento de 5% no trimestre, 2% no acumulado dos nove meses. A margem EBITDA consolidada passou de 7,6% das vendas, nos primeiros nove meses de 2005, para 6,8% no mesmo período de 2006. Esta evolução da margem reflecte vários factores: i) o novo posicionamento competitivo dos negócios em Portugal, ii) o efeito de diluição de cerca de 16 pontos base provocado pelo aumento da contribuição da Biedronka para o EBITDA consolidado, iii) o plano de remodelações levado a cabo em Portugal, iv) o aumento do preço da electricidade (+17 pontos base das vendas consolidadas) e v) a não diluição nas vendas, das cadeias de retalho em Portugal, dos custos de pré-abertura de lojas inauguradas ou a inaugurar em 2006.

Os encargos financeiros diminuíram 5,6% nos primeiros nove meses de 2006 em relação ao mesmo período do ano anterior. Apesar dos juros suportados no terceiro trimestre terem ficado em linha com os do ano anterior, os resultados financeiros reflectem o marked-to-market das operações de hedging de taxas de juro. Numa perspectiva de cash flow estas operações têm cumprido o objectivo de redução da taxa de juro efectiva.

Os resultados líquidos atingiram, nos primeiros nove meses de 2006, 66,6 milhões de euros, um aumento de 3,7% em relação ao mesmo período do ano anterior. O resultado líquido por acção foi 0,53 euros e o cash flow por acção 1,33 euros.

O gearing do Grupo melhorou de 102,9% para 89,4% como resultado da contribuição do bom desempenho das áreas de negócio para o fortalecimento dos fundos próprios.

Do montante de 226,7 milhões de euros de investimento nos primeiros nove meses do ano, 40% foram realizados na Polónia e 60% investidos em Portugal.

Espera-se um crescimento a dois dígitos das vendas consolidadas de 2006. Este desempenho será o resultado da combinação entre o aumento da área de venda (+10% a +12%), do plano de remodelações desenvolvido durante o ano e do forte crescimento das vendas like-for-like.

A margem EBITDA consolidada para o ano de 2006 deverá reflectir o aumento do peso da Biedronka no Grupo, o novo posicionamento dos principais formatos em Portugal e o esforço para aumentar vendas na generalidade dos negócios.

O Capex para 2006 deverá exceder 300 milhões de euros, dos quais cerca de 60% serão investidos em Portugal (10 Pingo Doce, 7 mini-hipers Feira Nova, 1 Recheio e 28 remodelações).

(Pessoas que assumem responsabilidade pela informação, cargos que desempenham e respectivas assinaturas)

Dr. Luis Maria Viana Palha da Silva

(Administrador)

Dra. Cláudia Alexandra Ribeiro de Palhares Falcão Lima Felix

(Responsável pelo Gabinete de Relações com Investidores)

NOTAS EXPLICATIVAS

* Os valores solicitados, salvo indicação em contrário, deverão ser expressos em milhares de euros, sem casas decimais.

* Os valores negativos deverão figurar entre parêntesis ().