

Pedro Soares dos Santos, Jeronimo Martins: Jesteśmy w gronie największych detalistów świata

data aktualizacji: 2019.04.18



W 2018 r. Grupa Jeronimo Martins po raz kolejny pobiła wszelkie rekordy sprzedaży - zarówno jako całość, jak i w przeliczeniu na poszczególne sieci - umacniając swoją pozycję lidera na rynkach, na których jesteśmy obecni. Łącznie w Portugalii, Polsce i Kolumbii mamy ponad 4 tys. sklepów i zatrudniamy ponad 108 tys. osób. Sprzedaż w skali Grupy po raz kolejny zwiększyła się o ponad miliard euro, dzięki czemu jesteśmy w gronie największych detalistów świata - pisze Pedro Soares dos Santos, prezes i szef rady nadzorczej Jeronimo Martins Group do akcjonariuszy spółki. Do Jeronimo Martins Group należą działające w Polsce sieci Biedronka i Hebe.

Ciesząc się z obecności w gronie największych detalistów świata, Pedro Soares dos Santos powołał się na ranking "Global Powers of Retailing 2019" firmy Deloitte, zawierający zestawienie TOP 250 największych sieci detalicznych. Jeronimo Martins zajęła w nim 55. pozycję.

Prezes w swoim liście do akcjonariuszy przypomina najważniejsze dane finansowe za rok 2018: skonsolidowany obrót sięgnął 17,3 mld euro, co oznacza wzrost o 6,5 proc. r/r; wzrost sprzedaży LfL o 3,1 proc.; 277 nowych sklepów netto; zysk netto w wysokości 401 mln euro, co oznacza wzrost o

4,1 proc. r/r.

Wylicza także inwestycje – capex w skali grupy sięgnął 658 mln euro, z czego 41 proc. przeznaczono na ekspansję – budowę nowych sklepów i centrów dystrybucyjnych. Pozostałe środki zostały przeznaczone na utrzymanie zdolności operacyjnych i poprawę doświadczenia zakupowego.

Podkreśla, że Biedronka zaabsorbowała 372 mln euro, czyli 57 proc. całego capexu Grupy. Otwarto 122 nowe sklepy, co daje wzrost sieci o 77 placówek netto – na koniec roku liczyła 2900 tys. lokalizacji. Wyremontowano kolejnych 230 sklepów, poprawiono także strukturę logistyczną.

„Jako firma widzimy jesteśmy zainteresowani rozwojem formatu proximity i uważamy, że dysponujemy odpowiednim konceptem, z elastycznym layoutem, dzięki czemu będziemy w stanie wykorzystać ten potencjał wzrostu” – zapewnił dos Santos.

Menedżer zauważył, że Polska świętowała 100. rocznicę odzyskania niepodległości, osiągając rewelacyjne wyniki gospodarcze – wymienił 5,1-proc. wzrost PKB, dynamiczny wzrost konsumpcji wewnętrznej, szybki wzrost płaci bezrobocie na historycznie niskim poziomie 6,1 proc.

„Wraz z krajem, Biedronka świętowała tę rocznicę, rozpoczynając erę inwestycji społecznych, m.in. nawiązując ogólnopolską współpracę z Caritas Polska i rozdając bardziej ubogim osobom ponad 5 tys. przedpłaconych kart płatniczych, którymi mogli płacić za żywność” – kontynuował menedżer.

Szef JMG odniósł się też do zakazu handlu w niedziele. Wyjaśnił, że wobec zmniejszenie liczby dni handlowych o 21 w skali roku, Biedronka skoncentrowała się na wysiłkach, by jak najwięcej utraconej sprzedaży niedzielnej przenieść na inne dni tygodnia, z jednoczesnym zachowaniem wydajności operacyjnej sklepów i logistyki. Skorygowano także działania promocyjne, tak aby przyciągnąć klientów i zwiększyć średni koszyk zakupowy w inne dni tygodnia.

„Najlepszym dowodem naszej odporności na utrudnienia i wyboru właściwej strategii jest wypracowany w ubiegłym roku wzrost przychodów o 5,6 proc., do 11,7 mld euro. Sprzedaż w złotych polskich wzrosła o 5,8 proc., dzięki wzrostowi sprzedaży LfL o 2,7 proc. oraz uruchamianiu nowych sklepów” – wyliczał Pedro Soares dos Santos.

Portugalski biznesmen odniósł się także do **biznesu drogerijnego grupy, wciąż jeszcze deficytowego**. Podkreślił, że mimo negatywnego wpływu zakazu handlu w niedziele, a także zwiększenia oferty z kategorii Zdrowie i Uroda w polskich supermarketach i dyskontach, **sieć Hebe odnotowała wzrost sprzedaży o 25 proc. Liczona w euro, sprzedaż wzrosła o 24,7 proc., do 207 mln euro**. Sieć zwiększyła zatem swój udział w rynku. **W 2018 r. uruchomiono 51 nowych drogerii** – co daje wzrost netto o 48 placówek – kończąc rok z 230 lokalizacjami. W sektorze drogerijnym sieć Hebe odnotowała najwyższy wzrost sprzedaży w skali kraju.

„Jako Grupa Jeronimo Martins trwamy w przekonaniu, że naszą podstawową odpowiedzialnością jest osiąganie zysków. Uważamy, że zyskowość musi iść w parze z odpowiedzialnością, dlatego prowadzimy naszą działalność biznesową w taki sposób, by przyczyniać się do pozytywnej transformacji społeczeństw i społeczności lokalnych, w których funkcjonujemy. (...) Jesteśmy dumni z naszych wysiłków na rzecz osiągania krótkoterminowych celów z jednoczesną dbałością o zrównoważony rozwój w dłuższej perspektywie.” – podsumował Pedro Soares dos Santos.

Źródło: <http://www.wk.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/pedro-soares-dos-santos-jeronimo-martins-jestesmy-,53970>